



RESTAURER L'IMAGE D'UN SPSTI SUR UN TERRITOIRE ET RENOUER AVEC LES ADHÉRENTS ET PARTENAIRES

Une réputation se dégrade en silence et se reconstruit sur des preuves, pas sur des plaquettes.

Poser un diagnostic objectif, hiérarchiser les causes, faire de vos équipes les premiers ambassadeurs du service.

INFORMATIONS			PROGRAMME (2 JOURS)	TR019
Public Médecin coordonnateur, Manager, CoDir, Directeur Général, Responsable Prévention, Relation adhérents	Modalités et tarifs Intra-entreprise : nous consulter		Diagnostiquer : d'où part-on vraiment ? - Objectiver l'image du service : enquêtes de satisfaction, réclamations, résiliations, retours des partenaires, signaux faibles du territoire. - Identifier les causes racines : qualité et délais de service, épisodes de crise, turnover, communication défaillante, fusion ou réorganisation mal vécue. - Regarder aussi en interne : le vécu des équipes, miroir de l'image externe.	
Dates Consultez notre site web	Lieux - Paris - Régions - Sur site	Prérequis Aucun prérequis nécessaire	Construire la stratégie de reconquête - Les preuves avant les discours : fiabiliser le service rendu, traiter les irritants prioritaires, obtenir des victoires rapides et visibles. - Définir la promesse de service et les engagements que l'on est certain de tenir. - Prioriser les cibles : adhérents fragilisés, adhérents perdus, partenaires institutionnels clés.	
Objectifs À l'issue de cette session, les participants sauront établir un diagnostic objectif de l'image de leur SPSTI auprès des adhérents, des partenaires et des équipes, identifier les causes de la dégradation et les hiérarchiser, construire une stratégie de reconquête fondée sur des preuves concrètes autant que sur la communication, et mobiliser leurs équipes comme premiers ambassadeurs du service pour restaurer durablement la confiance sur leur territoire.			Renouer : adhérents et partenaires - Renouer avec les adhérents : aller sur le terrain, écouter, traiter les réclamations de façon exemplaire, réengager les adhérents perdus. - Rétablir la confiance des partenaires : transparence sur les difficultés et le plan de redressement, réengagement dans les instances et événements du territoire. - La communication de reconquête : reconnaître ce qui n'allait pas, montrer les progrès, faire témoigner adhérents et partenaires.	
Méthodes d'évaluation - Étude de cas collective - Quiz final	Méthodes pédagogiques - Apports structurés et interactifs - Études de cas concrets - Quiz d'évaluation		Mobiliser l'interne et ancrer la confiance dans la durée - Les équipes, premiers ambassadeurs : redonner de la fierté d'appartenance, outiller les collaborateurs en contact avec les adhérents. - Mesurer et entretenir : baromètre d'image, indicateurs de satisfaction et de fidélisation, rituels de suivi en CoDir.	