



BY ABILWAYS

FORMATIONS COURTES

INITIATION

Ref. : C19FID

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1360
€ HT

MARKETING DE LA FIDÉLISATION : RENOUVELER SA STRATÉGIE

Concevoir et animer un programme de fidélisation performant

Trop souvent, des programmes de fidélisation sont lancés sans vraiment se focaliser sur le client, sans garantir l'efficacité et la rentabilité. L'objectif de cette formation est de concevoir un programme de fidélisation efficace et rentable.

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux et les aspects essentiels de la fidélisation.
- Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de fidélisation omnicanale.
- Animer et évaluer son programme de fidélisation.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Responsables marketing, marketing direct, service client et chefs de produits, chefs de marché.

PRÉREQUIS

Aucun.

COMPÉTENCES ACQUISES

Bâtir et optimiser la stratégie de fidélisation d'un portefeuille de clients.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quiz amont
Présentiel
E-quiz aval

PROGRAMME

Marketing de la fidélisation : renouveler sa stratégie

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

S'approprier les fondamentaux du marketing de fidélisation

- Identifier les 5 étapes d'une démarche marketing de fidélisation.
- Concilier engagement émotionnel et transactionnel dans son marketing de fidélisation.
- Comprendre la coordination du marketing transactionnel et de fidélisation.
- Évaluer les bénéfices du marketing de fidélisation pour sa marque.
- Estimer les limites de la fidélisation et les raisons de rupture clients pour les anticiper.

Déployer un marketing de fidélisation innovant et omnicanal

- CRM, site e-commerce, social listening... : diversifier ses sources de connaissance client.
- Partir des attentes de ses clients pour apporter de la valeur ajoutée à son programme de fidélité.
- Susciter engagement et confiance par un programme de fidélité personnalisé et durable.
- E-commerce, email, mobile, social media... : délivrer une expérience et un



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28

programme de fidélité uniformes quel que soit le canal.

- Décrypter des programmes de fidélité omnicanaux pour en déduire des idées innovantes.

Concevoir un programme de fidélisation efficace

- Atelier : analyse des programmes de fidélisation les plus répandus : outils, bénéfices et limites.
- Connaissance client et cycle d'achat : capitaliser sur des données client en accord avec le RGPD.
- Établir une cartographie de ses cibles de fidélisation.
- Clarifier ses objectifs de fidélisation par segment et ses contraintes budgétaires.
- Choisir les leviers d'activation, canaux et outils de fidélisation associés.
- Enrichir son programme de fidélité par des services supplémentaires digitaux : retours d'expérience.
- Néo-fidélisation : introduire l'expérientiel dans ses stratégies et programmes de fidélisation.

Animer son programme de fidélisation : le customer empowerment

- Inverser la pyramide de la relation client : donner la main au client sur sa fidélité.
- Transformer ses clients en ambassadeurs grâce aux réseaux sociaux.
- Maintenir le lien : offrir une expérience ATAWAD, gage de proximité et d'engagement.
- Moderniser l'animation de son programme fidélité : conseils et bonnes pratiques.

Suivre l'efficacité et la performance de son programme de fidélisation

- Évaluer le niveau de satisfaction de son programme de fidélisation.
- Calculer la valeur client : Customer Life Time Value.
- Mesurer l'évolution de la satisfaction clients dans la durée : le Customer Effort Score (CES) et le Net Promotor Score (NPS).
- Estimer les coûts et niveaux de rentabilité de son programme de fidélisation.
- Adopter une démarche Test & Learn pour parvenir à la meilleure stratégie de fidélisation.
- S'appuyer un outil CRM pour suivre les indicateurs clés.

INTERVENANTS

Isabelle MOCQUANT

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

LIEUX ET DATES

À distance

25 et 26 nov. 2021
24 et 25 août 2022

Paris

02 et 03 déc. 2021
21 et 22 mars 2022
01 et 02 déc. 2022