

Intégrer la relation client dans sa stratégie marketing

Objectifs :

Intégrer des méthodes pratiques d'écoute client pour identifier les critères de choix des clients et leur niveau de satisfaction
 Développer une démarche construite pour fidéliser les clients
 Acquérir des méthodes et outils pour mettre en œuvre des actions de fidélisation

Programme :

Les avantages d'une stratégie « clients » au marketing

- ✓ Satisfaction
- ✓ Fidélisation
- ✓ Acquisition de nouveaux clients par le « bouche à oreille »
- ✓ Reconquête
- ✓ Augmentation du CA

Diagnostic de l'action commerciale

- ✓ Elaboration de questionnaires
- ✓ Evaluation de l'échantillon à interroger
- ✓ Mise en évidence des points forts et des points d'amélioration
- ✓ Organigramme
- ✓ Profil des commerciaux
- ✓ Offre
- ✓ Arguments commerciaux
- ✓ Actions marketing
- ✓ Témoignages clients

Mise en œuvre d'un plan d'action au marketing

- ✓ Définition de l'offre/prix
- ✓ Choix des actions aux moments propices du cycle de vie marché et clients : quand, comment ?
- ✓ Maximisation du budget marketing
- ✓ Mise en avant des bénéfiques « clients »
- ✓ Adaptation des profils « vendeurs » aux profils « clients »
- ✓ Construction d'un programme relationnel en fonction des cibles, des objectifs et des offres
- ✓ Plans de formation des équipes (contenu et application)
- ✓ Optimisation des canaux selon les cibles et les objectifs : Web, MD, face à face, médias sociaux...
- ✓ Intégration d'une gestion rigoureuse de la relation « clients » afin de conquérir, reconquérir et fidéliser

Code : A257

En présentiel :

Durée : 2 jours

Prix : 990 € HT

Lieu : Paris

Liste des dates :

25 au 26 janvier
 23 au 24 mars
 01 au 02 juin
 13 au 14 septembre
 23 au 24 novembre

En distanciel :

Durée : 3 sessions de 0,5 jour et 1 heure de coaching individuel

Prix : 810 € HT

Liste des dates :

Janvier : 17 matin, 19 matin et 20 matin
 Avril : 11 matin, 13 matin et 14 matin
 Août : 24 matin, 25 matin et 31 matin
 Décembre : 12 matin, 14 matin et 15 matin

Public concerné :

Tout collaborateur du service marketing ou commercial

Intervenants :

Spécialiste en marketing

Pré-requis :

Aucun

Techniques d'animation :

Alternance de théorie et de pratique.
 Exercices individuels et collectifs.
 Retour d'expériences.
 Echanges.
 Mises en situation.
 Entraînements.
 Etudes de cas.