

Formation : Développer la fidélisation client

Formation pratique - 2j - 14h00 - Réf. FID

Prix : 1280 € H.T.

★★★★☆ 4,8 / 5

Blended

Comment renforcer sa position sur des marchés toujours plus concurrentiels ? Comment personnaliser sa relation client pour mieux fidéliser ? Cette formation vous propose les méthodes et outils pour développer votre chiffre d'affaires, accompagner vos clients au quotidien et les fidéliser sur l'ensemble de vos offres.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Connaître les clés du succès de la satisfaction client
- ✓ Identifier et répondre aux sources de mécontentement client
- ✓ S'adapter aux différents profils et besoins client
- ✓ Renforcer sa force de conviction et ses compétences de négociateur
- ✓ Générer des ventes additives

Public concerné

Commerciaux, chargé(e)s de clientèle, chargé(e)s de relation client, téléconseillers.

Prérequis

Aucune connaissance particulière.

Méthodes et moyens pédagogiques

Travaux pratiques

Mises en situation, jeux de rôles, l'élaboration progressive d'outils directement utilisables sur le terrain.

Méthodes pédagogiques

Ce cours repose sur des partages de pratiques et des mises en situation réalistes d'entretiens (téléphone ou face à face) suivies d'une analyse et retours du groupe et du formateur.

PARTICIPANTS

Commerciaux, chargé(e)s de clientèle, chargé(e)s de relation client, téléconseillers.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Programme de la formation

1 Générer la satisfaction client

- Valoriser le client par le questionnement.
- Développer son écoute active pour améliorer sa connaissance client.
- Utiliser la reformulation et renforcer la qualité dans le dialogue.
- Consolider son empathie pour s'adapter à tous les profils de clients et les profils d'entreprises.
- Développer les ventes additives.

Mise en situation

Entretiens en face à face ou par téléphone : recueil d'informations et étude des besoins pour préparer une nouvelle offre commerciale (up selling ou cross selling).

2 Préserver la qualité dans la Relation Client

- Identifier les sources de mécontentement client.
- Faciliter le dialogue pour diminuer l'insatisfaction : empathie, écoute active.
- Installer une relation de confiance durable avec les clients.

Mise en situation

Ecoute et traitement de l'insatisfaction. Faire face aux critiques, rechercher des pistes d'amélioration.

3 Mettre en place sa stratégie de fidélisation

- Connaître son offre et celle de ses principaux concurrents.
- Se fixer des objectifs adaptés à chaque type de clients.
- Valoriser ses atouts concurrentiels.
- Préparer les objections courantes pour faire face à tous les profils clients.
- Identifier les attitudes et motifs d'insatisfaction.

Exercice

Réaliser un tableau récapitulatif des objections clients courantes. Préparer son argumentaire pour réussir sa vente (méthode CAB).

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émergence par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

4 Développer ses compétences de négociation

- Maîtriser les spécificités de la vente par téléphone et en face à face.
- Optimiser son verbal et son non-verbal pour renforcer son efficacité.
- Se synchroniser pour développer la qualité relationnelle.
- Développer son assertivité pour lever les objections courantes.
- Maîtriser le storytelling pour mieux argumenter.
- Gérer ses émotions dans le dialogue et faire face aux tensions.
- Pratiquer l'autodiagnostic dans la relation client.

Mise en situation

Présenter et argumenter une offre de fidélisation. Traitement des objections et gestion des tensions. Pilotage de la conclusion.

Options

Blended : 105 € HT

Approfondissez les connaissances acquises en formation grâce aux modules e-learning de notre [Chaîne e-learning satisfaction client](#). Un apprentissage flexible et complet, à suivre à votre rythme dès le premier jour de votre présentiel.

Dates et lieux

CLASSE À DISTANCE

2026 : 4 juin, 14 sep., 7 déc.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 4 juin, 14 sep., 7 déc.