

Durée : 2 jours
Intra- entreprise

Fidéliser ses clients

Modalités d'évaluation

- Avant le début de la formation, un questionnaire sera envoyé aux participants afin de connaître leurs attentes.
- Au début et à la fin de la formation un positionnement permettra de mesurer les acquis.
- Tout au long de la session la progression apparaîtra à l'aide d'exercices et de simulations
- 3 mois après la formation un questionnaire d'évaluation mesurera le degré de satisfaction.

Compétences du formateur

- Expert et spécialiste dans la vente et les actions commerciales pour avoir lui-même assurées diverses responsabilités dans ce domaine.
- Il est reconnu depuis plus de 22 ans comme formateur expert et à ce titre il obtenu :
- ED FORMATION est Certifié QUALIOP pour ses actions de formation

Points forts

- Des cas pratiques issus d'exemples liés aux métiers des participants.
- Des vidéos permettent repérer les bonnes pratiques et corriger les erreurs.
- Des moments d'improvisation pour prendre conscience des talents de chacun et des points à développer.
- L'exploitation des cartes mentales qui permettront d'apprendre d'une façon ludique. Des supports pratiques téléchargeables sur un « cloud » où vous trouverez tous les supports y compris quizz, vidéos, exercices.

Moyens pédagogiques et techniques

Les moyens pédagogiques utilisés sont :

- Audiovisuels pendant la formation.
- Utilisation de cartes heuristiques tout au long de la formation.
- Documentation et supports de cours, exercices pratiques d'application, vidéos et questionnaires seront téléchargeables sur un « cloud ».
- Études de cas ou présentation de cas issus de l'expérience des participants.
- A l'issue de la formation il sera fourni aux participants un questionnaire d'évaluation leur permettant de s'exprimer sur le contenu, les méthodes utilisées et l'action pédagogique mise en place
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation
- Une attestation de fin de formation est fournie pour les participants ayant assisté à l'ensemble de la session.

Qui est concerné

- Toute personne au contact du client.

Pré-requis

Aucun pré-requis

Objectifs pédagogiques

- Renforcez la relation pour créer un lien de confiance
- Mettez en place un programme de fidélisation
- Analyser les insatisfactions
- Traiter les insatisfactions
- Créer la confiance pour fidéliser

Programme

1) Préparer la fidélisation et la construire

- Nouer une relation durable et de confiance avec un client est un travail de tous les instants, qui se construit au fur et à mesure
- Envoyez des messages contextuels : vœux, alerte en cas de promotion, questionnaire de satisfaction quelques mois après un achat, invitation à des événements de l'entreprise...
- Personnalisez tous les messages, grâce aux informations du fichier client. Par exemple, dans une relation B2B : « vous avez signé un contrat avec telle entreprise, connaissez-vous notre offre complémentaire

Exercice

- Quiz pour positionner votre entreprise

2) Renforcez la relation et créer un lien de confiance

La qualité de service repose sur la rapidité et la pertinence des réponses aux demandes du client :

- Le service client ou le service après-vente doit partager les mêmes informations que les commerciaux, afin que toute demande soit rapidement résolue. Le service client quels sont les accès aux données des commerciaux pour contextualiser au maximum le contact avec le client ?
- Quels canaux doivent être utilisés, dans une relation fluide entre web, e-mail, réseaux sociaux, téléphone, terrain, boutique ;

Exercice

- Brainstorming sous forme de mind maps
- Mise en place d'une charte.

3) Mettez en place un programme de fidélisation

Le programme de fidélité permet de récompenser et valoriser sa fidélité via des points donnant accès à des remises, des cadeaux, un « club VIP » assorti de services supplémentaires.

Ce programme a d'autres avantages :

- Il permet de collecter de nouvelles informations sur le client, pour enrichir le fichier client, et lui proposer des offres toujours plus pertinentes ;
- Il incite le client à acheter à nouveau, pour bénéficier d'une remise ponctuelle, utiliser ses « points cadeaux », etc.

Mise en situation

- Opération marketing fidélisation de A à Z
- L'écoute du marché et les signets clés. A à P

4 - Donner la parole au client

- Créer une communauté de client, un « club clients » avec des rencontres organisées, un forum où il peut s'exprimer, un blog dont il peut commenter les articles...
- différents outils permettent :
- d'inciter les échanges entre clients ou entre clients et prospects : un client satisfait est le meilleur prescripteur !
- de favoriser le sentiment d'appartenance à la « communauté des clients », valorisant si la marque jouit d'une image forte ;
- de créer un lien émotionnel avec la marque : le client se reconnaît dans les valeurs de la marque, voire la revendique.

Mise en situation

- Opération marketing fidélisation de A à Z
- L'écoute du marché et les signets clés. P à Z

5 - Vendez plus à ceux qui achètent

- Mise sur l'up-selling : proposez au client qui vient de réaliser un achat, et donc de confirmer leur intérêt pour votre produit, une version plus complète, plus évoluée, plus récente. Cette « amélioration » proposée à des acheteurs augmente la valeur moyenne des clients, tout en satisfaisant le client valorisé par la proposition.
- Elle peut être complétée par le cross-selling : proposez un produit complémentaire, un accessoire...

Exercice

- Par exemple ? Mettre en place des up-selling et des cross-selling adaptés.

6 - Faites évoluer votre offre

- Aujourd'hui, les clients sont de plus en plus exigeants, en plus d'être très bien informés. L'entreprise doit donc, pour continuer à séduire un client, et le fidéliser, adapter en permanence son offre de produits et services :
- En fonction des offres concurrentes, pour ne pas se faire distancer ;
- En restant à l'écoute du SAV et du service client, pour tenir compte des retours, remarques et critiques des acheteurs.

Mise en situation

- Exercices de créativité : « Imaginer notre futur » avec des couleurs, du graphisme et des cartes mentales



Formation

81, Rue de Treillières
44240 Sucé-Sur-Erdre

Port. 06.86.67.49.75