

# Fidéliser sa clientèle

(Durée estimée : 7h)

## Objectifs

Connaître les enjeux, la démarche et les outils de la fidélisation clientèle et définir et mettre en œuvre des actions de fidélisation

## Contenu de la formation

### Visualiser les enjeux de la fidélisation

- Le rôle du Marketing relationnel face à la concurrence
- Développer le sens Client au sein de l'entreprise

### Définir une stratégie de fidélisation

- Déterminer les clients cibles suivant leur importance, leur possibilité de développement ou leur rentabilité
- Analyser les motivations de chaque segment de clientèle
- Optimiser le fonctionnement des services sensibles et les motiver à l'esprit Client

### Préparer une opération de fidélisation

Identifier les clients cibles Client avec les autres services de l'entreprise (ADV, technique)

Identifier les clients cibles

- Analyser les actions de fidélisation de la concurrence

## Moyens pédagogiques

Formation effectuée par un formateur référent dans son domaine

## Moyens techniques

Salle de formation ou Ordinateur disposant d'une connexion internet

## Evaluation des acquis

Test

## Pré-requis

Aucun

## Public visé

Vendeurs, commerçants, tout manager d'équipe en relation avec des clients, responsable service clients, responsable SAV

## Modalités d'accès

INTRA entreprise

## Durée d'accès

1 jour(s) ouvré(s)

*Mise à jour du programme : 07/11/2019*