

Consolider sa relation client pour maîtriser l'acte de fidélisation

2 jours - 14 heures

Code formation : ADHCML0118



adhara.fr

Objectifs

Mettre en œuvre une stratégie de relation client. Fidéliser ses clients pour consolider et développer son chiffre d'affaires.

Participants

Tout professionnel chargé de la relation commerciale en entreprise désirant renforcer ses techniques et son efficacité au quotidien.

Prérequis

Une première expérience commerciale permettra la bonne assimilation des concepts abordés.

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 œuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

Remarques

Cette formation offre la possibilité d'une journée de retour sur expérience : Cette journée complémentaire favorise l'application pratique des concepts enseignés, garantissant ainsi une mise en œuvre réussie dans votre environnement professionnel. Nos conseillers sont à votre disposition pour plus d'information à ce sujet.

Certification

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assuré 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

Un contact téléphonique est systématiquement établi avec le stagiaire ou la personne chargée de son inscription afin de définir le positionnement. Si besoin, un questionnaire est adressé pour valider les prérequis en correspondance et obtenir toute précision nécessaire permettant l'adaptation de l'action. Durant la formation, des exercices individuels et collectifs sont proposés pour évaluer et valider les acquis du stagiaire. La feuille d'émargement signée par demi-journée ainsi que l'évaluation des acquis sont adressées avec la facture.

Programme

Consolider sa relation client pour maîtriser l'acte de fidélisation

2 jours - 14 heures

Code formation : ADHCML0118



adhara.fr

La fidélisation - Mise en perspective

Pourquoi la fidélisation est en plein essor

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

En quoi consiste la « culture client »

Déterminer les indicateurs nécessaires au maintien de sa relation client

Définir la stratégie de fidélisation

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 œuvre 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