Public
- Chefs d'entreprise, personnel de la force de vente, commerciaux sédentaires et du personnel roulant

Prérequis
- Sans objet

Modalités d'admission
- Sans objet

Durée
- 1 jour (7 heures)

Modalités et méthodes pédagogiques
- Présentiel
- Alternance de séances de face à face, individualisation, activités en autonomie, simulation, ludo-pédagogie, …

Qualité des formateurs
- Formateurs experts métier ayant validé un parcours de qualification pédagogique

Documents remis
- Certificat de réalisation
- Attestation de fin de formation

Les personnes en situation de handicap sont invitées à contacter le référent Handicap local afin d'étudier les possibilités de suivre la formation

Nous contacter
www.aftral.com
0809 908 908

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

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

Les plus de la formation
- Des moyens matériels performants et innovants
- Une formation active et inter active avec des cas pratiques
- Remise d'une documentation complète et ciblée

Mode d'évaluation des acquis
- Evaluation en cours de formation sous la forme de mises en situation, …

Validation
- Attestation de formation
- Sans niveau spécifique
- Possibilité de valider un/des blocs de compétences : Sans objet
- Equivalences, passerelles, débouchés : Sans objet
- Code RNCP/RS : Non inscrit
- Code Certif Info : Non éligible

Agrément
- Sans objet

PROGRAMME

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
1	**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 PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
2	**Définir une stratégie de fidélisation**	**2 h 00**
▪ Identification des clients cibles suivant : - Leur importance, - Leur possibilité de développement ▪ Ou leur rentabilité		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia Ressources pédagogiques

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
3	**Optimiser la gestion de la relation client**	**3 h 00**
▪ Fidélisation par l'écoute ▪ Mise en place les « essentiels » ▪ La relation satisfaction/fidélité		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia Ressources pédagogiques

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
4	**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 PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia Ressources pédagogiques

N° SEQUENCE	OBJECTIF	DUREE
5	**Bilan et synthèse de la formation**	/
▪ Bilan ▪ Synthèse ▪ Evaluation de satisfaction		MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES Salle équipée d'un ensemble multimédia

L'utilisation du genre masculin dans le texte permet de l'alléger mais ne peut être perçue comme de la discrimination en référence à la loi du 4 août 2014 pour l'égalité réelle entre les hommes et les femmes.