



Transformer
le pépin en
pépité®

Nos formations 2026

POUR TOUS LES EXPERTS
DE LA RELATION CLIENT

VOUS VOULEZ DES CLIENTS SATISFAITS ET DES
COLLABORATEURS HEUREUX ? FORMEZ VOS ÉQUIPES !



Qualiopi 
processus certifié

 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée
au titre de la catégorie suivante : action de formation

amarc

PRÉSENTATION

Depuis près de 20 ans, l'AMARC a accompagné plus de 300 entreprises dans la professionnalisation du traitement et de la gestion de leurs réclamations clients.

Acquisition de méthodes et de savoir-faire, appropriation et partage de bonnes pratiques, plan de progrès personnalisé... autant d'objectifs poursuivis lors de nos formations.

Notre offre évolue chaque année pour mieux répondre aux nouvelles réalités de notre profession. **Proposées en inter-entreprises, nos formations sont également réalisées en intra.**



Reprendre de l'inspiration



S'approprier des bonnes pratiques



Acquérir un savoir-faire



Développer son réseau



VOTRE RESPONSABLE PROJET

Claire du Ranquet,
Responsable des formations AMARC
cduranquet@amarc.asso.fr | 06 85 11 13 31
contact@amarc.asso.fr | 01 48 24 53 97
AMARC - 67 rue de Chabrol - 75010

SOMMAIRE

Pour les équipes en contact
avec les clients mécontents

Gérer les réclamations par courrier ou email
Session de 2 jours (15h)

6

Gérer les réclamations par téléphone
Session de 2 jours (15h)

8

**Gérer son stress et les émotions
lors de situations conflictuelles**
Session de 2 jours (15h)

10

Gérer la relation client digitale
*Session d'une journée (7h30)
+ 2h30 de coaching individuel optionnel*

12

Pour les managers et encadrants
des services relations et réclamations client

Intégrer l'IA dans son management des réclamations
Session d'une journée (6h30)

15

**Gagnez 6 mois dans la prise en main
de votre service relation client**
Session de 3 jours dont une journée de LearnEx (21h)

17

**Infos pratiques, méthodes pédagogiques,
modalités d'inscription**

21

Formations intra-entreprise

23

QUELQUES CHIFFRES

EN 2024



4/5

de nos formations sont adaptables en intra-entreprises



+ DE 800

collaborateurs formés



37%

des entreprises renouvelle une ou plusieurs demandes de formations auprès de l'AMARC



4,7/5

la note de recommandation de nos formations



9,2/10

la note moyenne de satisfaction





Les formations

POUR LES ÉQUIPES
EN CONTACT
AVEC LES CLIENTS MÉCONTENTES

GÉRER LES RÉCLAMATIONS PAR COURRIER OU EMAIL



jeudi 12 - vendredi 13 mars 2026 (15h)

lundi 21 - mardi 22 septembre 2026 (15h)

En présentiel, 67 rue de Chabrol (75010)

1 050 € HT

(tarif entreprise adhérente)

1 250 € HT

(tarif entreprise non adhérente)

Public concerné et prérequis

Cette formation s'adresse à toute personne amenée à répondre aux réclamations par courrier ou email.

Aucun prérequis n'est demandé pour cette formation.

Objectifs

- **Mieux comprendre et accepter les comportements du client** réclamant et acquérir une posture de bienveillance face à ses émotions
- **Mieux comprendre les enjeux d'un bon traitement de la réclamation** et la valeur ajoutée de son métier
- Etre capable **d'analyser un courrier**
- **Savoir reformuler toutes les demandes du client** et disposer d'éléments de langage pour répondre aux clients, traduire les informations techniques de façon claire, concise et facilement compréhensible par le client
- Etre capable de **construire un courrier** selon une méthode
- Etre capable d'écrire un courrier satisfaisant pour le client – et parfois **conforme à la réglementation**
- **Savoir dire non** lorsque la situation l'exige, en pensant les contraintes et les procédures sous l'angle de l'intérêt du client, pour les expliquer avec souplesse
- **Gagner en professionnalisme** dans les tournures de phrases et la façon de répondre
- **Dépasser les obstacles liés aux habitudes**, et sortir des réponses techniques

Programme

JOUR 1

Prise de recul et échanges pour s'approprier la définition d'une réclamation

Réflexions et échanges sur l'intérêt pour une entreprise de gérer les clients insatisfaits



Analyse des comportements des clients réclamants et recherche des leviers de satisfaction

Des clés et une méthode pour construire une réponse à une réclamation

Les fondamentaux d'une communication « gagnante »

Travail sur les mots qui tuent et les mots qui apaisent

Entraînements sur des cas réels

JOUR 2

Validation des acquis du premier jour

Découverte de ses réflexes relationnels et de leurs conséquences

Travail sur les différentes personnalités clients et s'y adapter

Focus sur les situations difficiles : gérer les clients agressifs, poser les limites, pratiquer l'assertivité

Entraînements : les participants mettent en pratique les méthodes découvertes, sur des courriers génériques ou leurs propres courriers.

Conclusion et bilan



Des exercices pratiques pour appliquer la méthode sur **ses propres réclamations**



Des **formatrices expertes** de la réclamation client



Des échanges entre pairs issus de secteurs différents pour progresser et **construire son réseau professionnel**



Catherine RUCKI



Maryse DUPONT



Isabelle GUIU

Domaines d'expertise : gestion de la relation client, gestion des réclamations clients, management des équipes

GÉRER LES RÉCLAMATIONS PAR TÉLÉPHONE



jeudi 29 - vendredi 30 janvier 2026 (15h)
jeudi 4 - vendredi 5 juin 2026 (15h)
jeudi 26 - vendredi 27 novembre (15h)
En présentiel, 67 rue de Chabrol (75010)

1 050 € HT
(tarif entreprise adhérente)

1 250 € HT
(tarif entreprise non adhérente)

Public concerné et prérequis

Cette formation s'adresse à toute personne amenée à répondre aux réclamations par téléphone.

Aucun prérequis n'est demandé pour cette formation.

Objectifs

- **Mieux comprendre et accepter** les comportements du client réclamant et acquérir une posture de bienveillance face à ses émotions
- **Mieux comprendre les enjeux d'un bon traitement** de la réclamation et la valeur ajoutée de son métier
- **Etre capable d'accueillir** en gardant son sang-froid, favoriser l'expression et accuser réception
- **Apprendre à contrôler** ses émotions et pratiquer l'empathie pour prendre en compte avec sincérité les émotions du client et ramener l'échange sur un terrain rationnel
- **Disposer d'éléments de langage** pour répondre aux clients, traduire les informations techniques de façon claire, concise et facilement compréhensible par le client
- **Savoir analyser la situation** et s'impliquer dans la recherche de solutions
- **Savoir dire non** lorsque la situation l'exige, en pensant les contraintes et les procédures sous l'angle de l'intérêt du client, pour les expliquer avec souplesse
- **Faire face aux objections avec bienveillance**, considérant toute critique comme légitime
- **Apprendre à traiter les erreurs** de façon à les transformer en opportunités d'étonner le client et de le fidéliser
- **Conclure sur une recherche de confiance** et une incitation à garder le contact.

Programme

JOUR 1

Prise de recul et échanges pour s'approprier la définition d'une réclamation



Réflexions et échanges sur l'intérêt pour une entreprise de gérer les clients insatisfaits

Analyse des comportements des clients réclamants et recherche des leviers de satisfaction

Des clés et une méthode pour construire une réponse à une réclamation
Les fondamentaux d'une communication « gagnante »

Travail sur les mots qui tuent et les mots qui apaisent

Entraînements sur des cas réels

JOUR 2

Validation des acquis du 1er jour

Découverte de ses réflexes relationnels et de leurs conséquences

Travail sur les différentes personnalités clients et comment s'y adapter

Focus sur les situations difficiles : comment gérer les clients agressifs ?
Comment poser les limites ? > Apprentissage de l'assertivité

Conclusion et bilan



Des exercices pratiques pour appliquer la méthode sur **ses propres réclamations**



Des **formatrices expertes** de la réclamation client



Des échanges entre pairs issus de secteurs différents pour progresser et **construire son réseau professionnel**



Catherine RUCKI



Maryse DUPONT



Isabelle GUIU

Domaines d'expertise : gestion de la relation client, gestion des réclamations clients, management des équipes

GÉRER SON STRESS ET LES INCIVILITÉS LORS DE SITUATIONS CONFLICTUELLES



mercredi 17 - jeudi 18 juin (15h)
jeudi 3 - vendredi 4 décembre (15h)
En présentiel, 67 rue de Chabrol (75010)

1 050 € HT
(tarif entreprise adhérente)

1 250 € HT
(tarif entreprise non adhérente)

Public concerné et prérequis

Cette formation s'adresse à toute personne amenée à répondre aux clients par téléphone ou en face à face.

Aucun prérequis n'est demandé pour cette formation.

Objectifs

- **Comprendre les mécanismes du stress** et identifier nos « stresseurs » pour mieux les désamorcer.
- **Identifier ses sources de stress et ses croyances** pour mieux gérer son stress au quotidien et dans la durée
- **S'approprier des outils** de gestion du stress
- **Reprendre confiance en soi** pour retrouver du sens dans son travail
- **Définir et comprendre les incivilités**
- **Faire preuve d'empathie** et se positionner en allié vis-à-vis du client
- **Gérer et désamorcer les situations conflictuelles**

Programme

Gérer son stress

Comprendre le fonctionnement du stress, connaître ses propres facteurs de stress
Se protéger des émotions négatives dans sa vie professionnelle
Adopter des réflexes ponctuels anti stress, astuces anti trac issues du théâtre

Exercices pratiques

Découvrir ses ressources personnelles

Développer son estime de soi et sa confiance en soi
Identifier et vaincre ses croyances limitantes
Identifier ses ressources et capitaliser sur elles

Test individuel sur les croyances limitantes



Canaliser le stress chronique

Prendre de la hauteur

Utiliser les bonnes positions de vie et la visualisation positive

Préparer ses scénarii pour les situations conflictuelles les plus fréquentes

Connaître ses recours internes en cas d'entretiens extrêmes

Adopter les bons comportements en situation tendue

Distinguer les zones d'influence et de préoccupation : ce qui dépend de moi ou pas

Rester aux commandes de l'entretien

S'excuser sans s'abaisser

Distinguer faits, opinions et ressenti, chez soi et chez l'autre

Bannir les comportements redoutables

Pratiquer une attitude responsable et un comportement d'allié

Test individuel sur l'assertivité

Applications et partage de bonnes pratiques

Analyse d'un extrait de film sur une situation tendue

Simulations d'entretiens sensibles, mise en commun des bonnes pratiques.

Recherche de formulations / attitudes alternatives

Liens avec les acquis précédents



Des apports théoriques pour **mieux comprendre le fonctionnement du stress et ses leviers pour mieux gérer les émotions**



Des séances d'animation **courtes, rapides et ludiques avec des mises en situation** pour expérimenter les outils proposés



Une boîte à outils pour prévenir et gérer les incivilités



Des échanges entre pairs issus de secteurs différents pour **progresser et construire son réseau professionnel**



Catherine OBRECHT



Magalie HUBERT



Raphaël MANAS

*Domaines d'expertise : gestion des conflits
et des incivilités, gestion des personnalités difficiles, gestion
du stress et des émotions, management et leadership,
communication interpersonnelle.*

GÉRER LA RELATION CLIENT DIGITALE



lundi 14 septembre (7h30)

En présentiel, 67 rue de Chabrol (75010)

+ option de 2h30 de coaching individuel

En visio, date à fixer avec la formatrice durant la formation

750 € HT

(tarif entreprise adhérente)

900 € HT

(tarif entreprise non adhérente)

+ 150 € HT

coaching optionnel

Public concerné et prérequis

Cette formation s'adresse à toute personne amenée à répondre aux réclamations sur le web, niveau débutant : community manager, collaborateur relation et réclamation client, responsable marketing, responsable brand content, responsable de marque, responsable digital, écoute client.

Aucun prérequis n'est demandé pour cette formation.

Objectifs

- Comprendre les enjeux spécifiques du traitement du Social Web
- **Intégrer les codes et usages**, les cas spécifiques : les forums, les stores...
- Savoir **quand et comment interagir** avec les clients
- Repérer et comprendre les **différents profils de clients** sur les réseaux sociaux
- **Améliorer son style** et enrichir son vocabulaire pour l'adapter au canal de réponse
- Apprendre à écrire dynamique et **développer ses compétences rédactionnelles**
- **Gérer les situations difficiles**, modérer les conversations et anticiper les buzzs
- **Solliciter un retour positif** pour alimenter les espaces digitaux en vue de la satisfaction client

Programme

Comprendre l'évolution de la relation client 3.0

Repérer les profils des clients sur les réseaux sociaux et savoir quand interagir

Apprendre à structurer ses messages.



S'entraîner à répondre sur Facebook, Trustpilot, X

La relation sur les forums ou répondre aux avis
(selon les cas des participants)

Gérer les cas difficiles et **éviter le bad buzz**

Développer son vocabulaire et repérer les mots percutants



Des apports théoriques
pour mieux comprendre les enjeux
et l'environnement digital,
et acquérir une méthode.



Des exercices pratiques
pour appliquer la méthode et améliorer
son style adapté aux différents canaux.



**Des échanges entre pairs issus
de secteurs différents** pour progresser
et construire son réseau professionnel.



Un coaching personnalisé,
sur des cas réels rencontrés
en entreprise.



Vanessa VIALARD

*Domaines d'expertise : relation client écrite & digitale,
vente et négociation, management de proximité,
management des centres de contacts*



La formation

**POUR LES MANAGERS
ET ENCADRANTS
DES SERVICES RELATIONS
ET RÉCLAMATIONS CLIENT**

INTÉGRER L'IA DANS SON MANAGEMENT DES RÉCLAMATIONS



jeudi 9 avril 2026

jeudi 17 septembre 2026

jeudi 5 novembre 2026

En présentiel, 67 rue de Chabrol (75010)

950€HT

(tarif entreprise adhérente)

1250€HT

(tarif entreprise non adhérente)

Public concerné et prérequis

Cette formation s'adresse aux managers de SRC.

Aucun prérequis n'est demandé pour cette formation.

**Nouveauté
2026 !**

Objectifs

- **Comprendre les fondamentaux de l'IA générative** et ce qu'elle permet concrètement pour les métiers de la réclamation client.
- **Identifier les opportunités et limites de l'IA** sur l'ensemble de la chaîne de valeur de la réclamation (réception, qualification, traitement, clôture, prévention).
- **Savoir rédiger des prompts efficaces** adaptés aux situations de réclamation, en conciliant efficacité, conformité et qualité relationnelle / empathie.
- Être capable de co-concevoir et **tester des cas d'usage IA** à partir de situations réelles issues des organisations des participants.
- **Créer un premier assistant IA personnalisé** pour soutenir le traitement des réclamations dans son environnement professionnel.
- **Se projeter sur l'évolution des métiers de la réclamation** avec l'émergence des agents IA, en identifiant freins, risques, facteurs clés de succès et bonnes pratiques éthiques.

Programme

MATIN

Masterclass « Fondamentaux de l'IA Générative »

Comprendre les fondamentaux de l'IA Générative et ce que cela permet de manière concrète et accessible à des métiers non techniques, découvrir des exemples réels français ou internationaux, les risques et questions éthiques et se projeter sur le futur des métiers avec l'émergence des agents IA.

Introduction au fonctionnement du prompt

Comprendre comment construire des prompts efficaces pour tirer le meilleur parti des outils d'IA Générative sans déléguer son savoir-faire métier.



Atelier pratique spécifique, métiers de la réclamation clients

Session pratique centrée sur la rédaction de prompts adaptés aux métiers de la réclamation client alliant efficacité opérationnelle et qualité relationnelle. *Les participants travaillent sur des cas réels personnalisés et adaptés à leurs secteurs d'activité.*

Atelier introduction aux assistants IA

Session pratique permettant aux participants de créer leur premier assistant IA personnalisé, directement utilisable dans leur environnement professionnel.

Atelier collaboratif et Q&A

Session de réflexion en sous-groupes sur l'évolution des métiers de la réclamation client à l'ère de l'IA générative. *Les participants collaborent pour identifier les opportunités d'implémentation concrètes dans leurs organisations respectives, les freins potentiels et les facteurs clés de succès.*



Une formation ultra ciblée **“réclamation client”**



Une approche **100 % opérationnelle** : exercices concrets sur des cas réels, prompts travaillés en direct, production d'outputs directement réutilisables.



Accompagnement par un cofondateur 4humens ayant une expérience significative **(+7 000 professionnels formés, multi-secteurs)**.



Méthodologie éprouvée en 4 temps (cadrage – préparation – animation – suivi) déjà appliquée à plus de 14 000 professionnels.



Paul Favé



Kirthigan VIJEYAKUMAR

4humens accompagne les organisations dans leur transformation par l'IA générative. L'approche singulière de 4humens valorise l'expertise métier plutôt que de la remplacer, créant des ponts durables entre technologie et savoir-faire métier.

GAGNEZ 6 MOIS DANS LA PRISE EN MAIN DE VOTRE SERVICE RELATION CLIENT



Lundi 29 et mardi 30 juin 2026

+ lundi 28 septembre (21h)

En présentiel, 67 rue de Chabrol (75010)

2 100 € HT

(tarif entreprise adhérente)

2 600 € HT

(tarif entreprise non adhérente)

Public concerné et prérequis

Cette formation s'adresse aux responsables de SRC, professionnels de la relation client en position de manager/décideur, en prise de poste, idéalement depuis moins de deux ans.

Aucun prérequis n'est demandé pour cette formation.

Objectifs

- Prendre 3 jours **de recul pour reprendre de l'inspiration** et faire le point sur l'activité de son SRC en regard des attentes d'aujourd'hui
- **Identifier et comprendre les évolutions** des attentes des clients et des collaborateurs pour singulariser l'expérience client, créer de la valeur et s'adapter aux nouveaux standards
- S'approprier les enjeux du management de l'insatisfaction client et **s'inspirer des bonnes pratiques partagées au sein de l'AMARC**, le réseau expert des professionnels de la réclamation client
- S'approprier des **outils pour accompagner ses équipes** dans le traitement des réclamations
- **Evaluer la performance de son service** et disposer d'un benchmark des mesures existantes
- **Comprendre la culture client** et identifier des leviers de transformation
- **Bénéficier des interventions d'experts** pour construire une vision à 360° du management de l'insatisfaction client
- **Bénéficier de retours d'expériences opérationnels de praticiens**

JOUR 1



Marie-Louis JULLIEN

Fonction : Délégué général de l'AMARC

Expertise : Management de l'insatisfaction client, animateur de groupes de travail et de convention thématiques

Enjeux et bonnes pratiques du management de l'insatisfaction client

- S'approprier les nouveaux enjeux de la réclamation client
- Identifier les 6 étapes pour initier une démarche orientée réclamation client
- S'inspirer d'un panorama de bonnes pratiques, issues d'un benchmark d'entreprises



Thierry SPENCER

Fonction : Co-fondateur de KPAM

Expertise : Consultant, conférencier, auteur d'ouvrages et blogueur sur Sensduclient.com

Thème de prédilection : le service, la relation client, l'expérience client et les tendances de la relation client.

Tendances de la relation client et incidences sur l'accompagnement des équipes

- Comprendre les nouvelles attentes des clients et relever son niveau d'exigence opérationnelle
- Bénéficier de bonnes pratiques pour gérer la relation à distance et s'adapter aux nouveaux standards
- Disposer d'un panorama des métiers du service client : profil et compétences
- Comment penser l'expérience en symétrie et prendre soin des collaborateurs ?

JOUR 2



Laurent GARNIER

Fonction : Co-fondateur de KPAM

Expertise : Etudes et analyses de la voix du client et des collaborateurs, parcours « miroir », KPAM a réalisé plus de 650 modélisations de parcours clients et accompagnés plus de 150 entreprises sur leur projet "expérience Client" ces 10 dernières années

Expérience client et expérience collaborateurs

- Découvrir les 10 typologies de comportements de clients réclamants
- Identifier les 9 visages du collaborateur en contact avec les clients
- Quelques clés pour coordonner l'expérience client et l'expérience collaborateur
- Bonnes pratiques pour investir les moments clés du parcours client



Daniel RAY

Fonction : Professeur de marketing à Grenoble Ecole de Management et directeur de l'Institut du Capital Client

Expertise : Créateur du COS et du complaint model, KPI's, étude, fidélité, satisfaction, réclamation et culture client

Culture client et KPI : de la mesure à l'action

Le management opérationnel et relationnel de votre SRC :

- Disposer d'un état des lieux des mesures existantes, et de quelques clés pour comprendre les utilisations possibles de ces indicateurs de performance
- Evaluer la performance de votre service client, à quoi ça sert ?
Présentation du Complaint Model
- Valoriser les pépains en pépites au-delà de l'analyse qualité

JOUR 3



Florence BOUCHOT

Fonction : Permacultrice client et responsable Culture Client de FDJ United

Expertise : culture client, expérience client, expérience collaborateur, satisfaction client, accompagnement des collaborateurs, design et mesure de dispositifs culture client, amélioration continue

La culture client en pratique

- Identifier les besoins, les leviers et les dispositifs pour insuffler une culture client, adaptée aux enjeux et à la maturité de son organisation
- Évaluer et ajuster les dispositifs culture client
- Partage de retours d'expériences dans la mise en place de différents programmes culture client et échanges.



Stéphane BOURRIER

Fonction : Directeur de BU du groupe UCPA

Expertise : relation client, expérience client, management de la qualité, gestion de crise, Top Management et ComEx

Gagner 6 mois dans la prise en main de son SRC ?

- Positionner son service client comme un véritable centre de profit
- Mobiliser le soutien de sa direction générale
- Quelques clés pour coordonner l'expérience client et l'expérience collaborateur
- Choisir des actions à mettre en place afin d'améliorer son management de la réclamation, orientées clients et collaborateurs
- Choisir et exploiter ses indicateurs en fonction de ses enjeux



Des interventions d'experts
pour bénéficier de retours d'expériences
concrets



Un **benchmark** de bonnes
pratiques issues de
différents secteurs



Une prise de recul et une inspiration
pour accélérer la mise en place de projets
orientés réclamations clients



Des échanges entre pairs issus
de secteurs différents pour progresser
et **construire son réseau professionnel**

“ ILS ONT PARTICIPÉ À NOS **FORMATIONS** ”

“Un grand merci Catherine pour **ta disponibilité, ton dynamisme, ton écoute**, ton empathie et tes conseils pertinents ! Un grand merci également à toute l'équipe de l'Amarc pour votre accueil chaleureux. Cette formation a été un réel plaisir.”

“Félicitations aux intervenants pour **leur grand professionnalisme et la qualité de leurs interventions**, ainsi que pour leur écoute attentive et leur capacité à répondre avec clarté et bienveillance aux questions des participants.”

“Maryse est une excellente formatrice, elle sait mettre à l'aise et nous faire participer (le format est top sous format d'atelier).
Son partage d'expérience est un atout !”

“La formatrice a su **donner la parole et exploiter notre vécu professionnel** pour rendre la formation la plus rapprochée à notre réalité/quotidien.”



MÉTHODES PÉDAGOGIQUES & INFORMATIONS PRATIQUES

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES DES FORMATIONS INTER-ENTREPRISES

L'AMARC propose aux stagiaires une formation en présentiel, leur permettant de **prendre du recul**, de **sortir de leur quotidien** pour mieux appréhender les enjeux de leur métier.

L'animation proposée en inter-entreprises **favorise les échanges de bonnes pratiques** entre organisations de secteurs variés, le développement de son réseau professionnel pour aller au-delà de la simple acquisition de compétences.

MOYENS PÉDAGOGIQUES



SUPPORT DE FORMATION

A l'issue de chaque session, le support de formation est transmis aux apprenants.



FICHE MÉMO

Pour certains modules, une **Fiche Mémo** synthétisant les éléments clefs de la formation est donnée aux apprenants.



BONNES PRATIQUES

Votre entreprise est adhérente à l'AMARC ? Un accès à notre guide de **Bonnes pratiques** : www.bonnespratiques.amarc.asso.fr est donné à votre collaborateur.



HEBDO DE L'AMARC

Nous invitons les stagiaires à s'inscrire à **notre newsletter hebdomadaire**, pour disposer d'une revue de presse de la profession.

Des participants
acteurs de leur
apprentissage !

ÉVALUATIONS

En amont de la formation, les stagiaires reçoivent un questionnaire pour évaluer leur niveau de compétences et recueillir leurs attentes.

Pendant la formation, des exercices et des cas pratiques permettent à chaque stagiaire d'évaluer ses acquis.

À l'issue de la formation, un questionnaire est adressé à chaque participant pour évaluer sa satisfaction mais également sa progression.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

ACCESSIBILITÉ

Nos locaux au 67 rue de Chabrol (75010), ne sont pas accessibles aux personnes à mobilité réduite. Si le stagiaire présente un handicap, quel qu'il soit, nous vous remercions de nous en informer le plus rapidement possible afin que nous puissions proposer les mesures nécessaires au bon déroulement de la formation.

Pour trouver un hôtel proche du lieu de la formation ou pour toute autre demande particulière, contactez-nous par mail à **contact@amarc.asso.fr** ou par téléphone au **01 48 24 52 97**.

HORAIRES

Ils vous sont communiquées dans votre convocation. Sauf exceptions, voici les horaires de nos formations inter-entreprises.

1er jour : 9h30 - 18h00

2e jour : 9h00 - 17h30

FRAIS PRIS EN CHARGE

Pour les formations organisées en inter-entreprises, **l'AMARC prend en charge les frais de déjeuner et s'occupe de son organisation.** L'AMARC gère et prend en charge également les collations durant la journée.

L'AMARC ne prend pas en charge les frais de déplacements et d'hébergement.

COMMENT S'INSCRIRE ?

Pour vous inscrire, téléchargez et complétez le bulletin à télécharger depuis les pages de chaque formation sur www.amarc.asso.fr et renvoyer-le :

- par **courrier**
AMARC
67, rue de Chabrol
75010 Paris
- par **email**
contact@amarc.asso.fr
avec en copie :
cduranquet@amarc.asso.fr

Contactez-nous !



01 48 24 53 97
contact@amarc.asso.fr

FORMATION INTRA-ENTREPRISE

Nos formations pour les équipes en contact avec les clients proposées dans ce catalogue **sont déployables en intra-entreprises.**

Sauf cas exceptionnel, les sessions intra-entreprises sont animées dans vos locaux, **et s'adaptent à vos besoins organisationnels.**

Cette approche, vous permet de bénéficier d'une réponse **au plus proche de vos problématiques** et vous permet de former de plus larges effectifs.



Nos formations intra-entreprises sont facturées sur la base de **notre tarif journalier de 1 605 € HT**. Chaque mission comprend un temps de préparation et de pilotage, usuellement forfaité à une journée. Nos prix sont soumis à la TVA (20%).

Les éventuels frais de déplacement, d'hébergement ou de restauration sont facturés à l'entreprise.

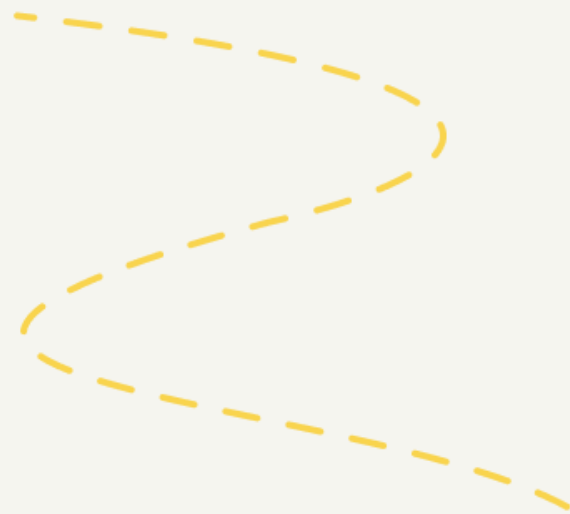


CONDITIONS D'INSCRIPTION

Toute admission à la formation **est soumise à une inscription préalable et à validation des prérequis du stagiaire**. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 1 semaine avant la formation. Les frais de participation comprennent la formation, les pauses café, le déjeuner ainsi que les documents pédagogiques. L'AMARC se réserve le droit d'annuler de reporter ou de modifier le contenu du programme ou le lieu si des circonstances l'y obligent.

ANNULATION

Toute annulation doit nous parvenir par écrit au plus tard 7 jours avant le début de la formation. Passé ce délai, la formation vous sera facturée. Vous avez cependant la possibilité de vous faire remplacer en nous communiquant par écrit les noms et coordonnées du remplaçant.



La certification qualité a été délivrée au titre
DE LA CATÉGORIE D'ACTION SUIVANTE : ACTIONS DE FORMATION



TOUTES NOS ACTIVITÉS

pour
+ d'info



3 CONVENTIONS

Ces **matinées thématiques** réunissent les adhérents autour de **témoignages** de personnalités, experts, dirigeants et acteurs de la relation client qui partagent leurs **visions & bonnes pratiques**.



8 CLUBS MÉTIERS

Des réunions par **secteurs d'activité** pour traiter de sujets spécifiques à leur environnement métier. Ces rencontres favorisent la **mise en relation et l'entraide entre adhérents** !

Agro' | Banque, Assurance & Mutuelle | BtoB | Distri' | HRT | Immo'
Mobilité | Utilities & Telecom



3 CLUBS RÉGIONAUX

Des **journées thématiques** dans le Nord, l'Ouest et le Sud de la France, rythmées par la découverte d'une entreprise, sa politique relationnelle, et un benchmark multi-sectoriel entre participants.

Club Pôle Nord | Club Grand Ouest | Club Plein Sud



11 PÉPITE CAFÉS

Des **webinaires mensuels** mettant en scène des **cas clients** animés par des experts en relation client issus de différents horizons : *cabinets d'étude ou de conseil, éditeurs de logiciels, centres de contacts, formateurs...*



5 FORMATIONS

Des formations **concrètes & interactives** pour acquérir des méthodes et savoirs-faire pour professionnaliser les équipes & managers.

Formations **déployées en inter-entreprises et en intra.**



Transformer
le pépin en
pépité®