RENCONTRONS-NOUS !
05 53 45 85 70
CONTACT@ADHENIA-FORMATION.FR

CRÉ@VALLÉE SUD
AVENUE DE BORIE MARTY
24660 NOTRE DAME DE SANILHAC

SIRET : 753 127 398 00026
DÉCLARATION D'EXISTENCE :
72 24 01587 24

SE FORMER TOUT AU LONG DE SA VIE !

WWW.ADHENIA-FORMATION.FR

CONSOLIDER SA RELATION CLIENT : FIDÉLISER

Soyez acteur de votre parcours de formation et passez à l'action !

Durée de formation
2 jours soit 14 heures

Public
Commercial, technico-commercial et vendeur...

Prérequis
Etre à l'aise avec la relation Clients

Niveau / Certification Obtenue
Attestation de formation

Type de formation / stage
Intra/Inter/ Accompagnement individuel

Objectifs

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

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

Méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation

La pédagogie est basée sur l' alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion et de confrontation d'expériences.

Des exercices pratiques accompagnent les apports théoriques et permettent un entraînement concret.

Le formateur est attentif à ce que chaque participant s'approprie méthodes et outils.

Il pratique un accompagnement comportemental personnalisé à chaque apprenant par des méthodes d'écoute et de questionnement.

Programme

1. 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 ?

RENCONTRONS-NOUS !
05 53 45 85 70
CONTACT@ADHENIA-FORMATION.FR

CRÉ@VALLÉE SUD
AVENUE DE BORIE MARTY
24660 NOTRE DAME DE SANILHAC

SIRET : 753 127 398 00026
DÉCLARATION D'EXISTENCE :
72 24 01587 24

CONSOLIDER SA RELATION CLIENT : FIDÉLISER

2. COMMENT LA DÉVELOPPER AU SEIN DE L´ENTREPRISE ?

3. 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 Commercial-Commercial
- 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

4. 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)