

Programme de la formation

Public

Tout public

Pré-requis

Aucun

Durée

2 jours

Objectifs

- Mettre en place une stratégie de fidélisation des clients
- Préparer et conduire les actions de fidélisation
- Optimiser le service client

Détail de la formation

Les enjeux de la fidélisation des clients

Définir une stratégie de fidélisation :

- analyser le portefeuille clients
- identifier les clients "cibles" :
 - selon leur importance stratégique
 - selon leur possibilité de développement
 - selon leur rentabilité

Préparer une opération de fidélisation :

- choisir les vecteurs de la fidélisation, c'est-à-dire les actions commerciales et marketing pertinentes :
 - action sur la qualité de service et les garanties
 - action de promotion
 - action de marketing direct...

Construire le plan d'action de fidélisation

- créer les outils de la démarche de fidélisation par téléphone :

- questionnaire
- plan de dialogue
- argumentaire
- traitement des objections
- valider ces outils par l'entraînement et

le test

- créer et actualiser les outils de reporting des actions de fidélisation

- Mises en situation d'appels sortants, enregistrés au magnétophone
- Analyse des enregistrements effectués : points forts et axes d'amélioration
- Définition d'axes de progression individuels : élaboration du "Plan d'Action"