

Fidéliser par la gestion de la relation clients

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Enjeux

Fidéliser et développer ses clients dans un marché hautement concurrentiel

Public

Tous profils commerciaux débutants ou expérimentés

Prérequis

– Avoir une expérience commerciale de 6 mois ;
– Apporter son fichier client avec le CA et MB réalisé sur l'année dernière ou l'année en cours.

Durée

2 jours / 14 heures

Animation

François Coutier

Consultant expert en formation commerciale

Tarif

Nous consulter

Sanction

Attestation de fin de stage

Renseignements

Assolem – François Coutier
23 rue des Rancy – 69003 Lyon
06 71 61 42 59
francois.coutier@assolem.com
www.assolem.com

A l'issue de la formation les participants seront en capacité de :

- Savoir identifier et créer de la valeur ajoutée dans sa relation
- Mettre en œuvre une stratégie de fidélisation adaptée à son portefeuille client
- Elargir son approche client en multipliant les actions en lien avec sa stratégie
- Savoir gérer des relations difficiles et garder le lien

CONTENU

Introduire la notion de fidélisation dans sa démarche

- Citations, définitions et quizz statistiques pour cerner les enjeux de la fidélisation
- Prendre conscience de son rôle dans la fidélisation du client

Stratégie de fidélisation

- Privilégier une stratégie offensive à une stratégie défensive
- Répartir le portefeuille client en 4 typologies et comprendre l'intérêt de la segmentation
- Adapter sa stratégie de fidélisation à ces 4 typologies : stratégie de développement, de sécurisation et de diversification.

Evoluer dans la compréhension des attentes et des besoins du client

- Savoir identifier les différents acteurs chez le client : Leurs rôles, leur zone de pouvoir et d'influence
- Distinguer client satisfait et client fidélisé
- Apprendre à interroger ses clients pour découvrir leur degré de satisfaction
- Découvrir de nouveaux axes de collaboration
- Développer son écoute active

Développer la Valeur Ajoutée

- Lien entre V.A. et fidélité
- Intégrer les composantes de la V.A. pour vos clients
- Rendre explicite sa V.A. .

Savoir gérer une relation difficile

- Les 4 types d'attitudes que nous dégageons habituellement sous stress
- Identifier son ou ses attitudes dominantes
- Découvrir une méthode pour développer son attitude assertive et s'en servir pour gérer une situation délicate

Conclusion

MOYENS PÉDAGOGIQUES / ENCADREMENT

- Apports théoriques (support pédagogique remis aux stagiaires)
- Méthode interrogative
- **Réalisation d'un plan d'action personnalisé sur son portefeuille client**
- Exercices pratiques (mise en situation...)
- Échanges multimodaux (individu, binôme et grand groupe)
- Validation des acquis et évaluation de la formation