

FIDELISER SES CLIENTS

Enjeux

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

Public

Tous profils commerciaux débutants ou expérimentés

Prérequis

Aucun

Durée

2 jours soit 14 heures (Présentiel)
4 demi-journées (Distanciel)

Animation

François Coutier

Consultant expert en formation et accompagnement des agences d'emploi

Tarif / délai

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 :

- 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

- 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.
Analyse du portefeuille client

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
Mise en situation

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 dégagons 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. *Mise en situation*

Conclusion

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 sur son portefeuille client**
- **Validation des acquis : Quiz final /** Evaluation de la formation
- **Réalisation d'un Plan Individuel de Progrès**