

Formation Enquête de satisfaction clients - Fidélisation

Objectifs : Acquérir les notions indispensables à la mise en œuvre d'un programme de fidélisation clients depuis la conception du questionnaire d'enquête jusqu'à l'élaboration de plans d'actions curatifs et préventifs sur la base d'une évaluation de retours sur investissement ainsi que du suivi interne de la rentabilité

Compétences visées : - Appréhender les notions de typologie clients et les mécanismes de la fidélisation
- Concevoir un questionnaire de satisfaction clients, organiser et planifier son administration
- Mener une analyse statistique des résultats, déterminer les facteurs clés de fidélisation, identifier les clients à risque, les enjeux et priorités
- Savoir mettre en œuvre un programme de fidélisation en intégrant le service aux clients, des plans d'actions et le calcul du retour sur investissement
- Mesurer l'évolution de la fidélisation client et le "pay-back", élaborer un tableau de bord et une structure de pilotage

Durée : 2 jour(s) (14 heures)

Public : Directeurs marketing, chargés d'études marketing, directeurs qualité, directeurs fidélisation clients, responsables de services clients, responsables services après-vente de société des services et de l'industrie, ainsi que les consultants en qualité de service

Pré-requis : Une culture générale statistique est souhaitable.

Méthode pédagogique : Pédagogie active mêlant exposés, exercices et applications pratiques. Chaque participant pourra mettre en œuvre les applications dans le logiciel de son choix parmi Minitab, StatGraphics ou Excel.

Modalités d'évaluation : Un formulaire d'auto-évaluation proposé en amont de la formation nous permettra d'évaluer votre niveau et de recueillir vos attentes. Ce même formulaire soumis en aval de la formation fournira une appréciation de votre progression.

Des exercices pratiques seront proposés à la fin de chaque séquence pédagogique pour l'évaluation des acquis.

En fin de formation, vous serez amené(e) à renseigner un questionnaire d'évaluation à chaud.

Une attestation de formation vous sera adressée à l'issue de la session.

Trois mois après votre formation, vous recevrez par email un formulaire d'évaluation à froid sur l'utilisation des acquis de la formation.

Accessibilité : Vous souhaitez suivre notre formation Formation par ville et êtes en situation de handicap ? Merci de nous contacter afin que nous puissions envisager les adaptations nécessaires et vous garantir de bonnes conditions d'apprentissage

Tarifs :

- Présentiel : 1100 € HT

- Distanciel : 1000 € HT

(-10% pour 2 inscrits, -20% dès 3 inscrits)

Option(s) :

- Forfait déjeuners : 40 € HT

Nos prochaines sessions

Distance

du 2 au 3 octobre 2025

Lyon

du 22 au 23 septembre 2025

Paris

du 5 au 6 juin 2025

du 13 au 14 novembre 2025

Toulouse

du 20 au 21 mai 2025

du 9 au 10 octobre 2025

Programme :

- Introduction

- Notions de typologie clients, leur comportement
- Les mécanismes de la fidélisation

- État des lieux de la satisfaction et de la fidélisation

- Objectif
- Conception du questionnaire
- Organisation, logistique, planification de l'enquête

- Analyse des résultats

- Techniques d'analyse
- Outils et méthodes statistiques utilisés
- Détermination des facteurs clés de fidélisation
- Détermination de la perte clients : le marché à risque
- Les enjeux de chiffres d'affaires et de marge

- Les priorités

- Mise en œuvre d'un programme de fidélisation

- Organisation et moyens
- Le service aux clients : le conseil, la gestion des contacts
- Les plans d'actions curatifs et préventifs
- Le calcul de retour sur investissement
- Notions d'hyperservice

- Tableau de bord, pilotage

- Mesure continue de l'évolution de la fidélisation clients
- Mesure du "pay-back" du programme de fidélisation
- Tableau de bord et structure de pilotage

Date de dernière modification : 5 novembre 2024