HM FORMATION

Programme de formation

# Marketing relationnel : fidéliser ses clients

**Domaine :** Marketing

**Durée :** 14h

**Public** : Commerciaux, technico-commerciaux, Ingénieurs d'affaires, ADV, managers commerciaux

**Nombre de personnes min et max** : 1 à 9

**Objectifs :**

- Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de fidélisation ;
- Acquérir des méthodes et outils pour mettre en oeuvre des actions de fidélisation (Plan d'action commercial- CRM…) ;
- Analyser sa base de données pour optimiser ses profils de parcours client ;
- Accompagner ses clients pour les fidéliser et les engager sur la durée. Découvrir les leviers du marketing relationnel pour personnaliser sa relation avec les clients.

**Pré-requis :**

- Une première expérience de la vente
- Une très bonne connexion internet est requise pour le format distanciel synchrone

**Modalités techniques, pédagogique et d'encadrement :**

En format présentiel :
Salle équipée avec video-projecteur (ou TV) et paperboard. Connexion WIFI.
Ordinateur portable pour chaque participant. Le stagiaire pourra amener le sien si il le souhaite.
En cas de formation intra-entreprise, les moyens techniques décrits ci-dessus doivent représenter une référence idéale.

En format distanciel : synchrone avec le formateur via Zoom ou outil équivalent (télé-présentiel).

Nombreux échanges sur le sujet, apports théoriques réduits et simplifiés, nombreux ateliers de travail dans le contexte de chaque participant, jeux de rôle pour savoir-faire.
Les acquis seront mesurés via un QUIZZ GAME en ligne + Smart phone conçu spécifiquement pour cette formation.

**Outils pédagogiques utilisés :**
Pour le CRM, le formateur sera équipé d'un fichier de clients fictifs. Il présentera en mode tableau croisé dynamique les analyses.
Lors des ateliers, les participants écrirons des scripts portant sur diverses situations commerciales.
Le Qualify Lead est une méthode et un outil sous la forme de document de conduite d'entretien. Un modèle leur sera remis. Ils devront réaliser leur QL.

De nombreux autres outils seront dispensés tout au long de la formation : méthode de traitement des objections, détection des critères d'achat, techniques de validation, demande de recommandation…
En digital : le Quizz Game

**Modalités d'évaluation des connaissances ou d'appréciation des résultats de l'action de formation :**
Tests sous forme de QCM ou QUIZZ complété par une auto-évaluation des acquis de formation.

**Modalité d'évaluation de l'appréciation des participants :** Fiche d'évaluation à chaud à l'issue de la formation. Et à froid plusieurs mois après la formation pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle.

**Modalité de suivi de l'action de formation :** Feuille d'émargement co-signée par demi-journée ou séance de formation.

**Détail du programme :**

### Jour 1 : matin

- Tour de table
- La fidélisation VS l'acquisition de nouveaux clients
- La fidélisation en chiffres
- Les leviers de la fidélisation : multi contacts, taux de détention de références, contrats commerciaux, qualité de service, qualité relation, valeur ajoutée, la différenciation
- Ce qui tue la fidélisation
- Le plan de fidélisation ciblé : faut-il fidéliser tous ses clients ?
- Mesurer la fidélité :
    - Base de données : CRM → Analyse de données
    - Etudes comparatives de segments et détection de leviers de fidélisation : secteur activité, addiction à un produit ou à une solution, taux de détention de références etc.
    - Extraction des segments fragiles

### Jour 1 après-midi : série d'ateliers + jeux de rôle

- « Noyauter » une structure cliente : diversifier ses contacts chez le client
- Ajouter des lignes de produits chez ses clients
- Augmenter les stocks chez son client et verrouiller ainsi la place
- Résoudre des problèmes récurrents avec sa hiérarchie : logistique, conformité, qualité…
- Etudes comparatives de solutions ou de produits : se différencier de la concurrence
- Se séparer d'un client de mauvaise foi et/ou à risque
- Renouer avec des clients non actif
- S'appuyer sur la fidélisation pour demander des recommandations

### Jour 2 matin : La démarche client, un levier de fidélisation

- La vente de solutions VS la vente de produits
- Le Qualify Lead : méthode de conduite des entretiens de vente
    - Les sujets à discuter

- Principes d'une communication efficace :
  - Inférence, méta-connaissances, efficacité des échanges verbaux, le poids de la culture dans les représentations du monde, les non-dit, le mesonge, la manipulation, les violations sémantiques…
  - Techniques pour se centrer sur le client plutôt que sur soi
- Les questions à poser & techniques de questionnement
- Techniques d'écoute active : mobiliser les capacités cérébrales pour écouter, comprendre les situations, et entrevoir des tactiques.
  - Prise de note efficace, automatisation de son système de questionnement, optimisation de son système verbal, technique pour avoir de la « conversation » commerciale.
- Techniques de développement du leadership
- Savoir dire oui plutôt que non ☺
- QUIZZ GAME en ligne avec smart phone

**Jour 2 après-midi : La démarche client, un levier de fidélisation**

→ Jeux de rôle, mise en pratique, enregistrés et/ou filmés + debrieffing

Sanction de la formation : Attestation de formation (L.6353-1 du Code du travail)