

Public et prérequis

§ Chefs d'entreprise, personnel de la force de vente, commerciaux sédentaires et du personnel roulant.

Durée

§ 1 jour (7 heures).

Principaux contenus

- § Définition d'une stratégie de fidélisation
- § Optimisation de la gestion de la relation client
- § Elaboration des offres différenciantes

Modalités de la formation

§ Présentiel.

Documents administratifs remis

- § Certificat de réalisation.
- § Attestation de fin de formation.



FIDELISER LES CLIENTS ET METTRE EN PLACE UNE RELATION CLIENT A VALEUR AJOUTEE

Objectifs généraux

- u Mesurer l'enjeu de la fidélisation client pour l'entreprise
- u Identifier et utiliser les leviers de fidélisation du client
- u Valoriser et défendre ses offres (appels d'offres ou propositions « simples »)

Les plus de la formation



- u Des intervenants qualifiés, aux compétences techniques et pédagogiques actualisées.
- u Des moyens matériels performants et innovants.
- u Une formation active et inter active avec des cas pratiques.
- u Remise d'une documentation complète et ciblée.

Mode d'évaluation des acquis

- u Evaluation au fur et à mesure de la progression.
- u Appréciation par le participant du niveau d'amélioration de ses connaissances et compétences.

Validation

- u Attestation de fin de formation
- u Sans niveau spécifique
- u Codes RCNP/RS : Non inscrit
- u Code Certif Info : Non éligible

Agrément

- u /

Fidéliser les clients et mettre en place une relation client à valeur ajoutée.

PROGRAMME

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
/	Identifier les objectifs et étapes de la formation	/
§ Vérification du respect des prérequis § Présentation du centre, de l'équipe pédagogique et des moyens matériels § Présentation de la formation § Modalités pratiques § Tour de table		MOYENS A PLANIFIER Salle équipée d'un ensemble multimédia
N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
1	Définir une stratégie de fidélisation	2 h 00
§ Identification des clients cibles suivant : - Leur importance, - Leur possibilité de développement - Ou leur rentabilité		MOYENS A PLANIFIER Salle équipée d'un ensemble multimédia
N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
2	Optimiser la gestion de la relation client	3 h 00
§ Fidélisation par l'écoute § Mise en place les « essentiels » § La relation satisfaction/fidélité		MOYENS A PLANIFIER Salle équipée d'un ensemble multimédia
N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
3	Elaborer des offres différenciantes	2 h 00
§ Proposition commerciale - Qualité et professionnalisme du contenu et de la forme § Appel d'offres - Savoir « lire » un cahier des charges, rédiger une proposition convaincante, positionner son offre et préparer sa soutenance		MOYENS A PLANIFIER Salle équipée d'un ensemble multimédia
N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
/	Bilan et synthèse du stage	/
§ Bilan de la formation § Synthèse du stage § Evaluation de satisfaction de la formation		MOYENS A PLANIFIER Salle équipée d'un ensemble multimédia