

SÉQUENCE 2

La fidélisations de la clientèle 2

Mises en situation professionnelle 3

Mission 1

Rechercher et sélectionner les informations relatives du degré de satisfaction des clients et proposer des améliorations 4

Mission 2

Présenter aux clients les moyens de fidélisations 7

SÉQUENCE 2

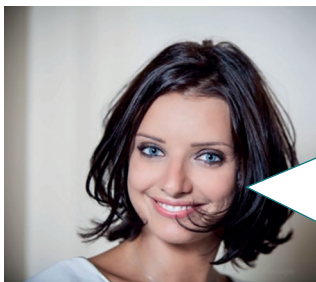
La fidélisations de la clientèle

■ Votre check list

Compétences	C.3.3.1. Participer aux actions de développement de la fidélisation - Rechercher et sélectionner les informations relatives au degré de satisfaction des clients. - Proposer des améliorations ou des modalités de satisfaction et de fidélisation de la clientèle - Présenter au client les moyens de fidélisation
Connaissances associées	Identifier les principes et les enjeux de la gestion de la relation client pour un point de vente ! - Caractériser les composantes d'une gestion de la relation client ! - Identifier les enjeux de la fidélisation pour l'unité commerciale ! - Préciser les conséquences en matière de choix effectués - Les techniques de fidélisation (Différencier les techniques de fidélisation, Décrire les principes d'utilisation des supports de fidélisation (carte de fidélité, promotion, cadeau, prime, jeux et concours, club « clients »...) et en préciser les aspects juridiques.
Performances attendues « À la fin de la séance vous serez capable de »	- Identifier les motifs d'insatisfaction ou satisfaction clients - Faire des propositions cohérentes avec les résultats obtenus - Valoriser les supports de communication auprès des clients
Ressources de cours utiles	La fiche notionnelle (synthèse) du cours.
Appuis technologiques	Accès internet et logiciel de traitement de texte
Durée de réalisation conseillée	1 h 30
Pré-requis	Les types de clientèle (potentielle, temporaire fidèle). Les règles juridiques en matière techniques de fidélisation.
Évaluation sommative : devoir de 45 min	Évaluation la fidélisation de la clientèle
Pour aller plus loin (30 min)	Lire ce dossier très complet sur la fidélisation de la clientèle http://www.actionco.fr/Action-Commerciale/Article/La-fidelisation-CLIENT-c-est-l-affaire-de-TOUS-36429-1.htm http://www.webmarketing-conseil.fr/comment-fideliser-les-outils-de-fidelisation-sur-internet/

Mises en situation professionnelle

Vous venez d'être embauché(e) chez Nocibé et votre responsable vous sensibilise à la satisfaction de la clientèle et sa fidélisation.



Avec l'arrivée de nouvelles enseignes concurrentes sur notre zone de chalandise nous devons maximiser nos efforts de fidélisation. L'objectif est de faire un client occasionnel un client régulier et de mettre en place des relations permanentes et personnalisées. Je compte sur vous pour accroître la fidélisation de la clientèle. Après avoir recherché les informations relatives à la satisfaction du client vous proposerez des améliorations et vous participerez à la fidélisation des clients.

■ Pour vous aider je vous propose de traiter dans l'ordre

- Mission 1 : Rechercher et sélectionner les informations relatives au degré de satisfaction des clients et proposer des améliorations
- Missions 2 : Présenter au client les moyens de fidélisation
- Apprenez la fiche notionnelle
- Faites l'évaluation tout à la fin sans aucune aide. Si vous avez en dessous de 10 retournes voir la fiche notionnelle.
- Lisez les lectures complémentaires (chek list)

Bon courage !

Mission 1

Rechercher et sélectionner les informations relatives du degré de satisfaction des clients et proposer des améliorations

CONSIGNES



Lisez attentivement le mail ci-dessous de votre responsable madame Contat et les documents de 1 à 3 et complétez l'annexe 1. Vous repèrerez les informations relatives à la **satisfaction** des clients et vous ferez des propositions pour l'améliorer.

Webmail Free ADSL Freebox - vcontat - Google Chrome

https://imp.free.fr/horde/imp/compose.php?popup=1&to=&cc=&bcc=&msg=&subject=&this

Rédaction de message - ven. 27 nov. 2015 18:00:53 CET

Envoyer le message | Sauver le brouillon | Annuler le message ?

Identité: vcontat@free.fr (Identité par défaut) ?

À: conseillèrenocibé@hotmail.fr ?

Cc: ?

Cci: ?

Objet: suivi clients mensuels ?

Options

- Carnet d'adresses
- Développer les noms
- Caractères spéciaux
- Pièces jointes ?

☒ Faire une copie dans sent-mail ☐ Demander un accusé de réception

Bonjour,

Pour le suivi du mois d'octobre 2015 je vous envoie comme convenu divers documents en vue d'évaluer la satisfaction de notre clientèle. Vous trouverez en document 1 les derniers commentaires laissés sur notre blog. Le document 2 concernent des fiches de réclamation et enfin dans le document 3 un bilan de la réunion du mois de décembre qui fait état des remontées de l'équipe.

Bien cordialement
V.Contat

Envoyer le message | Sauver le brouillon | Annuler le message ?

Pièces jointes

Pièce jointe: Choisissez un fichier | Aucun fichier choisi | Joindre ?

DOCUMENT 1



NOCIBÉ

DERNIERS COMMENTAIRES

Melissa dit :

« Merci pour vos précieux conseils de maquillage, je me débrouille seule maintenant ».

Pauline dit :

« Je suis déçue, je n'ai pas testé le dernier vernis acheté et la couleur ne me plait pas. »

Anissa dit :

« Votre magasin est spacieux et lumineux j'adore flâner faire des essais de parfums ».

Brenda dit :

« Une équipe toujours sympathique, merci 😊 »

Élodie dit :

« Que de nouveautés cette année ».

Marie dit :

« Jamais assez de caisses ouvertures l'attente est souvent longue en magasin ».

Sarha dit :

« Je viens de faire une commande sur Internet mais la livraison était incomplète ».

Stéphanie dit :

« Le samedi la circulation dans votre magasin est impossible à cause des îlots et podiums et trop de monde aussi ».

DOCUMENT 2 : FICHES DE RÉCLAMATION

FICHE RÉCLAMATION

Date : 22/11/n

Cliente : Mme Desnoyer

Adresse : 14 allée des lilas

21000 Dijon

Tél : 06 84 56----

Livraison hors délai.

Cliente absente le jour de la livraison.

FICHE RÉCLAMATION

Date/ 27/11/n

Cliente : Mme Durant

Adresse : 36 rue Masois

69110 Ste Foy les Lyon

Tél : 0687 25 -

Plus de place pour son soin la semaine souhaitée.

RÉUNION BILAN MOIS DÉCEMBRE

La nouvelle collection pour les produits de maquillage satisfait la clientèle

Un panier moyen en baisse par rapport à l'année dernière, de plus petits achats pour Noël cette année.

Les clients découvrent notre magasin par bouche à oreille, certaines clientes parrainent des amies.

Des compliments sur la décoration de Noël.

Les cartes cadeaux sont en augmentation de 20 % par rapport à l'année dernière.

Les coffrets cadeaux se sont moins bien vendus, une perte de 10 % par rapport à l'année dernière.

ANNEXE 1 : LES POINTS FORTS POINTS FAIBLES ET PRÉCONISATIONS

Points forts	Points faibles
Propositions d'améliorations	



Écouter et regarder la vidéo ci-dessous afin de bien comprendre les enjeux de la satisfaction de la clientèle. Répondez ensuite à la question.

Fidélisation client / clientèle : comment agir efficacement sur le « parcours client »

[VIDEO : Fidélisation client / clientèle : comment agir efficacement sur le « parcours client »](#)

Question : Comment agir efficacement pour fidéliser une clientèle ?

Mission 2

Présenter aux clients les moyens de fidélisations



Écouter et regarder cette vidéo assez complète sur la fidélisation de la clientèle et répondez aux questions.

Les programmes de fidélisation [Les jeudi d'Émilie]

[VIDEO : Les programmes de fidélisation](#)

Q1 : Pourquoi Fidéliser ?

Q2 : Que faut-il faire pour fidéliser ses clients ?

Q3 : Quels sont les outils de fidélisation ?

Q4 : Comment sont-ils organisés ? Expliquez les 3 R

Q5 : Quel est l'objectif principal ? Quel est l'intérêt pour une entreprise de fidéliser ?

Q6 : Expliquez comment British Airways fidélise ses clients ?

CONSIGNES



À l'aide du document 1 ci-dessous, identifier les avantages de la carte de fidélité, annexe 1.

DOCUMENT 1 : LA CARTE DE FIDÉLITÉ NOCIBÉ

Avantages

- Vos points doublés pour tous vos achats de produits de marque Nocibé**
- Vos offres copines : partagez vos Lovely avantages ! Quand une de vos amies active sa carte Lovely, vous recevez chacune -20 % sur le produit de votre choix**
- Des invitations exclusives : des soirées et événements Nocibé en compagnie des marques les plus luxueuses pour profiter de nombreux avantages lors de ces rencontres privilégiées.
- Des soldes privées
- + les points x 2 le mois de l'anniversaire
- + les avantages de la carte Standard (Des offres beauté sur vos marques préférées
- Vos points fidélité :
 - 1€ = 1 point
 - 200 points = 10€ de remise fidélité*Vous cumulez des points fidélité à chacun de vos achats en parfumerie et sur nocibe.fr)
- À partir de 300 points un cadeau



Source : http://www.nocibe.fr/carte-fidelite_1_464.cd.html#a1

Avantages de la carte Lovely



CONSIGNES



À l'aide du document 2 ci-dessous, conseiller vos clients annexe 2.

DOCUMENT 2 : PROPOSITION DE LA CARTE AU CLIENT : PROCÉDURE



Pour réussir notre opération carte pensez à vérifier que le client est bien porteur de la carte sinon proposez-la lui systématiquement en argumentant et en l'incitant à compléter le formulaire permettant son obtention. Si le client n'est pas intéressé remettez-lui la plaquette de présentation de la carte.

ANNEXE 2 : DES PROCÉDURES POUR FIDÉLISER

Scénario	Actions du conseiller de vente
Le client achète plusieurs produits d'un montant important et se dirige vers la caisse.	
Le client ne possède pas la carte du magasin.	
Le client est intéressé.	
Le client n'est pas intéressé dans l'immédiat.	

CONSIGNES



À l'aide du document 3 complétez les annexes 3 (analyse du formulaire) et 4 cochez les autres moyens de fidélisation utilisés par l'enseigne.



FORMULAIRE ADHÉSION

Pour mieux vous connaître et vous permettre de bénéficier d'offres privilégiées nous vous invitons à remplir ce questionnaire. Nous vous remercions par avance des quelques minutes que vous allez y consacrer.

VOS COORDONNÉES (1)

Nom :

Prénom :

Adresse :

Courriel :

Codes postal :

Commune :

Téléphone fixe :

Téléphone portable :

Date de naissance :

LA BEAUTÉ ET VOUS (2)

Quelles sont vos marques préférées ?

Pour les parfums :

Pour les soins :

Quels produits de soin achetez-vous le plus souvent ?

À quelle fréquence ?

Quels sont les soins cabine que vous utilisez ?

Quelle somme dépensez-vous par mois :

Pour les soins :

Pour la parfumerie :

Merci

Types d'informations	Objectif du point de vente
Identification du client	
Nature des produits achetés	
Le budget	
Les marques achetées	
Fréquence d'achat	
Utilité de ces informations	
Grace au formulaire	Pour la communication de l'enseigne

ANNEXE 4 : LES AUTRES MOYENS DE FIDÉLISATION

• Club clients • Cadeaux • Prospectus • Publipostage électronique • Soldes privés	• Courrier électronique • Catalogue • Journal d'information • Lettre d'information électronique • Mobiles mercatique
---	--