|  |
| --- |
| **CHARGE DE COURS** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Développement et fidélisation de la clientèle** | |
| **Section** | Bachelier en international business - Co-diplomation avec l’Henallux |
| **Unité d’enseignement** | Suivi et développement de la relation client |
| **Nombre de périodes** | 22 périodes de 50 minutes (18.20 heures) |
| **Horaires** | À définir |
| **CHARGé DE COURS** | |
| **Titre(s)** | Être titulaire d’un bachelier ou d’un master et justifier d’une compétence professionnelle à jour dans le domaine. |
| **Statut** | Expert |

**Programme de ce cours :**

*Face à des situations issues de la vie professionnelle, en disposant de la documentation ad hoc, l’étudiant sera capable :*

* + D’identifier les enjeux et les facteurs clés de la fidélisation ;
  + De mettre en œuvre une stratégie de fidélisation :
    - Détermination critériée des clients cibles et des gisements de progression chez ses clients actuels,
    - Analyse des fichiers clients (approche ABC, indicateur potentiel/rang, ...),
    - Définition d’une segmentation opérationnelle ;
  + D’élaborer un plan de couverture client/actions de fidélisation ;
  + De caractériser et de mettre en œuvre les actions et outils de fidélisation :
    - Actions jouant sur l’attractivité objective : satisfaction procurée, services associés, service après-vente, attractivité des prix, sécurisation de la clientèle, ...,
    - Actions jouant sur l’attraction émotionnelle : avantages statutaires, reconnaissance client, stimulation de l’assiduité, ... ;
  + D’analyser la rentabilité des actions : coût et valeur d’acquisition, de fidélisation, valeur globale du client.

|  |  |
| --- | --- |
| **Candidature** |  |