

Fidéliser son client sur un marché Business to Business

Enjeux, Compréhension, Stratégie et Actions



1. **Le processus Achats, première clé de compréhension**
 1. La hiérarchisation de l'importance des achats de son client, première pierre de l'édifice « FIDELISATION »
 2. Au cœur du processus client, la genèse de la création de valeur pour son client
2. **La fidélité, une idée, des faux amis et des idées pré-conçues**
 1. Fidélité rationnelle ou fidélité relationnelle ?
 2. Faire la différence entre satisfaction et fidélité
3. **Posons nous trois questions :**
 1. Connaissons nous nos clients ?
 2. Connaissons nous leurs attentes qu'ils ont vis à vis de nous ?
 3. A-t-on évaluée la valeur que nous créons tous les jours pour nos clients ?
4. **Vendons notre valeur et nous pourrons parler de fidélité réelle !**
 1. La valeur crée pour nos clients, clé de voûte de la fidélisation
 2. L'entreprise dans sa globalité, vecteur de la fidélisation de ses clients
5. **Construire une Stratégie et un Plan d'action « FIDELISATION »**

