



**FIDEL-IT**

*Mais où se cache l'amant ?*



**Bertrand  
LAZARE**

**COORDONNEES**



**OPERATION** S.A.S au capital de 50 000 euros

**Siège social** : 3, rue Olivier de Serres, Bâtiment Octogone, 26300 CHATEAUNEUF-SUR-ISERE

**Adresse Postale** : 4, allée du point du jour, 26120 MONTELIER

**Tel** : +33 (0)6 07 63 62 72 – *E-Mail* : [formation@operation.com](mailto:formation@operation.com)

R.C.S et SIRET ROMANS B 393 708 599 000 47 - APE 7022Z

**Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 84260334326  
auprès du préfet de région Auvergne-Rhône-Alpes**

Formation Certifiée QUALIOPi



**CURSUS DU FORMATEUR Bertrand LAZARE**

**Ingénieur Télécom** (Montpellier), **HEC entrepreneur** (Paris)

**Consultant** pour le "CNET" (Centre Recherche de France TELECOM)

**Directeur** de l'agence Réseau de G2i, **filiale** d'Arnaud LAGARDERE **MATRA Expert** de la **commission européenne**, sur les **organisations modernes** et le **Télétravail**.

**Concepteur** et **Président** d'**OPERATION**", **Coaching stratégique de Dirigeants**

- **Coaching de nombreuses sociétés** (Grands Groupes, PME et START-Up, dont AUCHAN, DOUBLET, DREDSNER BANK, FRANCE-TELECOM, ...)
- **Expert en Stratégie des Technologies de l'information** (APM GERME ...)

**Cofondateur** de **RHONEALLEY** : **Filière numérique du développement durable**

**Cofondateur** de **RESTOPARTNER**, **Intelligence collective de restaurateurs**

**Cofondateur** de **BEASYNESS** : Start-Up de recommandation privée professionnelle

**DUREE** : 8 heures de 09:00-13:00 & 14:00-18:00

**COUT** : 500 € H.T / personne

**DÉLAI D'ACCÈS** : 30 jours



## FIDEL-IT

*Mais où se cache l'amant ?*



**Bertrand  
LAZARE**

### MOTS-CLEFS

IT, FIDELISATION

### CONTENU

Le **parallèle** entre la **fidélité en amour** et celui de la **fidélisation client** est **saisissant** !

Mettons nos **concurrents** en position "**d'Amants**", et nous porterons alors un tout autre regard, sur les raisons de leurs **éventuelles "infidélités"**.

Nous savons tous que **conserver un client** est généralement **moins coûteux** que d'en **chercher de nouveaux** !

**Identifions** donc, dans le cadre global du **plan de communication** de l'entreprise, **comment** les **Technologies de l'Information** peuvent **faciliter** cette **démarche**.

### LE DEROULEMENT DE LA JOURNEE

La **présentation** est basée sur **3 types d'actions** :

- **Information**
  - Identifier les **caractéristiques de la fidélisation** et les **Technologies adaptées**
- **Echanges**
  - **Découvrir** les mécanismes à opérer pour **rendre les clients plus fidèles**, par le "**Jeux de la Fidel-IT**"
- **Application**
  - Définir les **conditions de succès** à **mettre en œuvre** simplement

### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Sensibiliser et comprendre la **tactique de fidélisation**.

Identifier des **actions simples et pratiques** à mettre en place via les **Technologies de l'Information**, pour faciliter la démarche de **fidélisation client**.

Déterminer les **clés de la réussite**, à base **d'échanges d'expériences** et de **cas d'entreprises**.

### LES POINTS FORTS

Expérience **vivante et ludique** de l'impact stratégique des **technologies de l'information** sur la **fidélisation client**. **Capacité d'échanges d'expériences** au sein du groupe, pour **capitaliser** les **expériences** et **expertises** !



**FIDEL-IT**

*Mais où se cache l'amant ?*



**Bertrand  
LAZARE**

### **PUBLIC CONCERNÉ**

Cette formation s'adresse aux personnes ayant une **responsabilité** de **Management** avec des équipes ou ayant des **relations commerciales** avec des **clients**.

### **PREREQUIS**

Pas de prérequis particuliers nécessaires.

### **METHODES MOBILISEES**

Cette intervention se présente avec un mixte "Conférence-Atelier", permettant les ouvertures nécessaires de façon interactive, à la compréhension des concepts évoqués et leur intégration par les participants. Elle s'appuie sur un support PowerPoint Multimédia, intégrant concepts, vidéos et cas pratiques.

La conférence est réalisée sous forme de témoignage entrepreneurial vivant, d'anecdotes croustillantes chargées de sens pour les participants.

L'atelier d'échange, permet sous une forme ludique de s'approprier les concepts pour son entreprise et valoriser les expériences des divers participants grâce aux échanges "Expert-Participants".

Déroulé de principe de l'intervention :

- Une conférence sur les concepts à étudier,
- Un atelier de travail,
- Une restitution des Ateliers,
- Une synthèse et des pistes permettant de progresser

### **MODALITES D'EVALUATION**

La bonne compréhension de la formation sera évaluée par un questionnaire à la fin de celle-ci.

### **ACCESSIBILITE**

Cette formation est accessible et adaptable pour les PSH.

Pour plus d'informations merci de prendre contact à [formation@operation.com](mailto:formation@operation.com)



**FIDEL-IT**

*Mais où se cache l'amant ?*



**Bertrand  
LAZARE**

## **Programme de la session de formation "FIDEL-IT"**

de 9:00 à 13:00 et de 14:00 à 18:00

**09:00 : Début de session**

**09:00 – 09:10 : QUESTIONNAIRE D'ENTREE**

**09:10 – 10:30 : HISTORIQUE DU MARKETING**

Les 5 Epoques commerciales  
Timing et enjeux  
Objectifs prioritaires

*10:30 : Pause café*

**10:30 – 13:00 : ATELIER DE LA FIDELISATION**

Stratégie de concurrence  
Analyse des stratégies différentes  
Culture de Fidélisation

*13:00 – 14:00 : Déjeuner*

**14:00 – 16:00 : CULTURE DE FIDELISATION**

Cerveau gauche & Droit  
Vigilance de la relation client  
Intelligence collaborative  
Attractivité et approche positive  
Proximité accrue  
Les 5 points Clés de la fidélisation  
Mesures de fidélisation

*16:00 : Pause café*

**16:00 – 17:50 : ATELIER VOTRE STRATEGIE DE FIDELISATION**

Actions de surprise et d'innovation  
Veille concurrentielle  
Présence active  
Attractivité positive  
Partage et sécurisation

**17:50 – 18:00 : QUESTIONNAIRE DE SORTIE ET DE  
SATISFACTION**

**18:00 : Fin de session**