



STRATEGIE COMMERCIALE : FIDELISER LA CLIENTELE

Fiche Formation

Réf : GECOFIACT2026

Durée : 2 jours (14 heures)

Prix : 560 € par participant

Formation en présentiel

4 participants minimum

Intervenants

Agnès RINALDO

Valentin THOMOUX

Consultants spécialisés en
pharmacie

NDA 01 97 30990 97

Nature de l'action

- Cette action de formation entre dans le champ d'application de l'article L 6313-1-2 du Code du Travail.

**Vous êtes porteur d'un handicap ?
Contactez-nous !**

Délais d'accès : 1 mois

OBJECTIFS

Actualisation des connaissances :

- Savoir mettre en place et promouvoir un système de fidélisation

Personnes concernées :

- Toute personne effectuant de la vente conseil et participant à la stratégie commerciale
- Prérequis : Maitriser la facturation courante

Démarches pédagogiques :

- Formation très concrète, le but étant d'acquérir de nouvelles compétences, **l'étude de 26 cas techniques** valideront les acquis théoriques
- Outil nécessaire : Poste informatique

Support pédagogique :

- Un document de synthèse pédagogique sera remis à chaque stagiaire.

STRATEGIE COMMERCIALE – FIDELISER LA CLIENTELE

Programme

Réf : GECOFIACT2026

1^{er} jour : Le matin (4 études de cas)

- ✓ Les différentes approches commerciales
 - Les ventes « para »
 - Les ventes « conseil »
 - Les ventes « associées »

1^{er} jour : L'après-midi (12 études de cas)

- ✓ Les différents types d'opérations commerciales :
(8 études de cas)
 - La mise en avant (Tête de gondole, nouveauté)
 - La promotion (mise en lot, prix remisé, palier)
 - Le déstockage (Prix barré, prix sacrifié)
 - L'animation commerciale à thème (le mois du bébé, la quinzaine de la minceur, la semaine du diabète...)
- ✓ Les programmes de fidélisation
(4 études de cas)
 - Le choix des cartes fidélités VS les cartes clients
 - Les 2 grands types de programmes (X passages ou X€ d'achats)
 - Le coût financier réel (équivalent remise) du programme de fidélisation
 - Communication sur le programme

2^{ème} jour : Le matin (5 études de cas)

- ✓ Le lancement d'une opération fidélisation
 - Préparation et paramétrage du programme
 - Choix et affectation des produits éligibles à la fidélisation
 - Création des filtres et catégories des produits fidélisation
 - L'encaissement par « points fidélité »
 - Suivi et ajustement « points fidélité » clientèle

2^{ème} jour : L'après-midi (5 études de cas)

- ✓ Les campagnes conseil
 - Création d'une campagne conseil
 - La saisonnalité, approche et statistiques
 - Mise à jour des campagnes conseils