



## La fidélisation offensive des clients

# Fidélisez et développez vos clients

Votre patrimoine client est la clé de vos succès futurs. Avez-vous mis en œuvre les actions nécessaires pour préserver et développer ce capital ?

- Avec ce module vous analysez objectivement la solidité de votre patrimoine client et vous construisez une démarche offensive de fidélisation et de développement. Vous sélectionnez les actions prioritaires à mettre en œuvre.
- Puis, pour faire de la fidélisation un enjeu partagé au sein de votre entreprise, vous découvrez les clés du management transversal. Vous pourrez ainsi mieux associer et impliquer vos collègues des services internes à votre stratégie.

### Objectif pédagogique

- Mesurer la fidélité d'un client au-delà de sa satisfaction
- Identifier les clients à risque
- Définir un processus de fidélisation offensif sur les clients à enjeu
- Mobiliser les services internes

### Profil des stagiaires

- Commercial
- Animateur de réseaux

### Pré-requis

- Maîtrise des fondamentaux de la vente « Réussissez vos entretiens de vente » (p. 41)

### Pédagogie

- Auto-diagnostic des pratiques de fidélisation
- Alternance d'apport de méthode et de mise en œuvre sur les cas des participants
- Echange de pratiques entre les participants
- Mise à disposition d'outils méthodologiques
- Plan de développement personnel en fin de session

## Programme



### Les enjeux de la fidélisation

- Les pathologies de la fidélisation dans les entreprises
- Les gisements de performance
- Le poids relatif de l'équipe de vente en fidélisation

### Evaluer la solidité de la relation

- Différencier la satisfaction et la fidélisation
- Les outils de mesure de la fidélisation

### Construire son processus de fidélisation

- Structurer sa démarche commerciale à partir des moments de vérité de la relation client
- Être pilote de la relation client
- Mobiliser l'ensemble des acteurs de la relation client

### Adapter sa démarche commerciale à la situation

- Les limites des techniques de vente traditionnelles
- Analyser les 4 situations de vente pour sélectionner les comportements adaptés
- Les situations de fidélisation et de développement
- Développer ses positions par la vente offensive

### La fidélisation est une démarche collective

- Développer l'implication et la mobilisation des collègues non commerciaux dans la fidélisation
- Intégrer les notions du management transversal

- **1290 € HT** (pour le parcours qui intègre la formation, le diagnostic en ligne amont)
- **Durée : 2 jours** • **Dates : voir calendrier joint**
- ☎ **N° Conseil : 03 90 20 55 52**
- **Réf : ICDV08**



## Nos conseils

- Pour développer un relationnel efficace en interne et en externe, améliorer votre communication grâce à la formation « **Une communication efficace grâce à la Process Communication®** » (p. 19)