

▶ Développement des Compétences Commerciales  
 ▶ Formation en Intra-entreprise



**Consolider sa relation client  
 pour maîtriser l'acte de  
 fidélisation**

2  
 jours  
 [ 14 heures ]  
 DCCMK272



plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk272.aspx>

## OBJECTIF

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.

## PUBLIC

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

## PÉDAGOGIE

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec 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.

## RÔLE DU FORMATEUR

Le formateur est attentif à ce que chaque participant s'approprié méthodes et outils. Il pratique un accompagnement comportemental personnalisé à chaque apprenant par des méthodes d'écoute et de questionnement.

## OUTILS UTILISÉS

### selon les besoins de la Formation

Écoute active  
 P.N.L. (programmation neuro-linguistique) et A.T. (analyse transactionnelle) Systémique (analyse des systèmes)  
 Vidéo - jeux de rôles et analyse - Les jeux vidéos sont pris dans la pratique des personnes dans leurs vécus  
 Télévision et caméra  
 Un support de cours est distribué à chaque participant.

## POINTS FORTS

Chaque participant recevra avant le stage un document sur lequel il précisera ses attentes. Ce document permettra au formateur d'orienter la formation en fonction des objectifs de chacun.  
 La fidélisation et la gestion de la relation client sont devenus pour de nombreuses entreprises des priorités pour évincer la concurrence. Elles s'inscrivent dans les démarches visant à retenir les meilleurs consommateurs et justifient parfois de lourds investissements.  
 Fidéliser c'est gagner du temps et réduire ses coûts.  
 Ce module vous permettra de découvrir comment définir et mettre en place la stratégie de fidélisation client adaptée au contexte de votre entreprise.

## CONTENU

### FORMATION CATALOGUE RESSOURCES HUMAINES

► Développement des Compétences Commerciales  
► Formation en Intra-entreprise



**Consolider sa relation client  
pour maîtriser l'acte de  
fidélisation**

**2**  
jours  
[ 14 heures ]  
DCCMK272



plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk272.aspx>

► Développement des Compétences Commerciales  
► Formation en Intra-entreprise



**Consolider sa relation client  
pour maîtriser l'acte de  
fidélisation**

**2**  
jours  
[ 14 heures ]  
DCCMK272



plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk272.aspx>

► Développement des Compétences Commerciales  
 ► Formation en Intra-entreprise



**Consolider sa relation client  
 pour maîtriser l'acte de  
 fidélisation**

2  
 jours  
 [ 14 heures ]  
 DCCMK272



plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk272.aspx>

## 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 ?

## 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
- > 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
- > Amélioration de la qualité de la facturation
- > Traitement irréprochable des réclamations en SAV
- > Services complémentaires à la prestation principale

### 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)



**Consolider sa relation client  
pour maîtriser l'acte de  
fidélisation**

2  
jours  
[ 14 heures ]  
DCCMK272



plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk272.aspx>

- > 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.