

Fidélisation et relation client

Dans le luxe, la fidélisation naît d'une relation humaine authentique portée par les codes de l'excellence.



Objectifs

Dans l'univers du luxe, la fidélisation repose sur la qualité de la relation humaine : elle doit conjuguer exclusivité, considération et raffinement pour transformer chaque client en ambassadeur de la maison.

Maîtriser les leviers de la fidélisation haut de gamme afin d'instaurer une relation durable et privilégiée.

Développer une communication personnalisée et des attentions exclusives adaptées à une clientèle internationale et exigeante.

Savoir transformer chaque interaction, y compris une réclamation, en opportunité de renforcer la confiance et la loyauté du client, renforcer la relation client et valoriser l'image de la maison.



Durée

- 2 jours de formation théorique et cas.

Total: 2 jours



Suivi de formation

- Feuille d'émargement
- Fiche de suivi individuel



Tarif

- 4.200€ HT de 1-10 participants.
- 4.500€ HT de 11 à 20 participants.
- Supérieur à 20 participants sur demandes

1

THÉORIE

Transmission des codes et pratiques d'un accueil prestige

2

MISE EN SITUATION

Jeux de rôle et cas concrets inspirés du quotidien hôtelier

3

COACHING PERSONNALISÉ

Retour individualisé pour se perfectionner en attitude et gestuelle

Contenu de la formation

La formation commence par l'analyse des attentes d'une clientèle haut de gamme, toujours en quête d'attention et d'exclusivité. Les participants apprennent à identifier les moments clés du parcours client où se joue la fidélisation. L'importance de la personnalisation est détaillée : suivi individuel, reconnaissance des préférences et anticipation des besoins. Des techniques de communication proactive permettent de maintenir le lien au-delà de la prestation ou de l'achat. La gestion des réclamations est abordée comme un outil puissant de réassurance et de fidélisation. Le rôle des émotions est mis en avant : comment créer une expérience affective qui suscite l'attachement. Les outils de suivi client (CRM, retours personnalisés, enquêtes de satisfaction) sont présentés comme des alliés stratégiques. L'art de surprendre le client par des attentions exclusives est étudié comme un levier de différenciation. L'influence du digital et des réseaux sociaux dans la fidélisation de la clientèle de luxe est intégrée. Enfin, la formation insiste sur l'importance de transformer les clients fidèles en véritables ambassadeurs de la marque.



- Identifier les moments clés du parcours client pour ancrer la fidélisation.
- Développer des attentions personnalisées et une communication proactive.
- Transformer une réclamation en opportunité de renforcer la confiance.
- Utiliser les outils CRM et le digital comme leviers de fidélité et d'image.
- Faire du client fidèle un ambassadeur de la maison.

MÉTHODOLOGIE

- **Apports théoriques** : stratégies et leviers de fidélisation adaptés au luxe.
- **Cas pratiques** : analyse de situations réelles de fidélisation réussie.
- **Mises en situation** : jeux de rôle pour pratiquer communication et suivi client.
- **Ateliers collaboratifs** : échanges d'expériences et partage de bonnes pratiques.
- **Coaching personnalisé** : conseils adaptés pour renforcer sa posture et son efficacité relationnelle.

