

Devenir Conseiller·ère relation client à distance

MaCarrière

m²i
Formation

Document mis à jour le 13/06/2026

Dispositif de formation : **Préparation Opérationnelle à l'Emploi (POE)**
Date de formation : **Du 19 février au 13 mai 2026**
Lieu(x) de formation : **Villeneuve-d'Ascq**
Réunion d'Information : **Le 8 janvier 2026 ou le 27 janvier 2026**

Vous souhaitez évoluer dans des missions à forte dimension humaine ?

Vous avez le goût du challenge et un bel esprit d'équipe ?

Devenez conseiller relation client à distance !

Adéquat, entreprise comptant parmi les références dans la prestation de la relation client à distance, recrute et forme 15 conseillers relation client à distance !

Vous exercerez alors un métier au contact de l'humain avec une interaction constante avec la clientèle, des missions gratifiantes permettant de venir en aide à autrui, de répondre à des questions et de résoudre des problèmes.

Le Conseiller Relation Client à Distance a pour mission d'accueillir et d'accompagner les clients ou futurs clients d'une entreprise dans leurs actes d'acquisition de produits ou services et de leur proposer l'offre la plus adaptée à leurs besoins.

Cela regroupe deux grandes catégories de métiers : les métiers de la vente et du conseil et les métiers d'assistance et de support après-vente :

- Dans des services dédiés à l'assistance administrative, commerciale ou technique, le conseiller relation client à distance reçoit les demandes en direct ou en différé, réalise un diagnostic de la situation et assure l'assistance de niveau 1. En cas de besoin, il transfère la demande à l'interlocuteur disposant des compétences requises, ou il sollicite sa hiérarchie.

- Dans le cadre d'actions commerciales à distance, le conseiller relation client à distance s'entretient avec le prospect ou le client par téléphone, découvre ses attentes et ses besoins et lui propose une offre

Le conseiller relation client à distance est force de proposition pour l'amélioration des supports, tels que les guides d'entretien et les outils de communication, fait remonter toutes les informations utiles à l'entreprise et participe à la démarche qualité.

Le métier n'est pas physiquement contraignant (poste assis, pas de port de charges), de nombreuses personnes en situation de handicap lourd peuvent pratiquer cette activité.

Votre formation d'une durée de 57 jours et animée par des experts métier/terrain se déroulera du 19/02/2026 au 13/05/2026.

Nous vous remercions par avance de compléter l'ensemble du formulaire (nous nous réservons le droit de ne pas donner de suites à une candidature incomplète).

Nous vous remercions également de bien vouloir veiller au format du CV que vous intégrerez.

OBJECTIFS DE FORMATION

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Réaliser des enquêtes, des études et des sondages par téléphone
- Délivrer une information ou un renseignement administratif à l'utilisateur
- Apporter une assistance de niveau 1 au client

- Informer et conseiller le client dans le cadre d'une relation commerciale
- Réaliser des actions de prospection par téléphone
- Réaliser des réservations, des commandes et des ventes additionnelles
- Vendre des produits et des services
- Participer à des campagnes de fidélisation et de rétention
- Assurer le recouvrement amiable de créances
- Communiquer à l'oral et à l'écrit en relation client à distance
- Gérer des dossiers en relation client à distance
- Utiliser les technologies de la relation client à distance
- Participer à une démarche qualité en relation client à distance

PRÉREQUIS

- Dynamisme et sourire vous caractérisent
- Bonne expression orale et écrite
- Diplomatie et empathie
- Excellente capacité relationnelle
- Sens du dialogue et de l'écoute
- Capacité d'adaptation

PUBLIC CONCERNÉ ET FINANCEMENT

Cette formation financée à 100%* est à destination des demandeur(se)s d'emploi inscrit(e)s à France Travail.

Après validation de votre candidature par l'entreprise, elle sera soumise à votre conseiller France Travail pour valider la cohérence entre votre profil et votre projet de formation.

COMPÉTENCES ET TECHNOLOGIES ABORDÉES

Catégorie	Module et objectifs	Durée (en jours)	Durée (en heures)
Méthode	Présentation de cursus Identifier les plateformes pédagogiques et les différents intervenants - Se connaître avec une activité "brise-glace"	0,5	3,5
Compétences transverses	Apprendre à apprendre Comprendre comment fonctionne notre cerveau en phase d'apprentissage - Utiliser une technique de prise de notes efficace - Mettre en pratique des stratégies d'apprentissage qui favorise la mémorisation	0,5	3,5
Relation client	Accueillir le client ou l'utilisateur et le renseigner Comprendre le rôle du CRCD - Identifier les attentes des clients - Prendre conscience de l'importance de la première impression - Maîtriser la communication verbale et paraverbale - Adopter un ton professionnel - Structurer un accueil efficace - Utiliser des formules adaptées - Développer l'écoute active - Utiliser la reformulation - Maintenir une attitude positive - Gérer le stress du client - Adapter son accueil selon le canal- Rédiger des messages professionnels	5	35
Relation client	Accompagner le client l'assister et le conseiller dans ses choix Définir l'accompagnement - Identifier les attentes - Maîtriser le questionnement - Analyser les informations - Construire un argumentaire clair - Adapter son discours - Identifier les objections - Répondre efficacement - Guider le client étape par étape - Rassurer et vérifier la compréhension - Adapter son accompagnement - Créer une expérience mémorable - Adapter selon le canal - Rédiger des réponses professionnelles	5	35
Compétences transverses	Gestion du stress et affirmation de soi Identifier les sources de stress - Appliquer des techniques de gestion des émotions - Développer l'assertivité	2	14
Compétences transverses	Gestion du temps Savoir optimiser son espace de travail et son temps - Utilisation matrice eisenhower - méthode 20/80 - méthode Pomodoro - Méthode des 5 S	1	7
Efficacité professionnelle	Consolider ses connaissances en langue française Revoir les règles essentielles de grammaire et d'orthographe - Identifier et corriger les erreurs fréquentes dans un contexte professionnel - Améliorer la qualité rédactionnelle et l'expression orale	2	14
Relation client	Communication écrite et orale Comprendre les principes d'une communication orale efficace - Adopter un ton professionnel et adapté à la relation client - Structurer un message écrit clair et concis (mail, chat) - Respecter les règles de politesse et le ton professionnel - Éviter les fautes et ambiguïtés dans les échanges écrits	3	21
Bureautique	Remise à niveau Word / Excel / Outlook	2	14

Relation client	Gérer les situations difficiles Identifier les types de situations difficiles (clients mécontents, agressifs, stressés) - Comprendre les causes et les impacts sur la relation client - Identifier ses propres mécanismes dans la gestion de situations conflictuelles - Utiliser l'écoute active pour apaiser le client - Maîtriser les techniques de reformulation et de validation - Employer un langage positif et rassurant - Adopter une posture assertive - Faire un feedback positif	5	35
Développement commercial	Réaliser des actions de prospection Identifier les différents types d'actions (suivi, relance, mise à jour, clôture) - Comprendre leur importance dans la satisfaction et la fidélisation - Connaître les outils et procédures internes - Utiliser efficacement les logiciels CRM et outils de suivi - Saisir et mettre à jour les informations clients avec précision - Garantir la traçabilité des actions - Effectuer des relances et suivis conformes aux procédures - Respecter les règles légales et de confidentialité - Adapter ses actions en cas de changement ou urgence - Être capable d'identifier sa cible - Connaître les différentes typologies de clients - Adapter son discours en fonction de la typologie client - Connaître les différentes objections et y répondre - Développer la résistance à l'échec - Formuler une accroche pertinente et impactante - Utiliser un discours commercial et impactant	5	35
Développement commercial	Fidéliser le client lors de vente et de prise de commande Définir la fidélisation et son importance dans la relation client - Identifier les leviers de fidélisation à distance - Comprendre les attentes et comportements des clients fidèles - Développer une communication personnalisée et engageante - Valoriser les avantages et bénéfices pour le client - Utiliser les techniques de reconnaissance et valorisation - Identifier les opportunités pour proposer des services complémentaires - Anticiper les besoins futurs du client - S'approprier la découverte client - Argumenter sans pression commerciale excessive - Argumenter dans le sens du bénéfice client - Mobiliser les techniques vues pour fidéliser un client - Évaluer ses compétences et définir un plan d'amélioration - Intégrer la fidélisation dans son quotidien professionnel - Développer sa force de persuasion - Déceler les freins à l'achat - Faire un bon closing	6	42
Développement commercial	Gérer un client difficile Identifier les différents profils de clients difficiles (agressif, impatient, méfiant) - Comprendre les causes de l'insatisfaction ou du conflit - Prendre conscience de l'impact émotionnel sur la relation client - Utiliser l'écoute active pour apaiser le client - Maîtriser les techniques de reformulation et de validation - Employer un langage positif et rassurant pour rétablir la confiance - Mobiliser les techniques vues pour gérer des cas complexes - Évaluer ses compétences et identifier ses axes de progrès - Élaborer un plan personnel pour améliorer la gestion des clients difficiles	3	21
Relation client	Gérer des situations de rétention Définir la rétention et son rôle dans la relation client - Identifier les causes de départ des clients (insatisfaction, concurrence, prix) - Comprendre les enjeux économiques et relationnels de la rétention - Détecter les indicateurs de désengagement (comportement, langage) - Analyser les besoins et motivations du client - Préparer une stratégie adaptée avant la prise de contact - Utiliser un langage positif et rassurant - Valoriser les avantages et bénéfices de la solution actuelle - Créer un climat de confiance pour éviter la rupture - Identifier les leviers de rétention (offres, services, avantages) - Adapter la proposition au profil et aux besoins du client - Respecter les règles commerciales et éthiques - Identifier les objections courantes en situation de rétention - Utiliser des techniques pour répondre efficacement - Maintenir une attitude positive et orientée solution - Adapter la rétention selon le canal (téléphone, mail, chat) - Rédiger des messages clairs et engageants - Utiliser les outils digitaux pour un suivi efficace	5	35
Compétences transverses	Développer ses compétences comportementales Les nouveaux contextes de travail - Faire le point sur sa cartographie de compétences - Communication - Intelligence émotionnelle - Se placer dans une dynamique positive - Optimiser les relations interpersonnelles	2	14

Relation client	Assurer le recouvrement amiable Définir le recouvrement et ses enjeux pour l'entreprise - Identifier les différents types de recouvrement (amiable, contentieux) - Connaître le cadre légal et réglementaire - Analyser la situation du client (historique, montant, délais) - Vérifier les informations contractuelles et factures - Définir une stratégie adaptée (relance, échéancier) - Adopter sa posture et sa communication - Utiliser l'écoute active pour comprendre les freins au paiement - Formuler des relances claires et professionnelles - Identifier les leviers pour faciliter le paiement (échéancier, remise) - Négocier sans compromettre la rentabilité - Respecter les procédures internes et légales - Réagir face à un client agressif ou de mauvaise foi - Maintenir son calme et son professionnalisme - Préparer le passage au recouvrement contentieux si nécessaire - Adapter la communication selon le canal (téléphone, mail, courrier) - Rédiger des relances écrites conformes et efficaces - Utiliser les outils digitaux pour le suivi	5	35
Validation des acquis	Mise en pratique à l'aide de l'Entreprise d'entraînement Pédagogique Mobiliser l'ensemble des compétences acquises dans les modules précédents (accueil, accompagnement, communication, gestion des situations difficiles, fidélisation, recouvrement) - Travailler en conditions proches du réel pour renforcer l'autonomie et la confiance - Évaluer la capacité à gérer un cycle complet de relation client à distance.	5	35
	Nb jours, heures	57	399

À PROPOS DES CERTIFICATIONS

Certification éditeur :

Les certifications éditeurs dépendent des éditeurs uniquement (PEGA, SAP, Salesforce, Microsoft, Red Hat...). Chaque éditeur a sa propre façon d'évaluer son candidat.

Cela se fait souvent par le biais d'un QCM chronométré. Sur cette base, il faut généralement obtenir un pourcentage de succès supérieur à 70%. Merci de prendre le temps de demander à vos interlocuteurs M2i le cadre et les conditions de ce passage.

Validation des acquis M2i :

La validation des acquis M2i se fait soit par un QCM chronométré, soit par un examen de fin de parcours où les candidats passent par groupes de 2 ou 3 devant un jury qui déterminera vos acquis suite à votre cursus de formation. Généralement cette soutenance est précédée de 3 jours de travaux pratiques en groupe afin de préparer cette soutenance. Les équipes M2i pourront vous guider dans votre projet.

LES PLUS DE M2I

Microsoft Teams Education, un outil de suivi et d'animation en présentiel et à distance :

- Espace de stockage collaboratif pour accéder aux différents supports de cours et cahiers d'exercices
- Fonctionnalités pour gérer des sessions à distance

La playlist e-learning : tous les apprenants ont accès avant, pendant et après le cursus à notre plateforme e-learning M2i Learning pour :

- Acquérir les connaissances prérequis avant de démarrer (sous condition de l'existence des modules pour combler les lacunes)
- Utiliser les modules conseillés par les formateurs pour faire de l'ancrage mémoriel sur des sujets abordés pendant la formation
- Revenir sur un sujet après la formation pour continuer à s'auto-former

MODALITÉS, MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formation délivrée en présentiel et/ou distanciel (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre des méthodes démonstratives et actives (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

MODALITÉS D'ACCÈS

Nos équipes accorderont toute leur attention au traitement de votre candidature et s'engagent à vous faire un premier retour dans un délai de 7 jours.

ADMISSION

- Dossier de candidature
- Test de vérification des prérequis
- Entretien
- Validation et éligibilité France Travail (dans le cas de certains dispositifs)

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Les détails de l'accueil des personnes en situation en handicap sont consultables sur la page [Politique Handicap](#).

POURQUOI CHOISIR M2I ?

- Un apprentissage métier proactif axé sur l'emploi et basé sur le faire avec l'accompagnement de nos formateurs tout au long du parcours.
- Un accès à des experts : bénéficiez de l'expertise de nos formateurs.
- En présentiel ou à distance : accès individuel aux ressources de formation et progression personnalisée si besoin.
- Outils de suivi collectif et individuels (espaces d'échanges et de partage en ligne, salles virtuelles si en présentiel ou à distance, supports de cours, TP, exercices).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Exemples de validation des acquis de formation :

- Travaux dirigés dans chaque module
- Mise en situation via des cas pratiques et un mini projet
- Certification (si prévue dans le programme de formation)
- Soutenance devant un jury de 30 à 40 min

