

MARKETING, COMMUNICATION, DÉVELOPPEMENT DES VENTES, DE LA DIFFUSION ET DE L'AUDIENCE

# Chargé / chargée de relations clients



**SOUS-FAMILLE :** Relation clients

**AUTRES APPELLATIONS :** Conseiller / conseillère en relation client

Employé / employée abonnement Chargé / chargée de clientèle

**CODE ROME :** M1704 - Responsable relation client (CRM)

Interlocuteur principal / interlocutrice principale du client, le chargé / la chargée de clientèle assure un suivi quotidien des abonnés, répond à leurs réclamations, leur propose des actions commerciales, selon les objectifs de satisfaction établis. A ce titre, il / elle contribue à la fidélisation des clients.

## Activités

### Activités principales

#### Suivi de la clientèle

- Assurer le suivi de la clientèle
- Qualifier et gérer la base de données clients
- Traiter les réclamations des clients
- Proposer des solutions techniques à un client

#### Promotion commerciale

- Élargir le portefeuille clients au travers d'activités de prospection ou de réponses aux demandes entrantes (réseaux sociaux, live chat...) en tenant compte des cibles de l'entreprise

### Variabilité des activités

**D**ans certaines structures, le chargé / la chargée de relations clients peut avoir une spécialisation technique et thématique (facturation, saisie abonnement, etc.). Aussi, le niveau d'externalisation de ses activités varie selon les titres.

## Compétences

### Compétences stratégiques

Planifier le suivi des clients

### Compétences techniques

Accompagner / conseiller les clients à la prise en main des différents supports

Utiliser des scénarii, des scripts ou des courriers de réponses aux clients en fonction des situations

Prioriser les interventions en respectant les délais de traitement et les consignes en vigueur

### Compétences relationnelles

Ecouter ou reformuler une réclamation pour rassurer un client et dédramatiser une situation

Apporter des solutions aux clients ou le diriger vers l'interlocuteur approprié

Garantir la satisfaction du client tout en veillant au respect des procédures et des délais de traitement

## Connaissances

Communication et conduite de projets

- Techniques et outils de communication orale / écrite

Environnement professionnel

- Sources d'information de son secteur (base de données, documentation, Internet,..)
- Gammes de produits et services de l'entreprise
- Connaissance de l'environnement, du secteur, des acteurs et de la concurrence
- Connaissance des publics, de leurs attentes et comportements de lecture

Logiciel

- Procédures SAV
- Outil CRM

## Voies d'accès et passerelles

### Profils

A parti d'un niveau BTS en management des unités commerciales, négociation et relation client, marketing, commercial, etc.

### Expérience

Pas d'expérience requise

### Envie de changer de métier ?

Retrouvez ci-dessous les passerelles envisageables au sein du des métiers de la presse et des agences de presse, sur la base de plusieurs critères de proximité.

