

Fidélisation clients et développement commercial

Public Concerné

Commerçants, chefs d'entreprise et toute personne souhaitant fidéliser et attirer de nouveaux clients

Prérequis

Aucun

Méthode pédagogique

Une méthode interactive, de nombreux exercices, des travaux sur les cas des participants et des ateliers de mise en pratique

Objectifs

- Fidélisation clients.
- Attirer de nouveaux clients
- Amélioration de l'image de marque
- Être présent sur le web
- Utiliser les réseaux sociaux
- Optimiser son référencement sur internet

Durée

30 h

Prix

1500€

Les plus

Formation adaptée aux besoins du stagiaire
Des exercices en lien avec les problématiques de l'entreprise
Un certificat de formation est délivré en fin de stage



Programme

1. Fidélisation client

Le fichier client: un outil de développement du chiffre d'affaires

- Construction et mise à jour de la base de données clients
- Analyse du cycle de vie client
- Protection des données et conformité RGPD

Segmentation et exploitation du fichier client

- Critères de segmentation (valeur client, comportement d'achat)
- Identification des clients à fort potentiel
- Analyse des habitudes d'achat

Personnalisation et adaptation des offres

- Création d'offres ciblées par segment
- Programme de fidélité et avantages clients
- Système de récompenses et parrainage

Actions de marketing personnalisées

- Stratégie d'email marketing
- Newsletters et campagnes personnalisées
- Marketing automation et scénarios trigger
- Mesure de la satisfaction client

2. Attirer de nouveaux clients

Définition des cibles

- Analyse du marché et de la concurrence
- Création de personas
- Identification des canaux d'acquisition

Actions de marketing appropriées

- Location de fichiers big data
- Organisation d'événements
- Communication papier sur lieux ciblés
- Amélioration du référencement Google
- Campagnes d'acquisition digitales

3. Amélioration de l'image de marque

Analyse de la communication

Établir une cohérence entre image voulue, image diffusée et image perçue

Concevoir une stratégie de communication pertinente

Charte graphique et affichage (PLV, prix, description, panneaux)

Mise en valeur des produits et des services

Programme

4. Être présent sur le web

Utiliser les outils Google pour une meilleure visibilité et attractivité

Site vitrine

Site de vente en ligne

Les réseaux sociaux (Facebook, Instagram,...)

Création de contenu engageant

5. Utiliser les réseaux sociaux

Une nouvelle façon de communiquer

Gérer l'e-réputation de son entreprise

Intérêts pour une entreprise

Optimiser sa présence sur les principaux réseaux sociaux

Créer et animer une communauté autour de son site

Développer l'interactivité avec sa communauté

6. Optimiser son référencement sur internet

Fonctionnement des moteurs de recherche

Choix du contenu pour optimiser son référencement

Suivre et analyser l'audience de son site

Mesure de la performance SEO