

SESSION DE FORMATION GESTION DE LA FIDELISATION CLIENT

Intitulé de l'action	<i>Module gestion de la fidélisation client</i>
Durée totale en jour estimée	1
Durée totale en heures estimée	7
Public visé	<i>Manager d'un point de vente</i>
Accessibilité et niveau de connaissances préalables nécessaire	<i>Aucun prérequis Inscription sur demande à a.borne@atelier-cactus.com Accessible aux personnes en situation de handicap Formation intra Entreprise</i>
Investissement	<i>1 500 euros</i>
Objectifs pédagogiques	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Lister son Top Ten parmi ses clients</i> • <i>Concevoir un plan d'actions de clienteling</i> • <i>Maîtriser la technique d'appels clients</i> • <i>Mesurer le ROI des actions</i>
Détail du programme de formation : 7h	<p>Accueil : <i>Objectif pédagogique : Développer un climat d'échanges bienveillants</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Présentation du déroulé de la formation</i> • <i>Recueil des attentes des participants</i> <p>Le clienteling : <i>Objectif pédagogique : Identifier les enjeux d'une stratégie de fidélisation client</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Définition du clienteling</i> • <i>Enjeux et objectifs</i> • <i>Travail sur le ressenti des actions vécues en tant que clients</i> <p>Les actions de clienteling : <i>Objectif pédagogique : Construire un plan d'actions de fidélisation clients</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Les différentes actions possibles et l'investissement inhérent</i> • <i>Identifier les clients éligibles</i> • <i>Identifier le profil des clients</i> • <i>Quelles actions pour quels clients</i> • <i>Comment les organiser : retroplanning et répartition des rôles</i> <p>Les moyens de contact : <i>Objectif pédagogique : Lister les moyens pour contacter et inviter les clients</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>L'appel téléphonique : construction du script d'appel et entraînement</i> • <i>Le mail : comment le formuler pour donner envie</i> • <i>Le courrier manuel</i> <p>Mesurer le ROI des actions : <i>Objectif pédagogique : Définir le seuil de rentabilité et la méthode d'analyse du ROI</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Le calcul des investissements nécessaires</i> • <i>Calcul du ROI</i> • <i>Reporting à la direction</i> <p>Conclusion de la formation : <i>Objectif pédagogique : Synthétiser les acquis</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Tour de table</i> • <i>Rédaction d'un plan d'actions individuel</i>
<p>Modalités et méthodes pédagogiques</p>	<p><i>Temps de formation présentielle (7 heures) :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Travail sur des cas concrets</i> • <i>Exercices de mise en pratique</i> • <i>Mises en situation</i> • <i>Ateliers de créativité et braimstorming</i> <p><i>Productions à réaliser :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Rédaction d'un argumentaire téléphonique</i> • <i>Rédaction de courriers clients personnalisés</i> • <i>Rédaction d'un plan d'actions individuel</i>

Moyens et ressources mobilisés pour la formation	<p><i>Formateurs experts en management</i></p> <p><i>Locaux : salles de formation désignées par l'entreprise cliente</i></p>
Nombre de stagiaires minimum	6
Nombre de stagiaires maximum	9
Suivi et évaluation	<p><i>Evaluation préalable :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Entretien téléphonique et test de positionnement Google Forms</i> <p><i>Suivi :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Mesure du ROI des actions</i> <p><i>Evaluation finale :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Quiz de validation des acquis</i> <p><i>Evaluation de la satisfaction du stagiaire :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Evaluation à chaud</i> • <i>Evaluation à froid à 3 semaines après la fin du parcours</i> <p><i>L'évaluation des acquis se fait par le biais d'exercices et de mises en situation tout au long de la session.</i></p>