

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

Identifærdesetitentstationes Lient avec les autres services de l'entreprise (ADV, technique) Identifærdes etitents détieurs détieurs de l'entreprise (ADV, technique)

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

LA FORMATION PARTOUT POUR TOUS



1 jour(s) ouvré(s)

Accéssibilité

Formation accessible aux personnes à mobilité réduite en présentiel ou en classe virtuelle. Pour plus de précision, nous contacter.

Mise à jour du programme : 14/12/2023