

100%

FORMATION

Découvrez les nouveautés  
du dispositif 2018 - 2019

100 %

## FORMATIONS

- ♦ PRÉSENTIELLES
- ♦ DIGITALES TUTORÉES
- ♦ CLASSES VIRTUELLES
- ♦ BLENDED LEARNING

## FORMATS VARIÉS

- ♦ CONTINUS  
DISCONTINUS
- ♦ EN CENTRE  
DE FORMATION
- ♦ EN ENTREPRISE

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de fidélisation ;
- Acquérir des méthodes et outils pour mettre en œuvre 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

## DURÉE

14 heures

# PROGRAMME DÉTAILLÉ

## 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 mensonge, 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 + debriefing

## LIEU

En Ile-De-France : Nos bureaux sont situés au 5 Avenue du Général de Gaulle - 94160 St-Mandé (50 mètres du métro Saint-Mandé Ligne 1).

Nous pouvons aussi organiser les formations sur Paris ou Région-Parisienne.

En dehors d'Ile-De-France : Lyon, Marseille, Lille, Toulouse, Bordeaux, Strasbourg, Nice, Toulon, Montpellier (Nous travaillons avec des sociétés prestataires de location de salles sur ces villes).

La formation peut aussi se dérouler en intra-entreprise sur toute la France (avec exclusivement des salariés de votre entreprise) en vos locaux ou à l'extérieur de vos locaux.

HM Formation s'assurera que l'entreprise cliente dispose des moyens techniques afin de pouvoir accueillir la formation.

## ÉVALUATION

Tests sous forme de QCM ou QUIZZ complété par une auto-évaluation des acquis de formation.

## FORMAT DE LA FORMATION (Inter, Intra, Digitale...)

INTER et INTRA-ENTREPRISE