



Fidéliser sa clientèle

Public visé : Dirigeant d'entreprise, ou salarié ayant un poste en relation avec le développement de l'entreprise, souhaitant acquérir des compétences dans la fidélisation de sa clientèle et la gestion d'un CRM.

Prérequis : aucun

Moyens pédagogiques : support de cours PDF fournis par le formateur, réflexion collective, apport du formateur

Suivi de l'exécution : Feuille d'émargement

Sanction : Attestation de formation

Évaluations : 2 Quiz (entrée et sortie de formation permettant de suivre l'acquisition des connaissances

Objectifs Pédagogiques :

- Être capable de comprendre les principes de la fidélisation client
- Être capable de segmenter sa clientèle
- Être capable de mettre en place un programme de fidélité
- Être capable de personnaliser la relation client
- Être capable d'utiliser un CRM pour la fidélisation
- Être capable de mesurer la satisfaction client
- Être capable de créer des campagnes marketing ciblées
- Être capable d'automatiser les actions de fidélisation
- Être capable d'analyser les résultats de la fidélisation
- Être capable de renforcer l'engagement client

Durée, période de réalisation et modalités de déroulement

Durée totale de la formation : 84 heures

Rythme : en continue

Modalité de déroulement : Présentiel collectif

Déroulé pédagogique :

Jour 1 : Introduction et évaluation de départ

- Introduction et objectifs pédagogiques
 - Présentation du programme et attentes des participants.
Durée : 60 minutes
 - Quiz d'entrée et évaluation initiale
 - 30 questions (QCM et questions ouvertes) pour évaluer les connaissances de départ.
 - Analyse des résultats pour situer les niveaux.
Durée : 120 minutes
 - Principes fondamentaux de la fidélisation client
 - Pourquoi la fidélisation est cruciale pour l'entreprise ?
 - Introduction aux outils comme le CRM.
Activité : échanges interactifs et brainstorming.
Durée : 180 minutes
 - Synthèse et questions/réponses
Durée : 60 minutes
-

Jour 2 et 3 : Les fondamentaux de la fidélisation

- Comprendre et segmenter sa clientèle (Module 01)
 - Identifier les différents types de clients (fidèles, nouveaux, inactifs).
 - Techniques de segmentation : analyse des besoins et comportements.
 - Personnalisation des offres selon les segments identifiés.
 - Importance de l'expérience client dans la fidélisation.
Activité pédagogique : réflexion collective et exercices pratiques.
Durée : 840 minutes
-

Jour 4 et 5 : Mettre en place un CRM

- Découverte et prise en main d'un CRM (Module 02)
 - Introduction aux interfaces CRM.
 - Collecte, organisation et centralisation des données clients.
 - Automatisation des processus (gestion de campagnes, relances, suivi).
Activité pédagogique : exercices pratiques sur un logiciel CRM.
Durée : 840 minutes

Jour 6 : Création de campagnes de fidélisation

- Conception et suivi des campagnes (Module 03)
 - Élaboration de programmes de fidélité (cartes, points, récompenses).
 - Communication personnalisée (e-mails, SMS, offres spéciales).
 - Gestion des retours clients et création de workflows automatiques.Activité pédagogique : cas pratiques sur des scénarios réels.
Durée : 420 minutes
-

Jour 7 : Optimisation de la relation client

- Personnalisation et relation client durable (Module 04)
 - Techniques pour personnaliser les interactions.
 - Gestion proactive des réclamations et retours d'expérience.
 - Renforcement de l'engagement client avec des offres sur mesure.Activité pédagogique : ateliers collaboratifs et études de cas.
Durée : 420 minutes
-

Jour 8 : Analyse et reporting

- Suivi des indicateurs clés de performance (Module 05)
 - Identifier et analyser les KPI (taux de rétention, NPS, etc.).
 - Adapter la stratégie en fonction des résultats.
 - Utilisation d'outils de reporting pour piloter la fidélisation.Activité pédagogique : exercices pratiques sur des tableaux de bord.
Durée : 420 minutes
-

Jour 9 : Automatisation et outils digitaux

- Automatisation des actions de fidélisation (Module 06)
 - Découvrir des outils comme le CRM, les campagnes e-mailing, et les chatbots.
 - Création de scénarios automatiques et campagnes récurrentes (anniversaires, relances).Activité pédagogique : réflexion collective et exercices sur des outils digitaux.
Durée : 420 minutes

Jour 10 : Expérience client et notoriété de marque

- Renforcer l'expérience client (Module 07)
 - Comment créer une expérience mémorable pour fidéliser ?
 - Valorisation des témoignages et avis clients.
 - Stratégies pour améliorer la notoriété auprès des clients existants.Activité pédagogique : travail en groupe sur des cas concrets.
Durée : 420 minutes
-

Jour 11 : Stratégies avancées et outils complémentaires

- Stratégies avancées de fidélisation (Module 08)
 - Intégration des outils digitaux pour fidéliser (Canva, réseaux sociaux).
 - Campagnes SEA pour attirer et fidéliser des clients.
 - Analyse des performances publicitaires.Activité pédagogique : cas pratiques et simulations sur des outils marketing.
Durée : 420 minutes
-

Jour 12 : Conclusion et évaluation finale

- Récapitulatif des concepts clés abordés
 - Synthèse des modules et apprentissages principaux.
 - Réponse aux questions des participants.Durée : 120 minutes
- Quiz de fin de formation
 - 30 questions (QCM et questions ouvertes).
 - Analyse des progrès (comparaison avec le quiz initial).Durée : 120 minutes
- Clôture et échanges collectifs
 - Discussions sur la mise en pratique des connaissances.
 - Remise des certificats de formation.Durée : 180 minutes