PROGRAMME DE FORMATION

INTITULÉ DE FORMATION : DÉVELOPPER ET FIDÉLISER SA CLIENTÈLE

DESCRIPTION : Cette formation permet aux professionnelles de l'esthétique d'apprendre à analyser et à exploiter un portefeuille clients afin de développer la fréquentation, la fidélisation et les opportunités commerciales d'un institut.
Les participantes découvriront comment mieux comprendre les comportements de leur clientèle, identifier les différents profils et mettre en place des actions ciblées pour renforcer la relation client.
La formation apporte une méthode d'analyse et de fidélisation permettant de développer une clientèle active et durable, tout en favorisant la croissance de l'activité.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS :
À l'issue de cette formation, la stagiaire sera capable de :

- Analyser un portefeuille clients à partir des principales données de fréquentation et de fidélisation.
- Identifier les différents profils de clientèle et leur potentiel de développement.
- Déterminer des actions adaptées pour fidéliser, réactiver et développer la clientèle.
- Définir des priorités commerciales et apprécier les résultats des actions engagées.

MÉTHODOLOGIE ET MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :
Formation réalisée en présentiel, alternant apports théoriques, exercices d'analyse, études de cas et mises en application à partir de situations professionnelles. La méthode pédagogique est démonstrative, participative et expérientielle afin de permettre une acquisition progressive des compétences d'analyse et de développement de la clientèle.

PUBLIC VISÉ : Esthéticienne indépendante, responsable ou gérante d'institut de beauté.

DURÉE ET EFFECTIFS : 8 heures. 6 stagiaires maximum.

PRÉREQUIS : Exercer une activité dans le secteur de l'esthétique ou avoir un projet de gestion d'institut. Maîtriser la compréhension orale et écrite du français ainsi que les opérations de calcul élémentaires. Disposer des compétences informatiques de base nécessaires à l'utilisation d'un tableur.

DÉLAIS D'ACCESSIBILITÉS : 3 semaines avec possibilité d'entrer tardive sur demande.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES : Nous contacter pour toute demande ou besoins d'aménagement spécifique.

MOYENS ET OUTILS PÉDAGOGIQUES : Un livret de formation est remis en début de session au format numérique et/ou papier. Les stagiaires peuvent prévoir un ordinateur ou de quoi écrire pour la prise de notes.
Les moyens matériels nécessaires à la formation, notamment ordinateur, outils d'analyse automatisés, fichiers clients anonymisés et supports d'études de cas, sont définis selon le lieu de formation et l'organisation retenue. Les modalités pratiques sont précisées avant l'entrée en formation.

SUIVI ET ÉVALUATION : L'acquisition progressive des compétences est vérifiée tout au long de la formation par des échanges guidés, des mises en situation professionnelles et des exercices pratiques. Questionnaires d'entrée et de sortie de formation pour mesurer les acquis.

MODALITÉS DE VALIDATION : La formation donne lieu à la remise d'un certificat de réalisation et d'une évaluation critériée des acquis.

QUALIFICATION DE L'INTERVENANT : Esthéticienne diplômée de niveau 5 avec une expérience de plus de 25 ans dans le domaine visé. Dont 8 ans, dans la gestion d'un centre de beauté et 7 ans, dans le développement stratégique commercial. Titulaire du titre professionnel de Formateur d'adultes professionnels. Formatrice référente du dispositif de parcours individualisé du FAFCEA.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

I.Comprendre les enjeux du développement et de la fidélisation clientèle

- Identifier les principaux facteurs influençant la fidélisation.
- Comprendre les enjeux économiques d'un portefeuille clients.
- Distinguer les actions de développement, de fidélisation et de réactivation.

II. Analyser et exploiter un portefeuille clients

- Identifier les informations utiles à l'analyse de la clientèle.
- Comprendre les principaux indicateurs de fréquentation et de fidélité.
- Repérer les caractéristiques et les comportements de la clientèle.

III. Segmenter sa clientèle pour identifier les opportunités

- Comprendre les principes de segmentation d'un portefeuille clients.
- Identifier les différents profils et leur potentiel commercial.
- Déterminer les segments prioritaires selon les objectifs recherchés.

IV. Développer la fréquence de visite et la fidélisation

- Identifier les leviers favorisant la régularité des visites.
- Déterminer les actions adaptées aux comportements de la clientèle.
- Valoriser les opportunités de développement de la relation client.

V. Réactiver les clientes et développer le portefeuille

- Identifier les situations de perte d'activité et d'inactivité.
- Sélectionner les actions de réactivation et de développement adaptées.
- Définir les conditions favorisant une relation client durable.

VI. Construire des actions de fidélisation ciblées

- Analyser les opportunités de développement d'un portefeuille clients.
- Définir des actions adaptées aux différents segments.
- Identifier les moyens permettant d'apprécier les résultats des actions engagées.

SCÉNARIO PÉDAGOGIQUE DÉTAILLÉ

SÉANCE	OBJECTIF	DÉROULÉ	ACTIVITÉ
Séance 1- 45 min	Comprendre les enjeux du développement et de la fidélisation clientèle.	Présentation des principes de fidélisation et de leur incidence sur l'activité d'un institut.	Échanges guidés, questionnement oral et analyse de situations professionnelles.
Séance 2- 1 h 30	Analyser et exploiter un portefeuille clients.	Présentation des données et indicateurs utiles à l'analyse de la clientèle.	Étude de cas, analyse d'un fichier clients et utilisation d'un outil automatisé.
Séance 3- 1 H 30	Segmenter la clientèle pour identifier les opportunités.	Présentation des principes de segmentation et d'identification des profils clients.	Exercices de segmentation, analyse comparative et identification des priorités.
Séance 4- 1 h 15	Développer la fréquence de visite et la fidélisation.	Identification des leviers de fidélisation et des actions favorisant la régularité des visites.	Analyse de situations, échanges et propositions d'actions adaptées.
Séance 5- 1 h 15	Réactiver les clientes et développer le portefeuille.	Présentation des méthodes de réactivation et des opportunités de développement clientèle.	Étude de cas, identification des clientes à réactiver et choix d'actions ciblées.
Séance 6- 1 h 15	Construire des actions de fidélisation ciblées.	Synthèse des analyses et définition d'actions adaptées aux objectifs de développement.	Mise en application, élaboration d'actions ciblées.
Séance 7- 30 min	Évaluer les acquis et faire le bilan de la formation.	Synthèse des apprentissages, retour sur les objectifs pédagogiques et identification des points à approfondir.	Échanges collectifs, questions-réponses, évaluation des acquis et bilan de la formation.