

Consolider sa relation client pour maîtriser l'acte de fidélisation

2 jours
14 heures

log-206.pdf



loging-formation.com

Objectifs

A l'issue de la formation, le participant sera capable de : - mettre en oeuvre une stratégie de relation client, - fidéliser ses clients pour consolider et développer son chiffre d'affaires.

Participants

Commercial, technico-commercial et vendeur dans les secteurs de l'industrie, de la distribution, du négoce et auprès des particuliers.

Prérequis

Compétences commerciales

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en oeuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert sur cette thématique. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assurée par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Méthodes d'évaluation des acquis

Exercices individuels et collectifs durant la formation. Evaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

Programme

La fidélisation - Mise en perspective

Pourquoi la fidélisation est-elle en plein essor ?

Le rôle de la fidélisation dans l'amélioration de l'efficacité commerciale et de la compétitivité face à la concurrence

La « culture client » : En quoi consiste-t-elle ?

Comment la développer au sein de l'entreprise ?

Déterminer les indicateurs nécessaires au maintien de sa relation client.

Définir la stratégie de fidélisation

Consolider sa relation client pour maîtriser l'acte de fidélisation

2 jours
14 heures

log-206.pdf



loging-formation.com

Amélioration de la qualité de la facturation

Traitement irréprochable des réclamations en SAV

Services complémentaires à la prestation principale

Savoir à quoi et quand fidéliser

Segmenter la clientèle selon des axes précis : chiffre d'affaires, rentabilité, potentiel de développement d'activité

Identifier les facteurs moteurs et des attentes de chaque segment de clientèle en termes de service client.

Mettre en oeuvre la stratégie de fidélisation

Mettre en place, pérenniser et améliorer les règles, procédures et pratiques répondant aux attentes de chaque segment de clientèle :

Exemplarité de l'accueil

Qualité et réactivité dans la formulation de devis et la prise de commande

Réduction des délais de livraison

Piloter une opération ou un programme de fidélisation

Principales étapes d'un programme de fidélisation

Créer et gérer la base de données marketing

Utiliser les bons outils marketing pour fidéliser

Clubs de clientèle, cartes de fidélité, invitations et cadeaux pour les segments les plus importants

Les actions de marketing direct (mailing, e-mailing)

Les actions de promotion (produit, prix)

Analyser l'efficacité des actions de fidélisation

Mesurer la rentabilité de la fidélisation

Accroître la productivité de la force de vente en fidélisant.