Fiche Technique:Formation fidélisation client à Abidjan

Objectifs de la formation

Résultats visés et compétences directement applicables.

- Baisser le churn et augmenter le repeat business via une stratégie anti-churn priorisée.
- Cartographier les parcours clés et traiter en priorité les irritants à fort impact.
- Mettre en place une écoute client continue et des déclencheurs d'actions adaptés.
- Concevoir des offres et campagnes de rétention/réactivation rentables.
- Piloter des KPI pertinents (NPS, CSAT, CES, CLV) et aligner marketing–ventes–opérations.
- Installer une gouvernance CX claire et des routines garantissant une qualité de service constante.

> Inclut cas réels, modèles prêts à l'emploi, micro-exercices et coaching collectif, avec support post-formation prévu.

Population cible

- Dirigeants et managers (commerce, marketing, relation client, CRM, centres de contact).
- Commerciaux/ingénieurs d'affaires B2B (BTP, énergie, maintenance).
- Responsables marketing/CRM pour le nurturing et l'orchestration multicanale.
- Managers relation client, superviseurs call centers, SAV et QSSE (NPS, CES, FCR).
- Équipes logistique/opérations et entreprises industrielles/agro-industries.
- PME en croissance souhaitant structurer avant un CRM avancé.

Durée de la formation

Formats modulables selon contraintes terrain (présentiel, classe virtuelle, intra, mixte).

Format	Durée type	Rythme	Public / Groupe
Présentiel (Plateau, Cocody, Marcory)	2 jours (14 h)	Sessions intensives	8–14 (CODIR, managers)
Classe virtuelle (GMT Abidjan)	4 × 3,5 h	Rythme modulable	6–12 (équipes multi-sites)
Intra-entreprise sur site	1,5 à 3 jours	Adapté aux pics d'activité	Jusqu'à 16 (ops, logistique, SAV)
Parcours mixte (blended)	3 à 5 semaines	Ateliers + coaching	Cellules projet (déploiement transversal)

Programme de la formation

Parcours progressif : diagnostic, segmentation, outillage, alignement opérations, pilotage CX.

1) Diagnostiquer vos parcours et vos risques

- Cartographie (onboarding, réachat, SAV, réclamation, résiliation) et points d’effort.
- KPI NPS/CSAT/CES et priorisation de chantiers à fort ROI.

2) Segmenter et personnaliser sans complexité

- Segmentation par valeur, sensibilité au service, historique et risque d’attrition.
- Offres anti-churn, scripts de rétention et séquences de nurturing.

3) Orchestration CRM et automatisations utiles

- Must-have CRM et automatisations légères à impact.
- Relances intelligentes, promesses de rappel, traçage des effets sur les KPI.

4) Service, logistique et opérations alignés

- Traitement des goulots logistiques et engagements réalistes terrain.
- Boucles de correction rapides dès qu’un indicateur dérive.

5) Mesure, pilotage et gouvernance CX

- Tableaux de bord utiles, rituels d’équipe et revues de comptes.
- Lien entre objectifs d’affaires, expérience et rétention.
