

FIDÉLISER ET DÉVELOPPER SES CLIENTS

Structurer une approche proactive de fidélisation et de développement des comptes clés, détecter les opportunités de renouvellement, d'upsell et de cross-sell, construire une stratégie relationnelle long terme orientée valeur client, anticiper les risques de désengagement et devenir un partenaire stratégique incontournable.

PROGRAMME

1. STRUCTURER UNE APPROCHE STRATÉGIQUE DE FIDÉLISATION

Comprendre les leviers de la fidélisation

Analyse du cycle de vie client, matrice de fidélisation CLM (Customer Lifecycle Management), gestion proactive de la relation client, création de valeur continue.

[Cartographier les acteurs et les relations clés du compte](#)

Account Relationship Map, analyse du réseau d'influence interne, Identification des sponsors, prescripteurs et utilisateurs.

[Mesurer la satisfaction et détecter les signaux faibles de désengagement](#)

Indicateurs NPS, Client Health Score, entretiens de feedback, mise en place d'un plan d'écoute client structuré.

2. PILOTER LA RELATION CLIENT ET RENFORCER LA CONFIANCE

Mettre en place un plan de compte stratégique

Modèle KAM Canvas, objectifs mutuels, plan d'action annuel co-construit, Account Plan.

[Construire une relation de partenariat et de co-création](#)

Approche Customer Success Partner, ateliers de co-innovation, valorisation des résultats obtenus et implication du client dans les évolutions.

[Renforcer la confiance à travers la transparence et la communication continue](#)

Rituels de suivi trimestriels, bilans de performance, Quarterly Business Review (QBR) structurée.

3. IDENTIFIER ET EXPLOITER LES OPPORTUNITÉS DE DÉVELOPPEMENT

Détecter les leviers d'upsell et de cross-sell

Account Growth Matrix, analyse du portefeuille produit et du potentiel d'extension, approche par la valeur et par l'usage client.

[Anticiper les besoins futurs du client](#)

Veille stratégique client, écoute des signaux faibles d'évolution, planification d'initiatives proactives avec le client.

[Positionner de nouvelles offres ou projets sans forcer la vente](#)

Value Expansion Selling, storytelling orienté résultat, "soft pitch" consultatif, création d'un momentum commercial partagé.

4. CONSOLIDER LA FIDÉLITÉ ET TRANSFORMER LE CLIENT EN AMBASSADEUR

Créer une expérience client supérieure et cohérente

Approche CX (Customer Experience Design), cartographie du parcours client post-vente, Client Journey Map.

[Mesurer et piloter la fidélisation à long terme](#)

Tableaux de bord de fidélité, indicateurs de valeur vie client (CLV – Customer Lifetime Value), reporting trimestriel de performance client.

[Transformer les clients satisfaits en ambassadeurs actifs](#)

Programme de témoignages clients, success stories, cercles de référence, "Ambassador Framework".

RÉF : CO-FD

DURÉE

2 Jours

CIBLE

Key Account Managers, Commerciaux B2B et Grands Comptes, Ingénieurs d'Affaires.

PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "Conclure et sécuriser ses ventes" ou justifier d'une première expérience dans la gestion de comptes clients.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Structurer une approche proactive de fidélisation et de développement des comptes clés.
- Détecter les opportunités de renouvellement, d'upsell et de cross-sell.
- Construire une stratégie de relation long terme orientée valeur client.
- Identifier les signaux de risque de désengagement et les prévenir efficacement.
- Devenir un partenaire stratégique incontournable aux yeux du client.

PÉDAGOGIE

- Approche expérientielle : alternance de cas concrets, retours d'expérience, ateliers collaboratifs.
- Études de cas réels : gestion de comptes stratégiques, identification d'opportunités.
- Coaching opérationnel : construction du plan de compte et du plan de fidélisation par participant.
- Méthodes actives : simulations de réunions QBR et d'entretiens de développement client.

FORMAT : PRÉSENTIEL