

PROGRAMME DE FORMATION

Se positionner face aux clients mécontents et aux incivilités

Objectifs de la formation

- Comprendre les mécanismes du conflit et de l'agressivité
- Poser des limites et faire respecter un cadre
- Connaître les techniques pour tenter de calmer la crise
- Se protéger et protéger l'équipe et les usagers

Programme

Quand le client voit rouge...

Parfois, les relations entre accueilli et accueillant dérapent : irrespect de règles, vol en boutique, insultes, ton très agressif, menaces, violences verbales et parfois physiques, etc. Ces situations sont parfois aggravées et donc encore plus complexes à gérer s'il y a eu abus d'alcool, drogues ou encore fragilité psychologiques voire problèmes psychiatriques.

Face à ce panel de situations, les accueillants sont souvent pris au dépourvu et gèrent la crise comme ils le peuvent à cet instant. Très souvent, ils vivent des émotions très fortes en parallèle, dont la peur, et se sentent souvent en insécurité.

Cette formation permet de mieux comprendre comment un client peut arriver à de tels comportements et donne des clés pour les gérer. Toutefois, l'accent sera surtout mis sur :

- la posture à adopter avant que la situation ne dégénère
- les actions à prendre pour se protéger en cas de dérapage
- l'après : débriefing, rapport, analyse...

Partie 1 : Comprendre les dérapages

Nombre de situations de crise et impact émotionnel

Le mécanisme de la crise : "sac à dos émotionnel" / déclencheur / émotion / problème réel et ressenti

La notion "d'apprentissage par l'échec" : "rater" une gestion de crise est normal car c'est un événement imprévu, qui prend au dépourvu et renvoie aux réactions de base : fuite/sidération/agression

Partie 2 : Anticiper pour éviter ou limiter la crise

Identifier les signaux faibles : quand une situation risque de basculer : indices physiques, para verbaux, verbaux

Le langage verbal et non-verbal : posture, ton, regard, distance de sécurité, mots interdits

Travailler sa posture de fermeté bienveillante : poser un cadre clair et non négociable

Partie 3 : Gérer ses émotions

Se connaître : les différents profils de personnalité : leurs forces et faiblesses dans la gestion des situations de crise

Techniques de régulation du stress en situation tendue : respiration...

Exercice : choisir sa réaction et sa "riposte" face à une attaque verbale – identifier toutes les réactions possibles et les conséquences

Débrief collectif : partage d'expériences et stratégies individuelles

Partie 4 : Gérer le client en crise (à partir des situations vécues)

Techniques de communication assertive (messages clairs, « je », reformulation) pour calmer la crise :

- o Se taire, rester calme
- o Faire parler, écouter et entendre le message : "vider le sac".
- o Reconnaître l'émotion vécue par le client
- o Questionner
- o Reformuler ce qui pose problème pour "calmer le jeu" : volet rationnel et émotionnel.
- o Le reconnecter à des faits et à du concret
- o Impliquer le client dans la recherche de solutions.
- o ...

Dire non, dire stop : o Savoir dire non ou stop sans se mettre en danger :

- o Dire non à la situation, pas à la personne
 - o Savoir rappeler les règles et la loi et les conséquences des propos ou actes (amendes, dépôt de plainte...)
 - o Mettre un client à la porte si nécessaire
- Mises en situation : client agressif, propos discriminatoires, non-respect des règles...

Partie 5 : Se protéger et protéger les autres

Rester à distance, prendre du recul physiquement

L'importance de l'aménagement de l'espace d'accueil pour pouvoir partir si besoin

Les boutons d'appel d'urgence

Passer la main :

- o Temporiser, gagner du temps
- o Faire appel à un collègue ou responsable
- o Faire appel à la police / gendarmerie

Partie 6 : Rendre compte des faits

Traçabilité et importance du suivi

Rédiger un compte-rendu factuel et objectif

Débriefing pour analyser, comprendre (volet rationnel et émotionnel) et entraîner le cerveau pour une potentielle prochaine crise

Préserver son équilibre émotionnel après un événement difficile

Renforcer ses stratégies personnelles et collectives

Méthodes et supports

- 30% apports théoriques PowerPoint
- 30% apports théoriques issus d'une méthode participative : question au groupe, réflexion en sous-groupe...
- 40% exercices de mise en application – validation des acquis : travail individuel ou en sous-groupe pour vérifier la bonne compréhension des apports théoriques.
- Chaque participant devra lister la ou les situations qu'il/elle a déjà vécu et sur lesquelles il/elle souhaite travailler.
- Support pédagogique sur lequel figurent les diapos du PPT et les exercices à réaliser en formation.

Public

Personnel en situation d'accueil

Prérequis

Avant la formation, chaque participant devra lister la ou les situations qu'il/elle a déjà vécu et sur lesquelles il/elle souhaite travailler.



Informations complémentaires

La formation est dispensée par Caroline BELIN, formatrice et consultante spécialisée dans le tourisme depuis plus de 20 ans. Elle accompagne sur toute la France les structures touristiques sur les thématiques suivantes : relation client (accueil, conseil en séjour, gestion de conflits), relation aux socioprofessionnels (animer son réseau, repenser son offre de services), vente (techniques de vente par le conseil, boutique) et l'aménagement des espaces d'accueil.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Évaluation des acquis par l'intervenante en fonction des objectifs visés : QCM
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain de la formation

Indicateurs de résultat (Post-Evaluation)

Durée

1.00 jour(s)

7:00 heures