

# FICHES PRATIQUES

Des réponses simples et concrètes à toutes vos questions

## Comment fidéliser ses clients

**Fidéliser sa clientèle est aussi important que de trouver de nouveaux clients. Cette action permet de maintenir un chiffre d'affaires régulier et de mieux anticiper l'avenir. Pour se faire, plusieurs outils existent pour cibler les attentes des clients et donc les satisfaire. De la prospection à l'analyse de la satisfaction clients, l'enjeu est de taille pour les entreprises.**



## **1. Cibler grâce à une bonne segmentation de son fichier clients**

---

L'un des outils de la fidélisation de clientèle est le fichier clients. Ce dernier est une base de données complète qui permet de centraliser l'ensemble des informations concernant un client tel que :

- ses coordonnées ;
- l'historique des achats ;
- les campagnes de communication commerciale qui lui ont été adressées ;
- la date du dernier contact ;
- les éventuels programmes de fidélisation en cours.

Grâce à un fichier clients complet, l'exploitation de la base clients tout comme sa segmentation sont facilitées pour l'ensemble des salariés. Qu'ils travaillent au service communication, commercial ou technique, ils ont un accès immédiat à la totalité des informations d'un client et peuvent donc mieux répondre à ses besoins et à ses attentes.

## **2. Personnaliser la relation avec le client pour le fidéliser**

---

Pour fidéliser un client, il faut répondre à ses attentes. Grâce à une excellente écoute, il sera possible de déterminer ses besoins mais aussi de cibler les campagnes de communication comme les campagnes commerciales. Afin de maximiser ses ventes, une entreprise doit proposer le bon produit ou le bon service mais aussi faire preuve de réactivité afin de toujours satisfaire le client même en cas de mécontentement.

Personnaliser la relation avec le client peut influencer sur la bonne santé d'une entreprise. En effet, ce sont les clients qui génèrent le chiffre d'affaires.

## **3. Mesurer la satisfaction de ses clients**

---

Pour fidéliser un client, il faut s'assurer de sa satisfaction. Pour cela, les entreprises ont à leur disposition de nombreux outils. Elles peuvent faire un audit, un sondage, envoyer un client mystère ou encore réaliser une étude de satisfaction.

Cette dernière prendra alors la forme d'un questionnaire et permettra de cibler un élément précis comme un produit, un service ou un établissement.

Pour mesurer la satisfaction de ses clients, il est impératif de bien analyser les retours des différentes enquêtes de satisfaction mais aussi être réactif en cas de mécontentement.

## **4. Un programme de fidélité pour récompenser et remercier**

---

Un client fidèle est un client qui achète. Parce qu'il participe activement à la réussite de l'entreprise, il faut le récompenser. Une fois de plus, les entreprises ont le choix. Elles peuvent mettre en place un programme de fidélisation à leur image et surtout qui correspond au budget alloué.

La fidélité peut être récompensée grâce à :

- des cadeaux ;
- des remises ;
- des invitations
- des offres exclusives ;

- etc.

Parfois, le client a le choix entre une remise ou un cadeau.

# Comment segmenter son fichier clients



## 1. Le contenu d'un fichier clients

---

Toutes les entreprises travaillent avec un fichier clients. Ce dernier est le plus souvent :

- informatisé,
- accessible
- utilisable par tous les salariés qu'ils travaillent au service communication, au service technique ou au service commercial.

Pour bien segmenter son fichier clients, ce dernier doit être complet. La base clients doit contenir :

- les nom, prénom et fonction du contact ;
- le nom de la société pour laquelle il travaille ;
- les coordonnées postales ;
- l'adresse e-mail ;
- le numéro de la ligne direct.

## 2. Un historique complet

---

Un fichier clients doit contenir un historique complet. Les différents collaborateurs doivent connaître :

- les achats déjà effectués par chaque client ;
- les offres promotionnelles et campagnes de fidélisation qui lui ont été adressées ;
- la date du dernier contact.

Pour bien segmenter son fichier clients, la précision est de mise. Si le contact n'a pas pu être joint ou s'il souhaite être appelé à une date précise, ces informations doivent être retranscrites. Parallèlement au fichier clients, il faut tenir un agenda qui rappellera chaque jour les personnes à contacter ou à rencontrer.

## 3. Organiser et segmenter son fichier clients

---

Un fichier clients doit être exploitable en fonction des besoins de l'utilisateur notamment dans le cadre de la communication commerciale. Les clients peuvent par exemple être triés selon :

- leur emplacement géographique afin d'organiser une tournée commerciale ;
- la date de leur dernier achat pour proposer un produit de remplacement ;
- la nature de leur activité pour envoyer des offres ciblées ;
- le type de produits qu'ils possèdent afin de faire des offres sur les produits ou services connexes ;
- le programme de fidélisation auquel ils appartiennent.

## 4. La gestion du fichier clients

---

Un fichier clients peut être créé grâce à un logiciel spécialisé mais aussi grâce à un simple tableur. Pour l'exploiter, des filtres et des codes couleurs sont à la disposition des utilisateurs.

Pour être bénéfique, l'exploitation du fichier clients doit être centralisée. Ainsi elle offre la possibilité de faire un démarchage plus précis et donc plus fructueux. Segmenter un fichier clients est primordial, c'est un exercice qui permet d'optimiser la relation clients, de fidéliser sa clientèle et d'augmenter le chiffre d'affaires d'une entreprise.

# Comment personnaliser la relation avec son client



## 1. Les enjeux de la personnalisation de la relation avec le client

---

Personnaliser la relation avec le client est essentiel pour l'entreprise. Ce client est au centre de chaque processus car c'est lui qui génère le chiffre d'affaires. Une entreprise doit donc à la fois partir à la recherche de nouveaux clients et fidéliser la clientèle actuelle par le biais de campagnes de communication et d'offres promotionnelles ciblées. Ainsi, en répondant parfaitement aux attentes des clients, l'entreprise pourra maximiser ses ventes.

## 2. Segmenter son fichier clients pour mieux cibler

---

Afin de répondre au mieux aux demandes de la clientèle, les entreprises renseignent un fichier clients qu'ils utilisent ensuite pour lancer des actions de communication. Pour optimiser le démarchage, et donc le chiffre d'affaires de la société, elles segmentent le fichier clients. Ainsi les offres sont mieux ciblées. Elles peuvent concerner :

- les clients d'une région ou d'une zone géographique ;
- une activité en particulier ;
- les clients possédant un produit vieillissant.

La segmentation de la base clients est la première étape pour personnaliser la relation avec le client. Le fichier clients doit donc être complet, à jour et exploitable par l'ensemble des salariés d'une société.

## 3. Les clés pour personnaliser la relation avec le client

---

Pour personnaliser la relation avec le client, les entreprises doivent être à l'écoute, faire preuve de réactivité et parvenir à inscrire la relation clients dans le temps grâce notamment à des programmes de fidélisation.

La personnalisation de la relation client passe par :

- un bon ciblage qui permettra de vendre le bon produit ou le bon service ;
- une attention portée aux retours afin d'évaluer la satisfaction client ;
- une excellente réactivité en cas de panne, de réclamation ou de mécontentement.

## 4. Comprendre le client pour une relation durable

---

Un service client de qualité est un service qui comprend le client et donc qui répond parfaitement à ses attentes. Personnaliser la relation avec le client, c'est agir selon les souhaits de la clientèle. Par exemple, certains clients ne souhaitent pas être contactés pour chaque nouveauté ou recevoir l'ensemble des offres promotionnelles, d'autres au contraire apprécient un suivi régulier. Pour déterminer le profil de chaque client, il faut être à l'écoute dès le premier contact.

# Comment mesurer la satisfaction de ses clients



## 1. L'importance de la satisfaction de ses clients

---

Mieux informés, les clients sont devenus plus exigeants et n'hésitent plus à communiquer leur avis sur les entreprises. Grâce aux réseaux sociaux, ils peuvent directement exprimer leur mécontentement ou au contraire faire une excellente publicité à une société. S'assurer de la satisfaction de ses clients est donc devenu primordial pour l'image d'une entreprise, et pour son chiffre d'affaires.

Mesurer la satisfaction de ses clients passe par :

- leur écoute ;
- la prise en compte des attentes et besoins des clients ;
- une excellente réactivité.

Par ailleurs, mener des actions correctrices sur ses produits, ses communications ou son service client en fonction des remontées clients (issues des outils de mesures de satisfaction) favorise la fidélisation. C'est donc l'opportunité pour les entreprises de s'assurer un volume de ventes récurrent. Ces moyens supplémentaires pourront alors, par exemple, être affectés à des actions de prospection visant encore une fois à faire évoluer la base client et in fine le chiffre d'affaires.

## 2. Les outils pour mesurer la satisfaction de ses clients

---

Pour mesurer la satisfaction des clients, les entreprises ont à leur disposition plusieurs outils.

### 2.1. Les enquêtes de satisfactions

---

Les enquêtes de satisfaction, menées après un achat ou encore après un contact avec le service client, peuvent permettre d'identifier un dysfonctionnement, un point de mécontentement. Elles prennent la forme d'un questionnaire avec :

- des questions ouvertes qui permettent aux clients de s'exprimer ;
- des questions fermées (dont les réponses sont prédéfinies) ;
- un système de notation de différents items.

A noter que l'analyse des réponses peut devenir chronophage et complexe, dès lors que le nombre de questions ouvertes devient trop important.

Avant de concevoir un tel questionnaire, il faut identifier les aspects que l'entreprise souhaite aborder :

- qualité du produit ;
- packaging ;
- conseils apportés au moment de la vente ;
- ambiance des points de vente...

Il convient également de définir la périodicité des enquêtes de satisfaction.

Les questionnaires peuvent être envoyés par courrier postal, par courrier électronique ou réalisés par téléphone ou en direct.

### 2.2. Les clients mystères

---

Pour mesurer la satisfaction clients, il est possible de faire appel à des clients mystères. Leur mission : tester un service, visiter un magasin ou essayer un produit, et ensuite donner un avis objectif. Pour l'entreprise, cette démarche permet d'identifier des dysfonctionnements et des points d'amélioration de l'offre et des services offerts par l'entreprise.

Des prestataires sont en mesure d'accompagner l'entreprise qui souhaite faire appel à un système de client mystère. En outre, ils se révèlent particulièrement précieux pour faire le tri dans les comptes-rendus des clients mystères et accompagner l'entreprise dans une démarche de progrès.

### **3. La mesure de satisfaction à différents niveaux**

---

Pour réussir une étude de satisfaction, il faut que celle-ci ait un objectif précis. Il est donc essentiel de bien choisir ses questions afin d'obtenir des réponses exploitables.

Le questionnaire de satisfaction peut concerner :

- un produit (emballage, design, qualité, goût, fonctionnalité, prix, etc.) ;
- un magasin (accueil, disposition, propreté, personnel, etc.) ;
- un service (réservation, échange de produit, service après-vente, etc.).

### **4. L'étude des retours**

---

Pour mesurer la satisfaction de ses clients, il faut mener une étude. Ensuite, la phase la plus délicate reste l'analyse des retours.

Elle demande un investissement sérieux tant en termes de moyens financiers qu'humains. Mais pour obtenir des résultats exploitables, cette analyse est indispensable. Elle garantit de dégager des pistes de réflexion et d'évolution tant pour l'entreprise que pour ses produits, ses services, ses canaux de contacts, etc.

Les questionnaires de satisfaction permettent aussi de mieux cerner les besoins de la clientèle et d'améliorer la personnalisation de la relation client. A long terme, les retours des questionnaires ont une véritable valeur puisqu'ils donnent des indications sur les souhaits pour l'avenir des clients.

# Comment récompenser ses clients fidèles



## 1. Mettre en place un programme de fidélisation

---

Récompenser les clients fidèles s'inscrit dans la stratégie commerciale d'une entreprise. La mise en place d'un programme de fidélisation est propre à chaque société. Elle dépend :

- de la taille de l'entreprise ;
- du chiffre d'affaire ou du budget alloué ;
- des produits et des services commercialisés ;
- de la fidélité actuelle des clients.

Un programme de fidélisation dépend avant tout de l'importance de la fidélisation aux yeux de l'entreprise. Dans tous les cas, il garantit de soigner le lien entre l'entreprise et ses clients.

## 2. Définir les objectifs d'un programme de fidélisation

---

Pour mettre en place le programme de fidélisation le plus efficace en fonction des attentes de l'entreprise, il convient de définir précisément son objectif :

- améliorer la fréquence d'achat des clients ;
- accroître le panier moyen des clients ;
- obtenir les coordonnées des clients (numéro de portable, adresse postale, e-mail) pour pouvoir leur proposer des offres, les informer, etc. ;
- recruter des clients ;
- favoriser la satisfaction clients ;
- créer une relation privilégiée avec les clients fidèles ;
- etc.

## 3. Comment récompenser un client fidèle ?

---

Récompenser ses clients fidèles, c'est gagner leur confiance. Il existe de nombreux moyens de remercier un client. L'entreprise peut :

- offrir des cadeaux tels que des objets publicitaires ;
- organiser des événements ;
- proposer des remises ou des offres promotionnelles.

Grâce à une carte ou un compte fidélité, les clients sont récompensés au bout d'un certains nombres d'achats ou lorsqu'ils atteignent un montant cumulé d'achat. Ainsi, plus le client consomme, plus l'entreprise le remercie en cadeaux et avantages divers. Un moyen efficace d'encourager la dynamique d'achat et de montrer au client la reconnaissance de l'entreprise.

## 4. Récompenser les clients fidèles grâce aux outils de communication

---

Le programme de fidélisation est aussi un excellent moyen pour l'entreprise de créer de la proximité avec ses clients. D'ailleurs au-delà des cadeaux, promotions et autres invitations à des événements, il peut prendre la forme de diffusion d'informations sur l'entreprise, son secteur, etc. Le digital a accéléré ce mouvement et permis aux marques de prendre plus régulièrement la parole. La plupart des entreprises l'ont bien compris et manient à l'envie la newsletter notamment. Elles profitent de ces communications pour faire le point sur leurs gammes produits mais aussi pour montrer leur expertise.

Certaines continuent d'opter pour l'envoi d'un magazine papier. En tirage limité, cette publication valorise le client et montre que l'entreprise l'a identifié comme fidèle et s'intéresse à lui.

Les sites internet des entreprises favorisent aussi la relation client. En effet, les espaces personnels sont très utilisés par les internautes et permettent de mettre à disposition des informations, des fiches conseils, etc.

# Découvrir le monde du marketing et du commercial



La référence  
des décideurs  
La communauté  
Marketing  
& communication



Le média  
cross canal  
Ecommerçants  
et commerce  
connecté



Le média  
orienté  
100% client



Le service  
d'information  
des commerciaux  
et des business  
developers

# Découvrir le monde de la finance et des achats



Le média référent  
des acheteurs  
privé / public



La solution  
d'information  
des directeurs  
administratifs  
et financiers

# Découvrir le monde de l'entrepreneuriat



La source  
d'information  
des entrepreneurs  
et  
des dirigeants PME



Le magazine  
des entreprises  
artisanales



Le magazine  
des entreprises  
artisanales