

Module

Suivi et fidélisation

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Repérer les ingrédients de la fidélisation client
- Identifier les leviers pour enchainer le client en vue de le fidéliser
- Définir un plan d'actions

A qui s'adresse ce séminaire ?

Tous les responsables d'équipes de vente

Durée : 2 jours

Renseignements :

Aude Borne

Tel : 01 47 54 96 40

Email : contact@memento-conseil.com

Programme

Définition de la fidélité et les différents niveaux de fidélisation client

Fidélisation et satisfaction

- Que signifie la satisfaction
- Satisfaction et extrême satisfaction

Extrême satisfaction rime avec personnalisation

- Identifier le profil de ses clients
- Personnaliser les actions de fidélisation en fonction du profil client

Les 12 principes de la fidélisation

Plan d'actions

Approche pédagogique

Phase amont

Diagnostic de votre contexte et personnalisation de nos modules

- **prise de connaissance** et appropriation de votre vocabulaire, de votre culture d'entreprise, de vos produits
- **analyse** des documents de travail, visite des points de vente, identification des points forts et des axes de progrès
- **implication** des participants, recueil des attentes de l'ensemble des acteurs concernés
- **mise au point de supports** et d'outils pédagogiques personnalisés

Formation

Travail des axes de progrès identifiés avec des modules interactifs, autour d'une triple dimension :

- **le savoir-faire** : pour garantir de meilleures pratiques et un passage à l'acte plus facile
- **le savoir être** : pour orienter encore davantage les comportements vers la satisfaction du client
- **le mental** : pour leur permettre de cultiver leur envie au quotidien

Définition de **plans d'actions individuels** transmis au manager

Phase aval

Suivi et mesure de l'impact des formations avec Mémonto Follow up, un outil pédagogique inédit

- **mesure qualitative** : applicabilité des méthodes sur le terrain, rapidité et efficacité de la mise en place, ...
- **mesure quantitative** : évolution des performances de vos équipes (prises de contact, taux de conclusion, ventes additionnelles, indicateurs internes)

Mise en perspective avec le suivi des plans d'actions individuels, des visites mystères, ...