



Formation

Expérience client &
Qualité de service

Formation · Conseil · AMOA · Audit · Architecture d'Entreprise

BANQUE · FINANCE · ASSURANCE | AFRIQUE FRANCOPHONE

Intra-entreprise

3 jours de formation

1 jour de suivi post-formation en option

Max 16 participants

En présentiel ou en ligne

3 jours – 6 400 € HT

4 jours – 8 000 € HT

Inter-entreprises

2 jours de formation

Max 12 participants

En ligne

640 € HT par participant

Notre bilan à date : 40 jours délivrés, 400 participants formés depuis 2025

Agenda

Une formation-action sur mesure, participative et ancrée dans le terrain

1

L'offre en un coup d'œil

Marché, format, public, effectif, tarifs et bilan à date

2

Le besoin & les décideurs concernés

À qui s'adresse l'offre et à quels signaux elle répond

3

Ce qui distingue cette formation

Un cadrage terrain, une chaîne complète, un outillage nommé

4

Programme, outillage & formats

Trois jours, ou deux modules selon les populations

5

Le dispositif complet & son ancrage

Du comité de direction au réseau, et le suivi à J+30 et J+60

6

Modalités, chiffrage & intervenants

Grille modulaire, déploiement chiffré et profils mobilisés

L'offre en un coup d'œil

Ce qu'il faut retenir avant d'entrer dans le détail

MARCHÉ

Banque-finance-
assurance · Afrique

FORMAT

2 jours (inter)
3 jours (intra)
1 jour supplémentaire
en option (intra)

PUBLIC

Conseillers, support,
managers

PARTICIPANTS

16 en intra
12 en inter

TARIF INTRA

6 400 € HT (3 jours)
8 000 € HT (4 jours)

TARIF INTER

640 € HT par
participant (2 jours)

POUR QUOI FAIRE

Les situations qui appellent cette formation

- Des écarts de qualité perçue entre agences, entre équipes ou entre segments
- Des réclamations en hausse et un premier contact non résolutif
- Un cloisonnement entre front office, fonctions support et back-office
- Une démarche qualité lancée sans relais managérial sur le terrain

CE QUE NOUS FAISONS

Un dispositif, du comité de direction au réseau

- Un séminaire d'acculturation du comité de direction en ouverture
- Culture et parcours client · posture relationnelle · qualité de service interne
- Simulations filmées et études de cas sur vos dossiers réels
- Un déploiement par vagues : pilote, transfert de compétences, généralisation

CE QUE VOUS RÉCUPÉREZ

De quoi tenir les engagements pris

- La cartographie de la chaîne de service et la carte des irritants internes
- Les fiches pratiques : communication, entretien de conseil, objections
- La charte de service interne co-construite entre front et back-office
- Les plans d'action à trois mois et leurs indicateurs de suivi

NOTRE BILAN À DATE

40
JOURS

400
FORMÉS

Référence significative : Société Générale Côte d'Ivoire.

Le besoin

À qui s'adresse cette offre, et ce qui indique qu'elle est pertinente maintenant

DÉCIDEURS & ACHETEURS

Qui prescrit, qui arbitre, qui signe

- Direction commerciale et direction du réseau
- Direction de l'expérience client et de la qualité
- Direction des opérations et responsables back-office
- Direction des ressources humaines et académie interne
- Direction générale, lorsque la qualité de service est un axe du plan

SIGNAUX DE DÉCLENCHEMENT

Ce qui indique que l'offre est pertinente maintenant

- Écarts de qualité perçue entre agences, entre équipes ou entre segments
- Réclamations en hausse, premier contact non résolutif, délais subis
- Cloisonnement entre front office, fonctions support et back-office
- Attrition ou baisse de satisfaction sur un segment de clientèle
- Démarche qualité lancée sans relais managérial sur le terrain

Deux signaux ou plus cochés : l'offre est adressable. Un entretien de cadrage, sans frais et sans engagement, confirme le périmètre.

Contexte et enjeux

Notre compréhension du contexte et des enjeux

Faire de la qualité de service un levier durable de performance et de fidélisation.

Dans un environnement bancaire en profonde transformation, la qualité perçue par le client final dépend autant de la posture relationnelle du front office que de la fluidité du service interne entre le front, le back-office et les fonctions support. Notre conviction : la qualité de la relation client à l'externe reflète directement la qualité des relations internes.

1

Culture & posture de service

Une culture partagée, intégrant client interne et client externe.

2

Expérience & confiance

Faire de chaque contact un moment de confiance, tous segments.

3

Fluidité opérationnelle

Une chaîne de valeur continue entre front, support et back-office.

4

Exemplarité managériale

Valoriser la coopération, portée par le management.

On ne corrige pas durablement la qualité perçue par le client final sans traiter, dans la même salle, la qualité des relations internes qui la produisent.

Ce qui distingue cette formation

Un cadrage terrain, la chaîne complète et un outillage

	Une formation à la relation client classique	La formation-action OBR Partner
Le point de départ	Un catalogue de bonnes pratiques	Un cadrage des irritants réels, front et back, mené avant la session
Le périmètre	Le front office seul	La chaîne complète front – support – back, en groupes mixtes
L'outillage	Des grilles génériques	Canevas de cartographie, carte des irritants, charte de service interne
La mise en pratique	Des jeux de rôle sur cas types	Simulations sur des dossiers réels de l'établissement
Le management	Un message d'ouverture	Un séminaire d'acculturation du comité de direction avant les sessions
Le déploiement	Autant de sessions que de groupes	Pilote, formation de vos formateurs internes, généralisation sous notre supervision

Ce que la formation enseigne est exactement ce que le cabinet met en œuvre en mission. Rien n'est gardé en réserve.

Objectifs & public cible

Permettre à chaque collaborateur d'adopter une posture de service orientée client

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue, les participants seront capables de :

- Expliquer le lien entre culture client, coût de la non-qualité et performance
- Cartographier le parcours client et repérer les moments clés et les points de rupture
- Conduire un entretien structuré et adapter leur discours au profil de leur interlocuteur
- Traiter une réclamation et gérer une situation sensible sans dégrader la relation
- Cartographier la chaîne de service front – support – back et classer les irritants internes
- Formaliser des engagements de service internes et un plan d'action à trois mois

PUBLIC CIBLE

Un public mixte, pour co-construire une chaîne cohérente

- Chargés d'affaires, conseillers clientèle et attachés commerciaux
- Collaborateurs des fonctions support et du back-office
- Responsables d'agence et managers de proximité
- Tout collaborateur en contact avec le client interne ou externe
- 12 à 20 participants par groupe pédagogique
- Aucun prérequis — la formation part de l'expérience des participants

Les objectifs sont évaluables : autodiagnostic en ouverture, quiz de connaissances, mesure de la mise en œuvre à J+30 et J+60, attestation individuelle.

Notre approche pédagogique

Une chaîne de valeur continue, du service interne à l'expérience client

1

Sur mesure & contextualisée

Chaque séquence, cas et mise en situation est construit sur l'environnement réel de l'établissement.

2

Participative & expérientielle

Les participants apprennent de leur propre expérience : mises en situation, simulations, échanges de pratiques.

3

Formation-action & co-construction

Managers et collaborateurs co-construisent les standards de service et les plans d'action.

4

Relation externe & service interne

La posture du front office et la qualité du service interne avancent ensemble, dans la même salle.

5

Engagement managérial & suivi

Un séminaire d'acculturation en amont, un ancrage à J+30 et J+60 en aval.

6

Mesure des effets

Quiz, évaluation de satisfaction, indicateurs de fluidité interservices, suivi sur dossiers réels.

Programme de la formation — 3 jours

Une progression de l'expérience client externe vers la qualité du service interne

JOUR 1

L'expérience & la culture client

- La culture client : satisfaction, fidélisation et coût de la non-qualité
- Le parcours client : moments clés, points de rupture et leviers
- Communication de confiance : écoute active, reformulation, empathie, assertivité
- Gestion des réclamations et traitement des irritants
- Atelier : autodiagnostic des pratiques relationnelles

JOUR 2

Posture relationnelle & fidélisation

- Comprendre son interlocuteur : profils comportementaux et adaptation du discours
- Mener un entretien structuré : préparation, questionnement, argumentation, conclusion
- Techniques d'influence, gestion des objections et des situations sensibles
- Fidélisation proactive : suivi de portefeuille, plan de contact, valeur ajoutée
- Atelier : simulations et débriefing collectif

JOUR 3

Qualité de service interne & coopération

- La chaîne de service front – support – back : cartographie et irritants internes
- Les quatre leviers du service interne performant : rôles, communication, coresponsabilité, orientation client
- Atelier croisé : « dans la peau du client interne et du client final »
- Co-construction de la charte de service interne
- Plan d'action à trois mois et engagements collectifs

Jeux de rôle, simulations et études de cas sur dossiers réels, tout au long des trois journées.

L'outillage de la démarche

Ce que les équipes utilisent en séance, et gardent ensuite

DIAGNOSTIQUER

Objectiver ce qui bloque

- Le canevas de cartographie de la chaîne de service
- La fiche profil client interne
- La carte des irritants, classés en cinq catégories : délai, communication, coordination, qualité, outils
- Les cinq dysfonctionnements types des fonctions support

PROFESSIONNALISER

Outils la relation

- La trame d'entretien structuré : préparation, questionnement, argumentation, conclusion
- La grille des profils comportementaux et l'adaptation du discours
- Les fiches pratiques : communication de confiance, gestion des objections, traitement des réclamations

ENGAGER

Transformer l'atelier en engagement

- Le triangle Front – Support – Client
- Les quatre leviers du service interne performant
- La charte de service interne co-construite, engagements réciproques front – back
- Le plan d'action à trois mois : quick wins et chantiers interservices

Ces outils sont renseignés en séance sur le contexte réel de l'établissement, et remis en licence d'usage interne illimitée. Ils restent utilisables par les managers après la formation, sans intervention extérieure.

Notre méthode

Un mois de préparation incluse au forfait — cadrage, acculturation et contextualisation

S-4 Cadrage	S-3 Acculturation	S-2 Contextualisation	S0 Animation	J+30 · J+60 Ancrage
• Entretiens avec les directions concernées • Cartographie des populations à embarquer • Recueil des irritants, des réclamations et des indicateurs existants	• Séminaire du comité de direction, 2 à 3 heures en distanciel • Alignement managérial et choix des priorités	• Cas et simulations construits sur des dossiers réels • Validation du déroulé avec les managers de proximité	• Les journées de formation, en groupes mixtes • Charte co-construite et plans d'action signés en séance	• Deux séances d'ancrage en distanciel • Coaching managérial et suivi des indicateurs • Bilan d'impact et préconisations

Les journées de cadrage sont incluses au forfait. Elles font la différence entre une formation à la relation client et une intervention sur la qualité de service : sans elles, les cas d'atelier sont génériques et les irritants traités ne sont pas les vôtres.

Trois formats, selon les populations à embarquer

Le même socle, déployé au bon niveau de profondeur pour chaque public

Format	Durée	Public visé	Ce qu'il couvre
Expérience Client	2 jours	Front office : conseillers, chargés d'affaires, attachés commerciaux	Culture client, parcours, communication de confiance, réclamations, fidélisation
Qualité de service interne	2 jours	Fonctions support et back-office, avec des représentants du front office	Chaîne front – back, irritants internes, engagements de service, plans d'action
Expérience Client & Qualité de service	3 jours	Public mixte : front, support, back-office et managers de proximité	Les deux volets réunis, avec charte de service interne co-construite
Inter-entreprises en ligne	2 jours	Conseillers et chargés d'affaires, toutes enseignes confondues	Le seul volet Relation client, sur cas génériques — sans cadrage terrain ni ancrage

Le choix du format se fait au cadrage, à partir de la cartographie des populations et du niveau d'irritants constaté. Le volet Service interne n'existe qu'en intra : il traite les irritants entre vos propres équipes.

Le dispositif complet

Du comité de direction au réseau — quatre étapes, et un transfert de compétences progressif

1

Séminaire d'acculturation du CODIR

2 à 3 heures en distanciel. Aligner la vision managériale et poser les standards avant de former les équipes.

2

Session pilote

Animée par les deux experts sur un premier groupe représentatif. Valide les contenus, les cas et le rythme.

3

Formation de vos formateurs internes

Deux journées et un kit d'animation complet. Vos formateurs co-animent les sessions 2 et 3, puis prennent le relais.

4

Généralisation & bilan

Les vagues suivantes sont animées en interne sous notre supervision : préparation, observation, débriefing.

Au-delà du troisième groupe, vous n'achetez plus une animation mais une supervision. La compétence reste chez vous, et vous pouvez former les vagues suivantes sans nous — les jours de vos formateurs internes ne vous sont pas facturés.

Suivi post-formation & ancrage (option en intra)

Ancrer les acquis dans la durée, sur la base du bilan de fin de module (1 jour supplémentaire)

J+30

Première séance d'ancrage

- En distanciel, sur la base du bilan de fin de module
- Mesurer la mise en œuvre sur les dossiers réels
- Partager les premières difficultés et les premières réussites
- Ajuster les pratiques sur le terrain

J+60

Deuxième séance & coaching managérial

- Consolider les acquis et valoriser les progrès
- Coaching ciblé des managers sur la posture de « leader de service »
- Revue des engagements de la charte de service interne
- Sécuriser la pérennité de la démarche

CE QUE L'ON MESURE

Des indicateurs, pas des impressions

- Respect des engagements de service internes
- Satisfaction interne et fluidité interservices
- Délais de traitement et réclamations résolues au premier contact
- Taux de mise en œuvre des plans d'action à trois mois

L'ancrage est facturé par groupe : 2 000 € pour les deux séances. Conduites en distanciel, elles n'engendrent aucun frais de déplacement.

Ce que l'offre produit

Des activités aux livrables, des livrables aux résultats, des résultats à l'impact

ACTIVITÉS

Ce que fait OBR Partner

- Cadrage préalable : recueil des irritants et cartographie des populations
- Séminaire d'acculturation du comité de direction
- Formation-action contextualisée, en groupes mixtes
- Simulations et études de cas sur dossiers réels
- Co-construction de la charte et des plans d'action
- Séances d'ancrage à J+30 et J+60

LIVRABLES

Ce que vous recevez

- Supports pédagogiques contextualisés
- Cartographie de la chaîne de service et carte des irritants
- Fiches pratiques : communication, entretien, gestion des objections
- Charte de service interne co-construite, engagements front – back
- Plans d'action individuels et collectifs avec indicateurs
- Rapport de synthèse et préconisations de pérennisation

RÉSULTATS

Ce que vous pouvez décider ou améliorer

- Une posture relationnelle partagée et observable, tous points de contact
- Des engagements de service internes formalisés et tenus entre équipes
- Des managers qui animent la qualité au quotidien, par les faits
- Des irritants internes identifiés et traités à la source

IMPACT

La valeur mesurable visée

- Délais de traitement et réclamations résolues au premier contact
- Satisfaction et fidélisation sur les segments prioritaires
- Réduction de l'attrition et des ruptures de parcours
- Homogénéité de la qualité perçue sur l'ensemble du réseau

Conditions de réussite & gouvernance

Ce que la réussite suppose de part et d'autre, et qui fait quoi

FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

Sept conditions qui déterminent la valeur produite

- Portage par la direction générale : le séminaire d'acculturation n'est pas une option de confort
- Groupes mixtes front, support et back-office — condition de la compréhension mutuelle
- Accès aux dossiers réels et aux données de réclamation, pour construire des cas qui parlent
- Participation continue, sans rotation de participants en cours de session
- Managers de proximité présents au suivi des engagements pris en séance
- Des formateurs internes désignés et libérés — leurs jours d'animation sont à votre charge
- Un point qualité inscrit au comité de direction dans les trois mois qui suivent

GOUVERNANCE

Trois acteurs, des rôles distincts

- Le client — désigne le sponsor, compose les groupes, fournit les données de cadrage, statue sur la charte et les plans d'action
- OBR Partner — cadre, contextualise, anime, consolide ; la coordination, l'assurance qualité et la restitution sont assurées par le directeur de mission
- Managers de proximité — relaient les engagements au quotidien, animent le suivi et rendent compte des indicateurs

Ces conditions sont rappelées dans la proposition. Aucune n'est une formalité : chacune a déjà fait la différence entre une session utile et une session écoutée.

Modalités & offre financière

Une grille modulaire — chaque brique se vend seule ou dans un programme

DURÉE

2 jours (inter)
3 jours (intra)
1 jour supplémentaire en option (intra)

FORMAT

Intra sur site
Volet Relation client en inter

EFFECTIF

16 en intra
12 en inter

LANGUE

Français — supports et outils remis

Prestation	Détail	Forfait HT
Format combiné 3 jours — premier groupe	Les deux volets, charte co-construite — 2 j de préparation inclus	6 400 €
Format combiné 3 jours — groupe suivant	Même contexte, préparation mutualisée	4 800 €
Ancrage J+30 et J+60 (option)	Deux séances en distanciel, par groupe pédagogique — intra	2 000 €
Inter-entreprises en ligne — 2 jours	Volet Relation client, cas génériques, sans ancrage	640 € / participant

Prix indicatifs, hors taxes, hors frais de mission. Aucune remise affichée.
Règlement 50 / 50 en intra, à l'inscription en inter. Validité 30 jours.

Frais de déplacement

Trois modalités alternatives, à convenir avant l'intervention

1

Prise en charge directe

Le client organise et règle directement le transport, l'hébergement et les frais associés. La modalité la plus simple, et celle que nous recommandons.

2

Refacturation au réel

OBR Partner avance les frais, puis les refacture au réel sur présentation des justificatifs. Aucune marge n'est appliquée sur ces frais.

3

Forfaits convenus

Indemnité de séjour et enveloppe de transport aérien, arrêtées à l'avance : 250 € par jour et par intervenant, 2 000 € par vol aller-retour.

Une session menée intégralement en distanciel n'engendre aucun frais de déplacement. Toute dépense exceptionnelle ou tout dépassement significatif fait l'objet d'un accord préalable de l'établissement.

Mentions & conditions

Les informations réglementaires de l'action de formation

Rubrique	Mention
Organisme de formation	Déclaration d'activité en cours auprès des autorités compétentes.
Objectifs & prérequis	Objectifs pédagogiques détaillés en page 7. Aucun prérequis : la formation part de l'expérience des participants.
Modalités & délais d'accès	Intra : inscription après entretien de cadrage, minimum quatre semaines de délai entre la confirmation et la première session. Inter : inscription jusqu'à sept jours avant, dans la limite des places ; session confirmée à partir de six inscrits, reportée et remboursée en deçà.
Méthodes mobilisées	Formation-action : apports, ateliers de cartographie, jeux de rôle et simulations, études de cas sur dossiers réels, co-construction de la charte et des plans d'action.
Modalités d'évaluation	Autodiagnostic des pratiques en ouverture, quiz de connaissances, évaluation de satisfaction à chaud, mesure de la mise en œuvre à J+30 et J+60, attestation individuelle.
Annulation & report	Intra : • sans frais jusqu'à 15 jours avant ; • entre 15 et 7 jours, 50 % du forfait ; • moins de 7 jours, 100 %. Inter : remboursement intégral jusqu'à 7 jours avant, report possible au-delà.

Les intervenants & OBR Partner

Deux experts métier issus de la banque, un pilotage assuré par le cabinet

DVN

Banque & assurance

- 29 ans d'expérience en banque, France et international
- Directeur de zone (BNP Paribas), directeur de succursale et de la clientèle privée (Banque Palatine)
- Formateur en écoles de commerce et en zones UEMOA et CEMAC depuis 20 ans
- Culture et satisfaction clients, financement, coaching de comités de direction

SVR

Bancassurance & patrimoine

- 20 ans en gestion de patrimoine et de fortune ; 5 ans en conformité et sécurité financière
- 23 ans de conseil et de formation, France et Afrique francophone
- Relation client, risques et conformité, conception de programmes certifiants
- Profils DVN et SVR interchangeableables selon les disponibilités

PILOTAGE & DÉPLOIEMENT

Coordination et transfert de compétences

- ZSO — directeur de mission : coordination, assurance qualité, restitution
- Vos formateurs internes — formés dès la session pilote, animateurs des vagues de généralisation sous notre supervision ; leurs jours ne sont pas facturés
- Référence du cabinet : formation « Créer un climat de confiance avec les clients entreprises », Société Générale Côte d'Ivoire via Africa Digital Connect — attestation du 5 mars 2026

Les intervenants sont présentés sous trigramme. Le parcours de nos intervenants — BNP Paribas, Fortis Bank, Banque Palatine, Caisse d'Épargne, Société Générale, BGFIBank, NSIA — a été acquis à titre individuel ; il ne constitue pas des missions du cabinet.

Faisons de la qualité de service un réflexe partagé

Prochaine étape : un entretien de cadrage, sans frais et sans engagement, pour identifier les populations, les irritants prioritaires et le format adapté.

Zouber Sotbar — Fondateur

zouber.sotbar@obr-partner.com · +33 7 81 02 87 96 · www.obr-partner.com

OBR PARTNER — FORMATION · CONSEIL · INGÉNIERIE | BANQUE · FINANCE · ASSURANCE

