

PIA 3

SMART ENERGY

SYSTEMS CAMPUS ●

Vers la transition zéro carbone

Manuel d'instructions



Sommaire

I. Introduction au Projet.....	2
II. Introduction au Module	2
III. Liste des Matériaux.....	2
A. Support Visuel (pour le Professeur).....	2
B. Fiches d'Activités (pour des Étudiants – à imprimer).....	2
IV. Glossaire	3
A. Culture Client.....	3
B. Client.....	3
C. 3 Types de Clients.....	3
D. Culture d'entreprise	3
IV. Mise-En Place Étape-par-Étape	4
A. Pré-Cours	4
B. Pendant le cours (Déroulé 2h00).....	4
(0h00 - 0h15) Introduction & Réflexion Individuelle	4
(0h15 - 0h35) Théorie & Mini-Exercice	5
(0h35 - 1h00) Activité de Groupe : Écriture du Scénario	5
(1h00 - 1h20) Pause (20 mins)	5
(1h20 - 1h40) Jeu de Rôle en Tandem & Restitution	5
(1h40 - 1h55) Débrief Global (Crucial).....	5
(1h55 - 2h00) Conclusion.....	6
V. Ressource complémentaire vidéo	6

I. Introduction au Projet

Le projet Smart Energy Systems Campus financé par le PIA3 campus de métiers et des qualifications vise à anticiper les nouveaux besoins de compétences et les nouveaux modes d'apprentissage pour les métiers des transitions multi-énergies et numériques.

II. Introduction au Module

Ce module de formation **de deux heures** vise à présenter les concepts fondamentaux de **La Culture Client**, en tant que philosophie de conduite des affaires, aux **étudiants de bac à bac+2** sans pré requis académiques ou expérientiels.

Les objectifs pédagogiques sont :

1. Comprendre la notion de **Client Interne**
2. Comprendre le principe de **Client Partout**
3. Développer des compétences comportementales (*soft skills*) : écoute active, reformulation, et gestion de l'agressivité.
4. Mettre en pratique ces notions via la scénarisation et le jeu de rôle.

Le rôle de l'instructeur est d'animer les échanges, de cadrer les activités de groupe pour éviter les hors-sujets, et de faciliter un débriefing approfondi pour ancrer les apprentissages.

III. Liste des Matériaux

A. Support Visuel (pour le Professeur)

- **Slides de Présentation** : Support de cours - Présentation (à projeter)
- **Tableau Blanc/Paperboard** : Pour la prise de notes collective
- **Déroulé Étape-par-Étape (Section IV)** : Conseils de préparation et mise en place du cours
- **Glossaire** : Une page contenant les mots de vocabulaire importants

B. Fiches d'Activités (pour des Étudiants – à imprimer)

- Accompagnement-Scénario (1 par groupe de 3-4 étudiants)
- Scénario-Notes-et-Débrief (1 par étudiant)
- Les devoirs maison optionnels (1 par étudiant)

IV. Glossaire

Voici la terminologie clé à transmettre. Nous vous recommandons d'imprimer cette page pour que vous ayez un accès rapide et facile à tout le vocabulaire important du module.

A. Culture Client

La culture client c'est l'ensemble des croyances et des valeurs partagées par les collaborateurs qui placent la satisfaction durable du client comme un objectif prioritaire.

- *Daniel Ray, référence académique française sur la culture client, professeur à GEM*

Mots Clés : Expérience Client, Fidélité, Satisfaction, Empathie

B. Client

Le client est une personne, une entreprise, une organisation ou une autre entité qui achète un bien ou un service auprès de votre organisation, une fois ou de manière régulière.

Mots Clés : achat, bien ou service, organisation

C. 3 Types de Clients

Client Externe : Personne ou entité externe à l'entreprise, qui achète les biens ou services

Client Interne : Employé ou service de l'entreprise, qui dépend d'un autre service de la même entreprise

Client Partout : Toute entité (personne ou institution, fournisseur, partenaire, grand public) en interaction avec l'entreprise, qui pourrait être un client ou connaître un client, et doit donc être traitée avec la même attention qu'un client. L'objectif est d'agrandir la base de clients.

D. Culture d'entreprise

La culture d'entreprise est un ensemble de croyances, de valeurs et de normes partagées qui orientent de manière invisible les comportements et les décisions des collaborateurs au quotidien.

Edgar Schein, professeur au MIT et "père" de la psychologie

Mots Clés : ADN, Rituels, Cohérence, Appartenance

IV. Mise-En Place Étape-par-Étape

Voici des conseils étape-par-étape pour préparer et donner le cours. N'hésitez pas à l'adapter selon vos besoins. Nous vous recommandons d'imprimer cette section pour que vous ayez un accès rapide au déroulé le jour du cours.

A. Pré-Cours

1. **Lisez ce manuel et la présentation** *Support de cours - Présentation* pour maîtriser le contenu du cours et lisez les fiches d'activité pour vous familiariser avec les matériaux à distribuer aux étudiants.
 2. **Décidez si vous allez donner des devoirs** aux élèves – si oui, choisissez lesquels.
 3. **Imprimez les fiches d'activités** en quantité suivante pour les étudiants :
 - a. Pour la fiche **Accompagnement-Scénario** : Une fiche par groupe de 3 ou 4 étudiants
 - b. Pour la fiche Scénario-Notes-et-Débrief : Une fiche par étudiant
 4. **Imprimez le Glossaire (Page 2 de ce document) et le Déroulé (Pages 3-4 de ce document)** pour vous y référer pendant le cours
 5. **Prévoyez** un tableau blanc, et des feuilles de papier brouillon.
-

B. Pendant le cours (Déroulé 2h00)

(0h00 - 0h15) Introduction & Réflexion Individuelle

1. **Ouvrir la présentation en “Mode Présentateur”** : Suivez les instructions dans la partie “Notes” de votre écran.
2. **Lancement (Slides 1-2)** : Le Titre (**Slide 1**) et le déroulé de la séance (**Slide 2**)
3. **Réflexion Individuelle (Slide 3-5)** :
 - Lisez la citation qui parle de l'importance des clients pour placer le contexte (**Slide 4**)
 - Demandez aux étudiants de noter *en silence* une expérience client positive et une négative vécue personnellement. (**Slide 5**)
 - i. Distribuez une feuille blanche si nécessaire
 - ii. Vous devez avoir des anecdotes à raconter au cas où, mais l'IDÉAL serait que ce soient les élèves qui racontent leurs anecdotes. Il faut au moins une anecdote positive et une négative.
4. **Restitution Rapide (Slide 6)** : Demandez à 3 ou 4 étudiants volontaires de partager leurs anecdotes à l'oral.
 - Dirigez les étudiants vers la définition de la Culture Client en partie IV du document (“client,” “culture,” “culture client”)
 - i. **Culture Client** : “La culture client, c'est l'ensemble des croyances et des valeurs partagées par les collaborateurs qui placent la satisfaction durable du client comme un objectif prioritaire” → **Mots clés** : Expérience Client, Fidélité, Satisfaction, Empathie.
 - ii. **Client** : Le client est une personne, une entreprise, une organisation ou une autre entité qui achète un bien ou un service auprès de votre organisation, une fois ou de manière régulière.
 - Au tableau, notez les mots-clés qui ressortent des anecdotes (ex: écoute, rapidité, reformulation, solution) pour l'exercice suivant, afin de co-construire une définition de “La Culture Client” avec les étudiants.

5. **Définition Collective (Slide 7) :** Écrivez une définition provisoire de la culture client pour résumer l'ensemble des réflexions.

(0h15 - 0h35) Théorie & Mini-Exercice

1. **Concepts Clés (Slides 8-14) :** Présentez la définition de La Culture Client (**Slide 9**), la définition du Client (**Slide 11**), les trois types de clients (**Slides 13-14**), et les soft-skills importants pour mettre en pratique la Culture Client (**Slide 15-16**)
2. **Mini-Exercice (Slides 17-19) :** Passez les slides avec les situations (La mamie, la boutique SFR, etc.). Demandez à la classe de répondre à main levée ou à la volée : "Interne ? Externe ? Partout ?".
3. **Résumé (Slide 20) :** Terminez la partie théorique avec les définitions clés.

(0h35 - 1h00) Activité de Groupe : Écriture du Scénario

1. **Présenter l'activité (Slides 21 - 23) :** Pour éviter la "page blanche" et garantir la complexité, montrez l'exemple sur la Slide 22.
2. **Créer des groupes et lancer l'écriture (Slide 24) :** Créez des groupes de 3 à 4 personnes.
 - Distribuez la fiche Accompagnement-Scénario – une par groupe
 - Laissez le Slide 24 sur l'écran pendant que les étudiants écrivent
3. **Tour de salle :** Pendant qu'ils écrivent, circulez dans la salle. Vérifiez qu'ils ne résolvent pas les problèmes par "magie" et que les dialogues montrent l'application des soft-skills.

(1h00 - 1h20) Pause (20 mins)

- Profitez de la pause pour repérer quels groupes joueront ensemble (Tandems : Groupe A joue face au Groupe B).
- Distribuez la fiche Scénario-Notes-et-Débrief – une par élève.

(1h20 - 1h40) Jeu de Rôle en Tandem & Restitution

1. **Mise en place et action – 10 mins (Slide 26) :**
 - Rassemblez les groupes deux par deux.
 - **Round 1 :** Le groupe A joue son scénario, tandis que le groupe B observe. Chaque élève du groupe B remplit la fiche Scénario-Notes-et-Débrief.
 - **Round 2 :** Le groupe B joue son scénario, tandis que le groupe A observe. Chaque élève du groupe A remplit la fiche Scénario-Notes-et-Débrief.
2. **Restitution en tandem (10 mins) (Slide 27) :** Les groupes se donnent mutuellement des retours à partir des questions indiquées dans la fiche : Scénario-Notes-et-Débrief, puis préparent une restitution destinée à la classe.
** Pensez à inciter les élèves à faire une "restitution croisée" devant la classe : chaque groupe souligne un point fort comportemental observé et un moment précis où l'application des piliers a désamorcé une tension.*

(1h40 - 1h55) Débrief Global (Crucial)

1. **Discussion en classe – 10 mins (Slide 28)** : Reprenez la main sur la classe entière. Demandez à chaque groupe de partager leur **restitution croisée** à l'ensemble de la classe. Posez éventuellement les questions suivantes :
 - « *Quel groupe a réussi à calmer le client ? Quelle phrase a fonctionné ?* » (Technique de reformulation).
 - « *Avez-vous identifié les problèmes du client dans vos scénarios ?* » (Ex: manque d'info du siège).
 - « *Qu'est-ce qui était le plus dur ? Gérer les émotions ou trouver une solution technique ?* »
2. **Synthèse (Slide 29)** : Rappel rapide des points clés pour faire le lien avec la théorie.

(1h55 - 2h00) Conclusion

1. **Devoir optionnel (Slide 31)** : Distribuez-le ou les devoir(s) (si vous avez choisi d'en donner). Expliquez-le(s).

V. Ressource complémentaire vidéo

Avant le cours, vous pouvez regarder la vidéo fournie pour vous familiariser avec les notions d'expérience client, de culture client et de comportement dans la relation client.

Cette vidéo vous aidera notamment à mieux distinguer **l'expérience client**, **la satisfaction client** et **la culture client**. Elle montre que l'expérience client ne dépend pas seulement du produit ou du service rendu, mais aussi de l'ensemble des interactions vécues par la personne : accueil, attente, clarté des informations, fluidité du parcours, attitude des interlocuteurs, etc.

Attention toutefois : la vidéo aborde aussi des notions plus larges, comme les mécanismes d'attention, de perception et les comportements non conscients du consommateur. Ces éléments sont intéressants, mais ils dépassent le périmètre de ce module de 2 heures. Le cours proposé ici se concentre volontairement sur des notions plus simples et directement utilisables par vos étudiants : les types de clients, les dilemmes professionnels et les bons réflexes relationnels.

Vous pouvez donc utiliser cette vidéo pour enrichir votre propre compréhension du sujet, sans chercher à reprendre toutes les notions pendant le cours. Vous pouvez aussi la partager avec les étudiants comme ressource facultative, pour celles et ceux qui souhaitent aller plus loin après le module.