



ASSOCIATION POUR LA FORMATION CONTINUE

Route de la Pointe Blanche - BP : 4308
97500 Saint-Pierre et Miquelon
N° de déclaration préalable : 975 00001 975

Fidélisation de la clientèle

LIEU :	AFC/SPM
DATES :	Du 16 au 24 mai 2018 (à confirmer)
DURÉE :	2,5 jours, soit 18h30 + 6h d'anglais par groupe de niveau, soit 12h
OBJECTIFS :	<p>Mettre en œuvre des outils d'écoute client et de suivi de satisfaction. Construire une stratégie de fidélisation pour entretenir et développer sa clientèle.</p> <ul style="list-style-type: none">• L'enjeu de la fidélisation client pour l'entreprise• Améliorer sa communication et l'orienter satisfaction client• Identifier et utiliser les leviers de fidélisation de son client• Personnaliser la relation client• Valoriser la fidélité des clients.
PUBLIC VISÉ :	Tout responsable commercial ou demandeurs d'emploi
EFFECTIF :	De 6 à 12 stagiaires
INTERVENANTS :	Monsieur Thierry GOEMANS (formateur consultant spécialisé qui est déjà intervenu à Saint-Pierre et Miquelon pour la formation PTFP « Gestion et comptabilité commerciale » en mai 2017) Madame Sandie DURUTY (formatrice d'anglais à l'AFC)
MÉTHODE/ MODALITÉS :	<p>Animé par un formateur qui connaît les spécificités de l'activité économique sur l'archipel, ce stage fait la part belle aux mises en situations pratiques tirées du vécu professionnel ou des projets d'activités exprimés des stagiaires. L'animateur mettra aussi l'accent les nouveaux comportements de consommations, nés avec internet mais aussi compte tenu d'une conjoncture économique peu porteuse.</p> <p>Mises en situation, construction d'outils et de supports à un programme de fidélisation et à l'évaluation de la satisfaction clients.</p>
SANCTION/ ÉVALUATION :	Attestation de formation

PROGRAMME :

Module 1 - Les enjeux de la relation client :

- Stimuler la demande quand l'offre est pléthorique
- Le client est votre roi ; restez dans son royaume
- Maîtriser les enjeux économiques de la vente
- Répondre aux besoins des clients, les motivations et les freins à la relation clients, pour les vendeurs
- Représenter son entreprise.

Module 2 - Créer une relation client de qualité :

- La préparation en amont
- L'introduction gagnante
- La découverte active
- La présentation valorisée
- La conclusion constructive
- La consolidation de la relation
- L'analyse objective.

Module 3 - Fidéliser par l'écoute :

- Le client au cœur de l'activité.
- Les principaux outils d'écoute
- L'identification des besoins du client
- La relation satisfaction/fidélité.

Module 4 - Les clés de la relation clients :

- Combattre pour obtenir/garder le client
- Mettre en place les essentiels
- Exploiter votre personnalité pour établir des rituels gagnants
- Préparer son état d'esprit
- Savoir répondre à la dialectique du client.

Module 5 - Stratégie de fidélisation :

- Hiérarchiser vos clients cibles suivant leur importance, leur possibilité de développement ou leur rentabilité
- L'efficacité du service client
- La personnalisation de la relation client
- La récompense de la fidélité du client.

Module 6 - Mettre en place un programme de fidélisation :

- L'objet du programme de fidélisation
- Les raisons du choix de la cible commerciale
- La planification des actions de fidélisation.

Module 7 - Évaluation de la satisfaction clients :

- Traiter les réclamations
- Le choix des axes d'amélioration
- La mesure des résultats clients
- Grilles d'autodiagnostic et formulaires d'enquête.

Module d'anglais (6h) : Communiquer sur les actions menées avec les clients anglophones

Objectif :

Ce module vous permettra d'adapter en anglais les compétences que vous maîtrisez déjà et d'apprendre le vocabulaire, les expressions et la grammaire nécessaire pour communiquer avec vos clients.

Programme :

- Se présenter, présenter sa société et son métier en anglais
- Engager une conversation
- Poser des questions dans le cadre professionnel et personnel
- Répondre aux questions en anglais
- Utiliser le vocabulaire de la relation client

Prérequis :

- Groupe 1 = niveau faux débutant (A1+) et intermédiaire (A2)
- Groupe 2 = niveau indépendant (B1)