



Objectif de la formation

Ce séminaire oriente l'entreprise vers son client : comprendre ce qu'il perçoit vraiment, repérer les signaux d'insatisfaction avant le départ, et chiffrer ce qu'un client perdu coûte. Le participant repart avec sa cartographie des points de contact et une stratégie de fidélisation.

Durée 8 heures, réparties en deux séances de 4 heures.

À qui ce séminaire s'adresse

Dirigeants et membres d'une direction qui veulent faire de la satisfaction client une discipline mesurée plutôt qu'une intention.

Séance 1 — Culture centrée client et alignement organisationnel

4 heures

- **Objectif : Comprendre l'expérience client réelle et aligner structure et culture dessus**
- Les principes d'une entreprise centrée client, et ce qu'ils changent au quotidien
- Analyser l'expérience client : ce que vos clients perçoivent, pas ce que vous croyez
- Cartographier les points de contact et les moments qui décident de la fidélité
- Aligner structure et culture avec la Structure organisationnelle collaborative
- Définir les étapes d'un projet d'amélioration avec le GPS
- Identifier les compétences internes nécessaires avec le PCO
- Lire la contribution de chaque équipe avec le PCE
- **Activité de travail : cartographier vos points de contact et repérer les moments qui décident de la fidélité**

Séance 2 — Fidélisation, indicateurs et leadership centré client

4 heures

- **Objectif : Fidéliser, mesurer et incarner un leadership centré client**
- **Analyser les comportements des clients insatisfaits : repérer les signaux faibles**
- **Remonter aux causes profondes plutôt que traiter les plaintes une à une**
- **L'effet de l'approche client sur la rentabilité, la réputation et la croissance**
- **Évaluer le coût de la perte d'un client et calculer sa valeur à vie**
- **Les stratégies de fidélisation qui tiennent dans le quotidien**
- **Mobiliser ses équipes avec le TBE pour en faire des ambassadeurs**
- **Définir, mesurer et ajuster ses indicateurs clés avec le TBO**
- **Incarner un leadership centré client avec le PCL**
- **Activité de travail : calculer la valeur à vie de vos clients et bâtir votre stratégie de fidélisation**

Ce qui se discute en groupe

- Ce qu'est un besoin client aujourd'hui : sécurité, valeur, reconnaissance, autonomie
- Le rôle de la direction dans l'instauration d'une culture client
- Comment traduire un taux de satisfaction en décision stratégique
- Le dernier client perdu : l'avez-vous vu venir

Comment le séminaire se donne

- Cahier de préparation à remplir avant la première séance
- Canevas de cartographie des points de contact
- PCL, PCE et PCO complétés en séance
- Grille de calcul de la valeur à vie du client
- Tableaux de bord TBE et TBO pour le suivi de la satisfaction

Résultats escomptés

- Vous connaissez l'expérience réelle de vos clients, pas celle que vous supposez
- Vous repérez les signaux faibles avant le départ
- Votre fidélisation repose sur des chiffres, dont le coût d'un client perdu

Ce que vous emportez

- Votre cartographie des points de contact
- Le calcul de la valeur à vie de vos clients
- Votre stratégie de fidélisation
- Vos indicateurs de satisfaction dans le TBO

Reconnaissance des compétences

À la fin du séminaire, le participant reçoit une attestation. Au terme d'un programme de 80 heures, il reçoit une certification.

Réseautage inc. est agréé par Service Québec — certificat 0060705 — et reconnu organisme formateur par la Commission des partenaires du marché du travail. Les subventions à la formation couvrent jusqu'à 100 % du coût, sous réserve d'admissibilité. Nous montons la demande avec vous.

info@reseautage.com • 514 831-8432 • www.reseautage.com

Contenu de l'Institut du réseautage de compétences (IRC), offert par Réseautage inc. – Réseau des Industriels du Québec. © 1998-2026 Réseautage inc. Tous droits réservés.