

LA FIDELISATION DES CLIENTS

CONSTAT :

Un client devient progressivement fidèle à une entreprise et ses produits et services, suivant des étapes étalées dans le temps. Dès lors que vous connaissez le degré de fidélité d'un client, vous saurez mieux les mesures à mettre en œuvre pour l'aider à franchir la prochaine étape, et ainsi de suite. Si votre stratégie ou programme de gestion de la clientèle ne vous permettent pas de faire progresser les clients dans le processus de fidélisation, il faut le repenser le plus tôt possible.

OBJECTIF :

Promouvoir des règles de fidélisation acceptées par tous.

PUBLIC CONCERNE :

Chefs d'entreprise, directeurs commercial, commerciaux, manager.

PRINCIPAUX THEMES ETUDIES :

- Plan type d'un programme de conquête.
- De la conquête à la fidélisation.
- Niveaux de fidélité : la satisfaction client et la qualité.
- Stratégies de fidélisation.
- Plan type de programme de fidélisation.
- Types de clients à reconquérir en priorité.
- Plan type de programme de reconquête.

METHODE PÉDAGOGIQUE :

Exercices, échanges d'expériences alternent avec des mises en situation analysées de façon constructive et positive.

DURÉE RECOMMANDEE :

1 jour – 7 heures.

HONORAIRES : La mise en œuvre donne lieu à l'établissement d'un devis.