

## Fidéliser ses clients

### Public :

Tous profils commerciaux terrains exerçants en secteur B to B.

Débutants ou expérimentés.

### Prérequis :

Avoir suivi la formation «réussir son entretien commercial».

Avoir travaillé la segmentation de ses clients selon la matrice fournie par le formateur.

### Durée :

1 jour

7 heures

### Bénéfices métier :

Développer et pérenniser son activité sur la base des clients existants.

### Points forts :

Approche dynamique de la fidélisation client.

Nombreux trainings.

Chaque consultant définit son plan d'action sur mesure pour ses clients.

Expériences commerciales du formateur.

### Objectif :

- Mettre en œuvre une stratégie de fidélisation adéquate.
- Etre en capacité d'utiliser toutes les clés de la réussite

### Programme :

#### - **Le client est roi !**

Citations, définitions et quizz statistiques.

Mettre le client au centre de toutes les attentions et au cœur de la stratégie d'entreprise.

#### - **Stratégie de fidélisation**

Privilégier une stratégie offensive à une stratégie défensive.

Segmenter le portefeuille client en 4 typologies, mise en adéquation avec le travail effectué en amont.

Adapter sa stratégie de fidélisation à ces 4 typologies : stratégie de développement, de sécurisation et de diversification.

#### - **L'entretien commercial au cœur de la fidélisation**

Rappel des éléments suivants : Ecoute active, Questionnement et reformulation. Adapter son entretien en fonction de sa stratégie.

**Training** sur la base de 2 scénarios (développement et diversification).

#### - **Savoir gérer le mécontentement client**

Analyse des différents comportements clients possibles.

Méthodologie pour traiter une réclamation et garder la relation.

Analyse de cas réels et de cas probables. **Training**.

#### - **Le bilan de satisfaction**

Mettre cet outil en perspective avec la fidélisation client. Identifier les contextes clés d'utilisation et la bonne méthodologie. **Training**.

#### - **La référence active**

Utiliser la satisfaction de vos clients comme tremplin pour décrocher de nouveaux comptes. **Training**.

#### - **Les bonnes pratiques en matière de fidélisation**

Faire le tour des autres outils et méthodes mis en place au sein de l'entreprise. Valoriser les bonnes pratiques, compléter si nécessaire.

#### - **Synthèse et validation**

Valider les acquis et établir le plan d'action sur son portefeuille client