

Fidéliser ses clients dans la durée à l'heure du digital

1 j (7 heures)

Ref : MKFC

Public

Dirigeants de TPE, PME PMI, artisans, commerçants, créateurs d'entreprise, responsables commerciaux...

Pré-requis

Connaître les fondamentaux du marketing

Moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue - Questionnaire préalable de positionnement - Nombreux exercices pratiques et mises en situation, échanges basés sur la pratique professionnelle des participants et du formateur, formation progressive en mode participatif - Vidéoprojecteur, support de cours fourni à chaque stagiaire

Modalités de suivi et d'évaluation

Feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires Attestation de fin de formation

Fidéliser un client coûte 5 fois moins cher que d'en prospecter ! Grâce à cette formation, vous aurez toutes les clés pour utiliser les outils digitaux et mettre en oeuvre votre stratégie de fidélisation.

Objectifs

Savoir établir un lien durable et pérenne entre sa clientèle et sa marque, pour faire la différence
Connaître les outils actuels et innovants afin de prolonger la relation
Savoir mettre en place une stratégie de marketing relationnel

Programme détaillé

Le marketing relationnel

Définition

Enjeux

Comparaison entre le marketing transactionnel et le marketing relationnel

Les chiffres

La stratégie de marketing relationnel

Sa mise en œuvre

La gestion de l'expérience client (Customer Experience Management)

Une stratégie omnicanal

Les outils du marketing relationnel

La Data base et les outils on line et offline

Les innovations digitales