Fiche Technique:Formation fidélisation client à Tanger

Objectifs de la formation

> Pilotage par les indicateurs (NPS/CSAT/CES, réachat, résolution au premier contact, délais, Net Revenue Retention) pour des résultats mesurables dès les premières semaines.

- Unifier les pratiques de relation client autour d’un référentiel commun.
- Maîtriser les parcours clés: onboarding, SAV, renouvellements, réclamations.
- Construire des plans de fidélisation par segment et intégrer la voix du client.
- Exploiter des KPI pertinents pour piloter la rétention et la satisfaction.
- Installer un pilotage régulier et transformer les feedbacks en actions.
- Aligner promesse commerciale et exécution; outiller les managers pour coacher.

Population cible

Publics orientés client B2B et services, à Tanger et au Nord.

- Dirigeants, directeurs commerciaux, responsables service client/qualité, managers d’équipes en contact client.
- Secteurs: industrie, logistique/transport, maintenance, BTP, services, secteur public.
- Responsables exploitation, chefs de projets, encadrants back-office (réclamations, post-vente, plans de compte).
- Responsables marketing/CRM et RH (campagnes relationnelles, culture client).
- Équipes front office: commerciaux, chargés de clientèle, SAV, accueil.
- Décideurs pilotant des contrats long terme (maintenance, FM, transport récurrent, énergie, agro-industrie).

Durée de la formation

Format	Durée	Modalités	Plus-value
Standard	3 jours (2 + 1)	Présentiel à Tanger ou distanciel synchrone	Impact rapide sur les pratiques terrain
Parcours étendu	4–6 semaines	Sprints hebdomadaires + coaching managérial	Ancrage durable des routines et KPI
Intra-entreprise	Selon cadrage	Diagnostics avant/après, ateliers sur données réelles	Alignement KPI + plan d’implémentation à 90 jours
Options	—	Micro-learning, classes virtuelles, co-conception	Livrables normalisés et guides de coaching

Programme de la formation

Parcours en 5 modules, avec cas d’usage sectoriels (industrie, logistique, BTP) et mises en situation.

Module 1 — Promesse, onboarding et premiers succès

- Cadrer une promesse crédible; jalons 30/60/90 jours.
- Outils: checklists, scripts, messages clés, protocoles de prise de contact.

Module 2 — Qualité perçue et gestion des aléas

- Standards opérationnels pour prévenir irritants et traiter incidents.
- Priorisation, communication proactive, bouclage avec le client (jeux de rôle).

Module 3 — Réclamations et moments critiques

- Trier, qualifier et résoudre au premier contact; escalade pilotée si besoin.
- Canevas de réponse, grille d’empathie, scripts pour conversations difficiles.

Module 4 — Réachat, renouvellement et montée en gamme

- Animer les renouvellements et le cross/up-sell responsables.
- Calendrier relationnel, détection des signaux faibles, revues trimestrielles.

Module 5 — Mesurer, piloter, améliorer

- Choix des indicateurs (NPS/CSAT/CES, rétention, CLV, coût de service, NRR) et objectifs associés.
- Rituels managériaux: lecture des résultats, décisions rapides, plans correctifs, reconnaissance.
