

FIDELISER SES CLIENTS

Enjeux

Dans un marché hautement concurrentiel, il est stratégique de fidéliser ses clients

Public

Tous profils commerciaux débutants ou expérimentés

Prérequis

- Avoir une expérience en agence 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 soit 14 heures (Présentiel)
4 demi-journées (Distanciel)

Animation

François Coutier

Consultant expert en formation et accompagnement des agences d'emploi

Tarifs

Nous consulter

Sanctions

Certificat de réalisation

Renseignements

François Coutier
06 71 61 42 59
contact@assolem.com
www.assolem.com



OBJECTIFS

Les participants seront en capacité de :

- Comprendre les éléments clés de la fidélisation ;
- Mettre en œuvre une stratégie de fidélisation adaptée à son portefeuille client.

CONTENU

Le client est roi !

- Citations, définitions et quizz statistiques . Le client au cœur de la stratégie

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.

L'entretien commercial au cœur de la fidélisation

- Rappel des éléments suivants : écoute 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.

Le bilan de satisfaction

- Mettre cet outil en perspective avec la fidélisation client ;
- Identifier les contextes clés d'utilisation et la bonne méthodologie ;

La référence active

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

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.

MOYENS PÉDAGOGIQUES / EVALUATION

- Apports théoriques. Le support pédagogique est remis aux stagiaires
- Mises en situations
- Méthodes mixant les échanges interactifs et les réflexions individuelles (Sondage, tchat, vidéo et tableaux blanc sont utilisés en distanciel)
- Ateliers de réflexions en sous-groupes (Également assurés en distanciel)
- **Réalisation d'un plan d'action personnalisé sur son portefeuille client**
- **Validation des acquis : Quiz / Evaluation de la formation**