



Durée : 1 journée



Effectif : 6 personnes maximum



Public concerné :

Toute personne directement impliquée dans l'optimisation de la relation client (service étude, service client, service CRM, marketeur, commercial)



Suivi et Evaluation :

Feuille d'émargement à signer par demi-journée par les stagiaires et le formateur.
Délivrance d'une attestation de formation individuelle
Une évaluation est organisée en fin de stage
Un bilan oral est effectué avec le participant et un représentant de l'entreprise



Prérequis

Aucun pré-requis juridique n'est requis pour suivre cette formation.



Tarif : à partir de 1500 Euros HT



Modalités et délais d'accès : Cette formation est en présentiel.

Afin de vous inscrire à notre formation, merci de contacter au minimum 30 jours avant le début de la formation au 06 63 82 09 73 ou à l'adresse mail suivante: commercial@evoa-formation.fr
Une fois votre inscription validée, nous vous adresserons une convention de formation et une convocation vous sera envoyée par mail 7 jours avant le début de la formation.
En cas de subrogation de paiement, un accord du financeur doit nous être parvenu avec le début de la formation.



Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Notre organisme tente de donner à tous, les mêmes chances d'accéder ou de maintenir l'emploi et la formation.
Nous pouvons adapter certaines de nos modalités de formation, pour cela, nous étudierons ensemble vos besoins.
Pour toutes questions, merci de contacter Catherine DUTERTRE au 06 63 82 09 73 ou par mail à catherine@evoa-formation.fr

Objectifs de la formation :

La qualité de la relation client devient une préoccupation stratégique majeure pour les entreprises.

Ce stage apporte une méthodologie et des outils.

- Acquérir les méthodes et outils utiles pour mieux conquérir, fidéliser et satisfaire les clients
- Mieux connaître ses clients et bâtir des plans d'action différenciés
- Améliorer sa relation et son expérience client grâce aux leviers du marketing relationnel

Programme

➤ Modules distanciels

- E-quiz en amont/aval de la formation ;
- Que doit-on savoir sur le consommateur ?
- Quelles sont les bonnes choses techniques pour acquérir, convertir et fidéliser ses clients.

➤ Consolider sa connaissance client

- Adopter une approche customer centric et une vision 360° pour dessiner le cycle de vie d'un client et le parcours utilisateur.
- Exploiter sa base de données clients : analyse et segmentation.
- Calculer la Lifetime value par segment pour fixer des objectifs par typologie de client.

➤ **Améliorer sa satisfaction client**

- Renforcer l'engagement de ses clients : avantages, récompenses, services personnalisés.
- S'engager sur les réseaux sociaux et adopter leurs codes pour engager le dialogue avec ses clients.
- Animer les communautés de clients avec une relation humanisée : social et mobile CRM.
- Personnalisation, réactivité, échange... :
- faire grandir et entretenir sa relation client.

➤ **Fidéliser ses clients**

- Capitaliser sur l'historique de la relation client pour déterminer et valoriser sa différenciation auprès de ses clients.
- Newsletter éditorialisée, contenus informatifs gratuits...: miser sur la Brand utility pour un attachement durable.
- Animer une démarche d'amélioration continue du service et de la relation client : conseils et bonnes pratiques .

➤ **Conquérir de nouveaux clients**

- Amélioration de son référencement, sélection du canal, pertinence du contenu... : optimiser sa stratégie de communication.
- Marketing automation : augmenter la fréquence et la qualité des contact personnalisés.
- Mettre en place une stratégie de lead nurturing personnalisée pour faire murir ses prospects.
- Planifier les actions de fidélisation et anticiper la tactique de reconquête.

➤ **Enrichir son marketing relationnel par le suivi**

- Interroger régulièrement ses clients pour maintenir un lien de proximité.
- CSAT, NPS, CES : calculer la satisfaction client et la qualité du lien en permanence pour nouer une relation saine et durable pour ses clients.
- Analyser ses performances et son audience web pour perfectionner son marketing relationnel en ligne.
- Evaluer la rentabilité des actions marketing engagées pour optimiser les ratios coûts et valeur client.

Moyens et méthodes pédagogiques

- Mise en œuvre de moyens audiovisuels appropriés aux sujets étudiés
- E-quiz amont

Lieu prévisionnel de la formation

L'information précise sera portée directement sur la convocation

Le lieu est aménagé pour faciliter l'accès et l'usage aux personnes à mobilité réduite.

<https://www.capemploi-72.com>

Toute variante souhaitée doit faire l'objet d'un programme sur mesure. La qualité de la formation préalable ne saurait être garantie si le nombre de participants, la durée pédagogique effective et les moyens techniques requis ne sont pas respectés.

Nous contacter

06.63.82.09.73 – 02.43.80.81.52
commercial@evoa-formation.fr