

OBJECTIF(S)

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Développer et diversifier son fichier clients / prospects.
- Définir une stratégie de fidélisation
- Mettre en œuvre un programme de fidélisation.

DURÉE

1 jour - 7 heures
9h15-12h45//13h30-17h

TARIF NET DE TVA

Tarif tout public : 245 €

EFFECTIF

Présentiel :

Minimum : 5 stagiaires

Maximum : 12 stagiaires

LIEU DE FORMATION

CMA IDF - 92

17 bis rue des Venêts
92000 NANTERRE

CONTACT

Service Formation

TURHAN Sílvia
Tél : 01 47 29 43 87
formation.92@cma-idf.fr
www.formation-cma92.fr

PROGRAMME

Comprendre les enjeux de la satisfaction client

- Distinguer parcours d'achat et parcours client.
- Identifier et repérer les attentes du client à chaque étape

Accrocher l'intérêt de l'interlocuteur

- Valoriser ses atouts concurrentiels
- Préparer les objections et savoir argumenter
- Améliorez son discours commercial avec la Méthode CAB

Déployer une stratégie de fidélisation

- Segmenter, cibler et personnaliser
- Préparer des arguments en fonction des profils prospects

Choisir les outils de la fidélisation

- Conseiller le client dans une approche multicanale
- Les outils de la fidélisation : carte de fidélité, CRM...
- Les outils digitaux : emailing, réseaux sociaux...

PUBLIC

Tout public et particulièrement les salariés et dirigeants des TPE-PME, et demandeurs d'emploi.

PRÉ-REQUIS

Aucun.

MÉTHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques illustrés de cas pratiques.

ÉVALUATION

Évaluation des acquis à l'entrée et à la sortie de la formation.

PROFIL FORMATEUR

Formateurs qualifiés et expérimentés dans le domaine.

SUIVI ET VALIDATION

Délivrance d'une attestation de fin de formation.
Questionnaires de satisfaction.