

## DEVELOPPEMENT COMMERCIAL : FIDELISER PAR LA GESTION DE LA RELATION CLIENT

### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation les stagiaires seront capables de :

- ◆ Intégrer le facteur qualité de la prestation et de la relation, au cœur de la fidélisation client
- ◆ Savoir identifier et créer de la valeur ajoutée, en particulier celle autour de la formation des intérimaires.
- ◆ Savoir analyser le portefeuille client EU et définir les actions adaptées
- ◆ Elargir son approche client en multipliant les actions et contacts en lien avec la stratégie de fidélisation.
- ◆ Savoir gérer des relations difficiles et traiter la réclamation client

### PUBLIC CONCERNE

- ◆ Tous collaborateurs d'agence en lien avec l'activité commerciale

### NOMBRE DE STAGIAIRES

Minimum : 4                      Maximum : 10

### PRE-REQUIS

Pas de pré-requis

### PROFIL DU FORMATEUR

Formateur expert de la relation commerciale en ETT

### DUREE

2 jours soit 14 heures



## **METHODES, MOYENS PEDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT MIS EN ŒUVRE**

Avec l'accompagnement du consultant formateur :

**1/** Les méthodes pédagogiques utilisées privilégient largement la dynamique de groupe et se basent principalement sur des productions qui reprennent des situations vécues au quotidien en agence. Les participants mettent en pratique progressivement les outils et méthodes de fidélisation par la gestion de la relation client. Utilisation de la vidéo sur certaines séquences.

- ◆ Jeux de rôle / mises en situation sur des cas pratiques et filmés
- ◆ Ateliers de réflexion-production individuels et collectifs
- ◆ Production de grilles d'analyse
- ◆ Construction d'argumentaires
- ◆ Partages d'expériences
- ◆ Remise d'outils commerciaux opérationnels
- ◆ Remise d'un support pédagogique reprenant les différentes séquences étudiées pour suivre et conforter ses acquis dans la durée
- ◆ Etude de cas sur la construction d'un argumentaire de fidélisation et la réalisation d'un plan de fidélisation
- ◆ Auto-évaluation des stagiaires sur le niveau d'atteinte des objectifs (Acquis – Partiellement acquis – non acquis)
- ◆ Remise d'une attestation de formation à la fin de la formation

**2/** "Fil rouge" : Mise en place tout au long du stage d'un Plan Personnel d'Actions de Progrès (PPAP) afin que les stagiaires s'engagent dans la durée sur des axes de progrès qu'ils se seront fixés. A chaque séquence de formation, les stagiaires prennent note de leurs points forts à renforcer et de leurs points à améliorer. A l'issue de la formation ce PPAP doit déboucher sur des actions concrètes que le stagiaire devra mener au quotidien dans son entreprise pour consolider et mettre en œuvre les acquis de la formation.

**3/** A l'issue de la formation et pendant les 6 mois qui suivent, le formateur Man'Agir Consultant se tient à la disposition des participants qui peuvent le solliciter sur la mise en place individualisée de leur PIAP.

## **INFORMATION ET SUIVI**

Organisation administrative et logistique :

Tél : 01.45.23.22.51 – mail : commercial.adm@managir.com

Programme, objectifs et méthodes pédagogiques :

Tél : 01 45 23 22 32 ou 85 - mail : commercial@managir.com



## CONTENU

### OUVERTURE DE LA FORMATION

Présentation du stage, des méthodes utilisées et des objectifs à atteindre  
Présentation de l'intervenant  
Présentation et attentes des participants



### MODULE 1 : INTRODUIRE LA NOTION DE FIDELISATION DANS SA DEMARCHE COMMERCIALE

**Objectifs :** Cerner les enjeux de la fidélisation et prendre conscience de son rôle

- ↳ Introduire la notion de fidélisation
- ↳ Définir comment apprécier la notion de fidélité d'un client
- ↳ Prendre conscience de la valeur d'un client
- ↳ Prendre conscience de son rôle dans la fidélisation des clients

**Modalités pédagogiques :**

Travail sur les définitions, Post-it sur les indicateurs de fidélités, quiz, citation, réflexion individuelle, échanges interactifs, Jeu de construction et atelier de réflexion en sous-groupe



### MODULE 2 : EVOLUER DANS LA COMPREHENSION DES ATTENTES ET DES BESOINS DU CLIENT

**Objectifs :** Comprendre l'entreprise cliente dans son environnement. Intégrer la diversité d'interlocuteurs et leurs attentes et besoins. Comprendre quelle perception le client a de notre entreprise. Se servir de ces informations pour mieux fidéliser

- ◆ Savoir identifier les différents acteurs chez le client : leurs rôles, leur zone et leur pouvoir d'influence, ainsi que leurs attentes et besoins pour les fidéliser
- ◆ Distinguer client satisfait et client fidélisé : quelles sont les attentes d'un client sur le court terme et sur le moyen terme
- ◆ Apprendre à interroger ses clients pour découvrir leur degré de satisfaction et de fidélité
- ◆ Apprendre à analyser la perception qu'ont les clients des points forts et des points faibles des différents services – produits de l'entreprise
- ◆ Développer son écoute active auprès de ses clients

**Modalités pédagogiques :**

Travail en sous-groupes, encadré par le formateur, pour amener chaque participant à s'approprier la grille d'analyse des besoins et des attentes des différentes personnes qui chez le client peuvent influencer et/ou déterminer les décisions d'achat. Travail de questionnement spécifique  
Construire un bilan d'évaluation de la prestation d'une agence d'emploi.  
Mener des jeux de rôle en sous-groupes sur l'évaluation de la satisfaction client.  
Jeux de rôle sur l'écoute active en binôme



### **MODULE 3 : LA NOTION DE VALEUR AJOUTEE POUR UNE AGENCE D'EMPLOI**

**Objectifs** : Savoir identifier et créer de la valeur ajoutée. En faire un atout dans la gestion de la relation client au quotidien. Utiliser la formation des intérimaires comme un levier de valeur ajoutée particulier

- ↳ Lien entre valeur ajoutée et fidélité
- ↳ Intégrer les composantes de votre valeur ajoutée pour vos clients : celles de votre entreprise, celle de votre agence, celle de vous-même.
- ↳ La qualité du service et de la relation au cœur de la fidélisation
- ↳ Comprendre la différence entre la qualité de mes intérimaires et la qualité de ma prestation perçue par le client.
- ↳ Comment créer de la valeur ajoutée au fil du temps avec un client
- ↳ Utiliser la formation comme un levier particulier de valeur ajoutée
  - Comprendre les principaux modes de formation en agence d'emploi et intégrer les changements apportés par la réforme de la formation professionnel. Intégrer le niveau d'engagement du travail temporaire en rapport à d'autres branches.
  - Faire entendre le bénéfice de la formation des intérimaires auprès des entreprises utilisatrices
  - Comment l'utiliser comme levier de croissance et de fidélisation

#### **Modalités pédagogiques :**

Travail individuel et en sous-groupes pour que chaque participant apprenne à mettre en évidence la valeur ajoutée collective existante dans son entreprise et les moyens d'en créer plus pour les clients. Apports théoriques et échanges interactifs



### **MODULE 4 : ANALYSER SON PORTEFEUILLE CLIENT AU PROFIT DE LA FIDELISATION**

**Objectifs** : Savoir analyser son portefeuille client selon une matrice afin de définir les actions les plus appropriées au développement et à la fidélisation de mon portefeuille client. Comprendre les actions de relance possible pour fidéliser encore plus ses clients.

- ↳ Intégrer une matrice de classification client pour analyser son portefeuille
- ↳ Déterminer des actions prioritaires selon les 4 niveaux de la segmentation
- ↳ Réaliser le travail de segmentation sur son propre fichier client (*en intra seulement*)
- ↳ Réaliser son propre plan d'action de fidélisation à partir de son analyse du portefeuille (*en intra seulement*)

#### **Modalités pédagogiques :**

Matrice de segmentation client, travail en sous-groupe avec l'aide du formateur pour définir les actions prioritaires. Travail individuel sur son propre fichier client et sur son propre plan d'action





## **MODULE 5 : GESTION DE LA RELATION DIFFICILE**

**Objectifs :** Savoir gérer une relation difficile. Défendre son point de vu ou ses intérêts tout en réussissant à préserver et consolider la relation client.

- ◆ Comprendre les 4 types d'attitudes qui se déclenche habituellement sous stress
- ◆ Identifier son attitude prédominante
- ◆ Comprendre l'intérêt de l'assertivité dans le cadre de la relation client et intégrer les limites
- ◆ Découvrir et tester une méthode pour développer son assertivité
- ◆ Identifier les sources d'insatisfaction pour un client
- ◆ Intégrer une méthode de gestion de réclamation client

### **Applications pratiques :**

Grille de test pour situer sa propre attitude dominante. Jeux de rôle à improviser pour développer son assertivité. Jeux de rôle pour assimiler la méthode de gestion de la réclamation client.



## **MODULE 6: CONSTRUIRE SON PIAP (PLAN INDIVIDUEL D'ACTIONS DE PROGRES)**

**Objectifs :** Incrire dans la durée ses axes personnels de progrès à l'issue de la formation

- ◆ Identifier ses points forts et ses axes d'amélioration
- ◆ Hiérarchiser et préparer ses actions de progrès
- ◆ Élaborer son Plan Individuel d'Actions de progrès
- ◆ Suivre et valider son PIAP

### **Applications pratiques :**

À partir de l'identification de ses points forts et de ses axes d'amélioration constatés tout au long de la formation, chaque participant élabore un plan personnel d'actions de progrès pour améliorer en priorité ses points faibles.



## **TRAVAIL INDIVIDUEL : EVALUATION DES ACQUIS**

- ◆ Quiz d'évaluation des acquis
- ◆ Auto-évaluation des stagiaires sur le niveau d'atteinte des objectifs (Acquis – Partiellement acquis – non acquis)



## **CONCLUSION - EVALUATION ECRITE ET ORALE**

