

"La relation client en amont des inscriptions"



2019 **21/22**
NOVEMBRE

9^{ème}
journées

INSCRIPTION AUX
ATELIERS PERSONNELS
ADMINISTRATIFS

GROUPEMENT
fle
Apprendre le français en France

SÉMINAIRES, ATELIERS, ÉCHANGES
pour enseignants et personnels administratifs



Votre visibilité

COMMENT SE FAIRE CONNAITRE?

- SUR UN SALON PROFESSIONNEL
- VIA UNE AGENCE

Importance de la relation agence . Nous sommes dans un monde de concurrence . Pourquoi votre école et pas une autre?

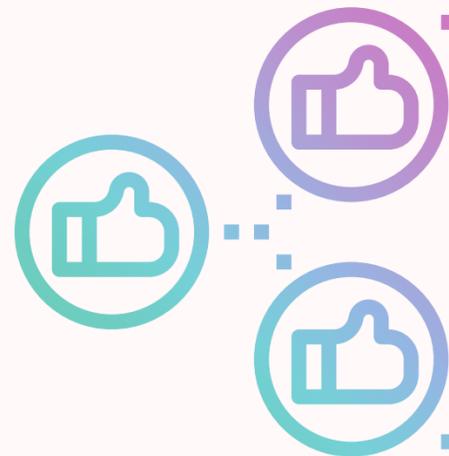
- VIA INTERNET



Importance du site Web, des réseaux sociaux et de tout type de publicité.

- PAR RECOMMANDATION?

Importance de la réputation.





Le processus d'inscription



Ce processus dépend un peu,voire beaucoup, de la taille de l'école .
Les inscriptions sont elles faites via une plateforme ?
Sont- elles faites de façon "traditionnelle "?

1) VIA UN LOGICIEL

Attention aux messages modèles qui peuvent vite être impersonnels!

2) TRADITIONNEL

Avantage : la relation est plus personnelle .

Inconvénient : plus de temps pris pour répondre aux demandes.

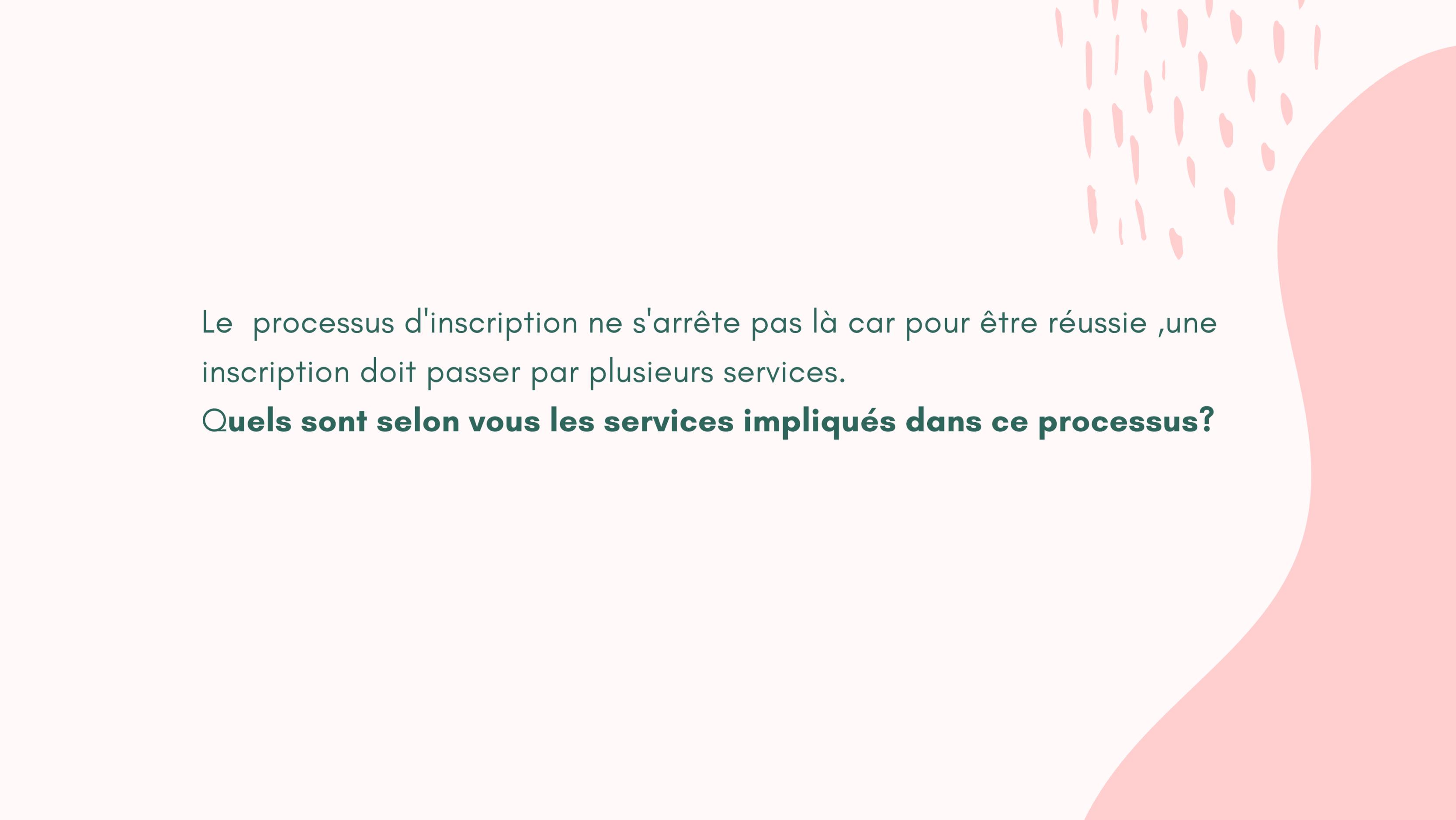
Quelque soit le mode d'inscription , n'oubliez pas que votre discours doit être positif, encourageant , adjuvant.



POSITIVE
VIBES

LES ETAPES D'UNE INSCRIPTION

Quelles sont pour vous les étapes du processus d'inscription?



Le processus d'inscription ne s'arrête pas là car pour être réussie ,une inscription doit passer par plusieurs services.

Quels sont selon vous les services impliqués dans ce processus?

Une inscription via une agence ou en direct :



- REPONDEZ RAPIDEMENT aux demandes.

Si l'on met du temps à répondre ,impression de non sérieux !

D'autant plus si l'inscription est faite en direct .En général, une agence vous connaît mais pas un individu lambda..

Ce sont donc les 1 ères impressions qui sont déterminantes.

- RASSUREZ pour montrer que son choix est le bon.
- UTILISEZ des formules réconfortantes .



POUR RESUMER:

3 mots qui doivent vous rester à l'esprit:

! Merci pour votre attention
et n'oubliez pas :

"Chaque contact que nous avons avec un client influence le fait qu'il
reviendra ou non. Nous devons être exceptionnels à chaque fois ou
bien nous le perdrons".

(Kevin Stirtz, Thomson Reuters, agence de presse)

[https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1kJXLKi-
wkfueFFHwUs49kyDtmNXZlaTqAv](https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1kJXLKi-
wkfueFFHwUs49kyDtmNXZlaTqAv)

