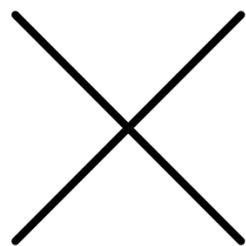


FIDELISER SES CLIENTS ET LES TRANSFORMER EN AMBASSADEURS



**Livradois-
Forez** PARC NATUREL
RÉGIONAL
EN AUVERGNE
MAISON DU TOURISME



FAIRE DE LA FIDÉLISATION CLIENT UNE ARME SECRÈTE POUR SON BUSINESS

A l'issue de cette session vous serez capables de :

- Identifier les leviers de fidélisation adaptés à votre activité
- Connaître les outils existants
- Concevoir un mini-plan actionnable

TOUR DE TABLE



PRÉSENTEZ-VOUS ET PARTAGEZ UNE ANECDOTE POSITIVE D'UN CLIENT FIDÈLE.

CE QUI L'À FAIT REVENIR ET COMMENT CELA VOUS A IMPACTÉ?

SUITE AU QUESTIONNAIRE

BESOINS :

COMMENT FIDÉLISER?
ASTUCES - MÉTHODES - OUTILS
OPTIMISATION DU TEMPS PASSÉ / ÉVITER LES
ERREURS

CE QUE VOUS FAITES DÉJÀ :

CARTE FIDÉLITÉ - NL - VOEUX - MAIL POST SÉJOUR
- TARIF PRÉFÉRENTIEL

LES PRÉALABLES À TOUTE FIDELISATION CLIENT :



EXPÉRIENCE CLIENT

SATISFACTION CLIENT

"Nous voyons nos clients comme des invités à une fête où nous serions les hôtes. C'est notre travail quotidien de rendre chaque aspect de leur expérience un peu meilleur."

Jeff Bezos-Amazon

LES 3 PILIERS FORTS DE LA FIDÉLISATION

BÂTIR

et réussir à mettre en place une relation personnalisée

RETENIR

vos clients. Ils constituent une mine d'or pour votre entreprise

TRANSFORMER

vos clients fidèles en ambassadeurs de votre marque, de vos produits/services

POURQUOI FIDÉLISER ? QQ CHIFFRES

- Le coût d'acquisition d'un nouveau client est 4-5 fois plus élevé que le coût de fidélisation



“Forbes” – Marketing metrics

Chance de vendre à un prospect : 5-20%

Chance de vendre à un client existant : 60-70%

Un client fidèle :

Consomme plus

Revient plus souvent

Recommande la structure/service

POURQUOI FIDÉLISER ? CONCRÈTEMENT C'EST POUR

Des visites ou réservations récurrentes

Une meilleure réputation

Une mise en valeur de votre structure, de votre activité

Une mise en valeur de la destination Livradois-Forez

LES 3 PRINCIPAUX TYPES DE FIDÉLITÉ

RATIONNELLE

basée sur les avantages financiers (réductions, offres, programme de fidélité).

EMOTIONNELLE

liée à l'expérience, à l'accueil chaleureux, à la relation humaine

COMMUNAUTAIRE

fondée sur le sentiment d'appartenance à une communauté où le client devient ambassadeur

Quel est le type qui vous semble le plus facile à mettre en place chez vous ?

Qu'aimez-vous en tant que client ?

LES 3 PRINCIPAUX TYPES DE FIDÉLITÉ



1- BRAINSTORMING

Pourquoi vos clients reviennent-ils chez vous ?

2- CLASSEMENT SELON LES 3 TYPES

LES LEVIERS DE FIDÉLISATION 1/3

Valoriser le territoire, les producteurs locaux, la richesse culturelle

Le relationnel : accueil, personnalisation, attentions

Utiliser le digital pour prolonger la relation : newsletter, groupe whatsapp/facebook, canal insta, QR code ou lien pour la collecte d'avis, message automatique personnalisable

Concrètement ?



QUELQUES EXEMPLES



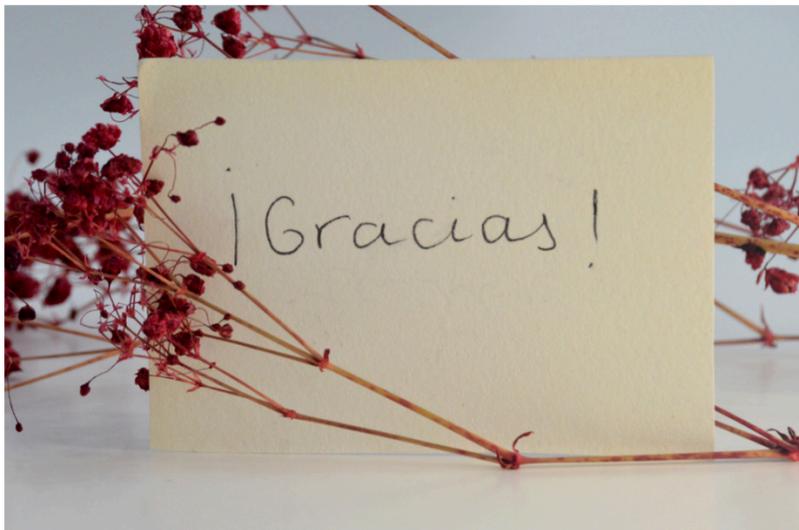
Un message de bienvenue personnalisé

Une attention pour vos clients chez des producteurs, artisans .. que vous recommandez

Un cadeau ou petit mot écrit à la main
Carte de remerciement dans un sac/colis

Une ambiance olfactive, une fleur "préférée"
Boisson préférée
Attention anniversaire

Un rythme de diffusion de newsletter
Une newsletter thématique
Un produit VIP sur mesure



L'EXPERIENCE CLIENT AU COEUR

**Ce sont les détails qui créent un souvenir mémorable
et donnent envie de revenir, de recommander**

LES LEVIERS DE FIDÉLISATION 2/3

La preuve sociale : 87 % des internautes les regardent avant d'acheter.

AUGMENTE LA CRÉDIBILITÉ



AUGMENTE DE 30% LE PANIER MOYEN

Dans le monde de l'hôtellerie, 5% d'avis spontanés et 40% quand on demande

Gamification et parrainage

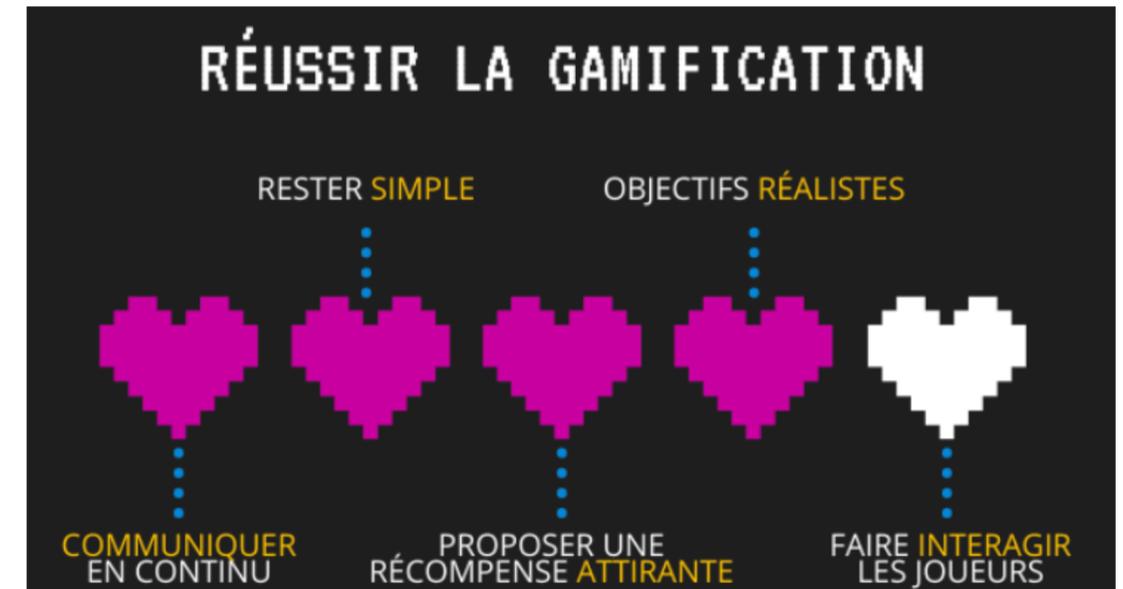
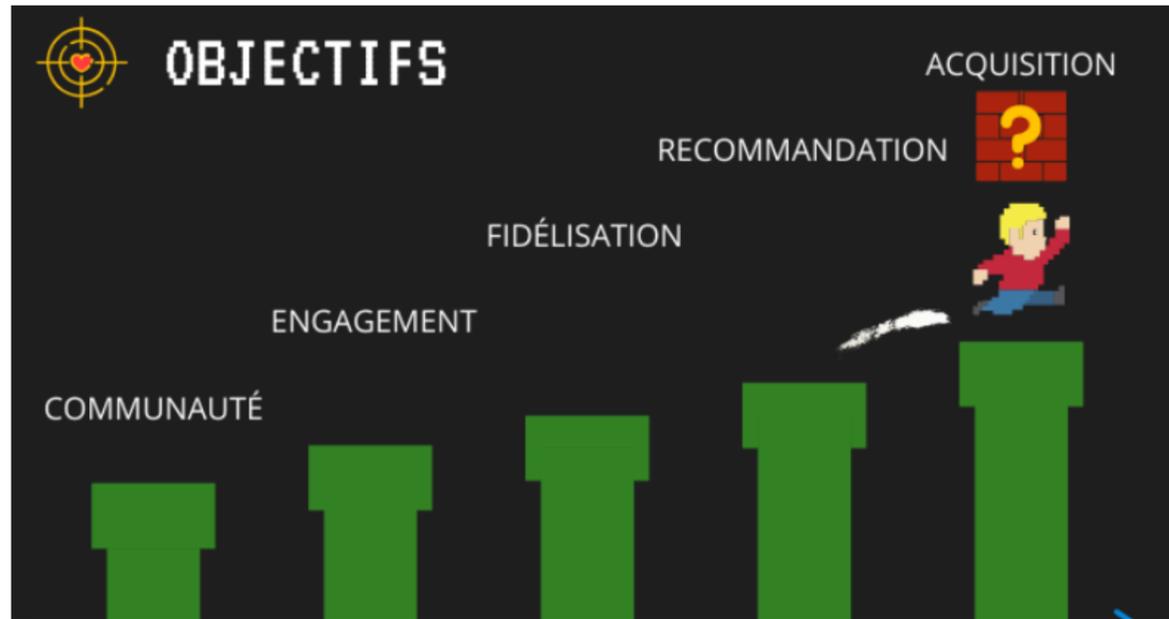
Jeux concours, programmes, système à points. Levier puissant pour transformer les clients en prescripteurs



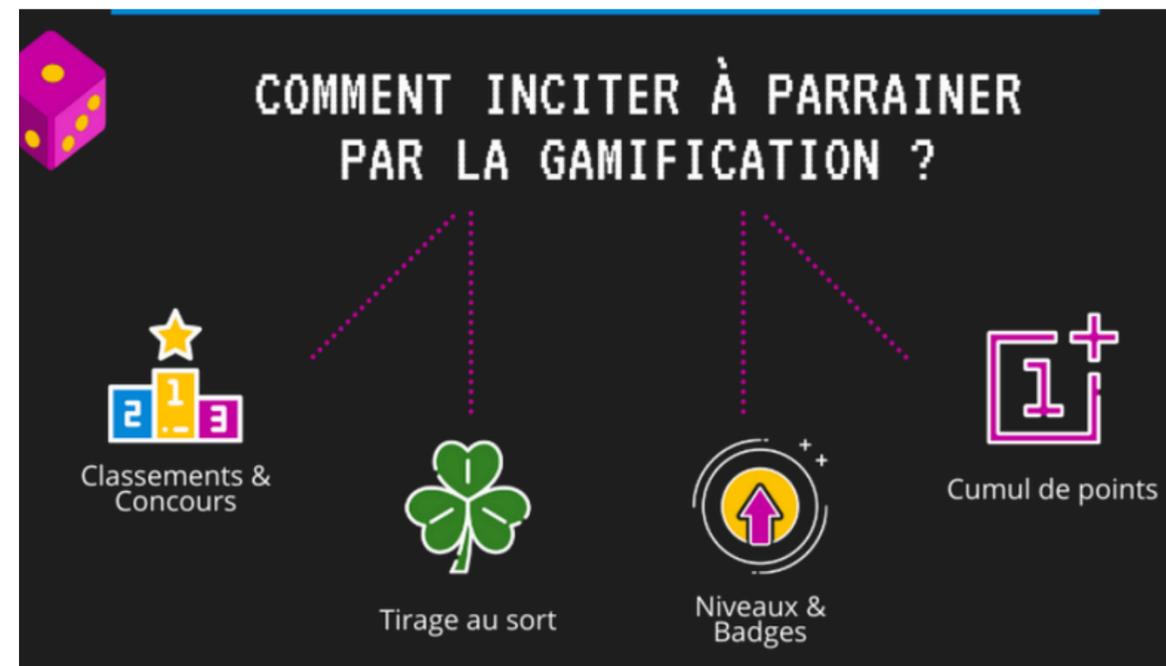
Ne pas proposer un "cadeau" en échange d'un avis

LES LEVIERS DE FIDÉLISATION 3/3

5 CLÉS



welovecustomers.fr



CLIENTS -> AMBASSADEURS : ATTACHEMENT ET RECO

Leur offrir une place privilégiée



CONTENU
SPÉCIFIQUE



COMMUNAUTÉS VIP

STORY COMMUNAUTÉ

AVANT-PREMIÈRE

ÉVÈNEMENTS VIP

VENTES PRIVÉES

GROUPE FACEBOOK

NETWORKING ENTRE MEMBRES

ENQUÊTE POUR AMÉLIORATION PRODUITS



Espaces et produits exclusifs
Important de mettre une restriction temporelle



CRÉER ET ENTRETENIR UNE COMMUNAUTÉ D'AMBASSADEURS

"Faites ce que vous faites si bien que les gens reviendront, et amèneront leurs amis."

Walt Disney

4 points clés

identifier ses "meilleurs" clients

Définir l'objectif du programme et son mode de fonctionnement

Définir les avantages

Maintenir l'engagement



QUESTIONS / RÉPONSES

DIAGNOSTIC DE VOS PRATIQUES



AIDEZ VOUS DE LA GRILLE D'ÉVALUATION

5-10 MIN

ATELIER MINI-PLAN DE FIDÉLISATION



1 ACTION RELATIONNELLE

1 ACTION DIGITALE

1 ACTION AMBASSADEUR

15 MIN



RESTITUTION COLLECTIVE

POINTS FORTS ET BONNES IDÉES

PLAN D'ACTION INDIVIDUEL

(CHACUN NOTE PUIS TOUR DE TABLE)



PLAN D'ACTION INDIVIDUEL

(CHACUN NOTE PUIS TOUR DE TABLE)



L'ACTION QUE VOUS VOUS ENGAGEZ À METTRE EN PLACE DÈS LA SEMAINE PROCHAINE

PLAN D'ACTION INDIVIDUEL

(CHACUN NOTE PUIS TOUR DE TABLE)



L'ACTION QUE VOUS VOUS ENGAGEZ À METTRE EN PLACE DÈS LA SEMAINE PROCHAINE

QUELQUES ACTIONS À TESTER (10 IDÉES)

QUELQUES ACTIONS À TESTER (10 IDÉES)

1. Offrir un petit mot personnalisé au départ.
2. Envoyer une newsletter saisonnière (ex. "Que faire en Livradois-Forez au printemps ?").
3. Créer un groupe WhatsApp ou Facebook "bons plans locaux".
4. Mettre en place un QR code dans l'hébergement / sur place pour capter les avis.
5. Répondre à chaque avis client, avec gratitude.
6. Offrir une réduction pour un retour dans l'année.
7. Valoriser les producteurs et prestataires locaux dans son offre.
8. Récompenser le parrainage (ex. cadeau terroir).
9. Mettre en avant un témoignage client sur ses réseaux.
10. Organiser un événement ou moment VIP pour ses clients fidèles.

CONCLUSION

"Les entreprises qui sont centrées sur le client ont plus de succès, car elles prennent soin de leurs clients et assurent leur satisfaction."

Philip Kotler, souvent considéré comme le père du marketing moderne

- Vos clients actuels sont une mine d'or,
- Conservez-les et choyez-les
- Grâce à des expériences personnalisées et authentiques, ils porteront votre marque au-delà de toute campagne marketing.
- Transformez-les en ambassadeurs, en voix engagées



Je réponds à toutes vos questions

PROCHAINE ETAPE

**Mettre en application,
tester et améliorer ;-)**

Des questions ou besoin d'approfondir de
façon individuelle 🖱️

veronique.vernat@gmail.com

0618828259

VVConsulting - Business&Marketing digital

Délégation

Formation

Accompagnements personnalisés

