

ADD VAL YOU

BIENVENUE
« FIDELISATION ET AUGMENTATION DES VENTES
CHEZ VOS CLIENTS »



PROGRAMME

- Qu'est ce qu'un client ?
- Pourquoi fidéliser ?
- Des outils pour fidéliser
- Une stratégie de fidélisation
- Piloter mon programme
- Augmenter mes ventes



INTRODUCTION

Qu'est-ce qu'un client ?



INTRODUCTION

- Un client :
 - Une entreprise ou un particulier qui commande un produit ou un service
 - Et qui le paye **intégralement**
 - Le **degré d'exigence** des clients est en croissance permanente
 - Le client a de plus en plus de moyens de comparaison
 - Le client a acquis une culture du détail.

POURQUOI FIDELISER ?

- Trouver de nouveaux clients coûte cher !
- Fidéliser ses clients, c'est...
 - Priver ses concurrents !
 - Pérenniser son Entreprise !
 - Vendre du Mix Produits !
 - Augmenter son CA, sa marge ...

LES OUTILS DE LA FIDELISATION

Pour les Grands comptes et PME, il existe :

- LES CARTES
- LES PROGRAMMES DES ENSEIGNES
- LES PROGRAMMES MULTI ENSEIGNES
- LES PROGRAMMES INDEPENDANTS
- ...

LES OUTILS DE LA FIDELISATION

EXEMPLE :



Plus vous voyez de films
Plus vous gagnez de places
Plus vous gagnez de places
Plus vous voyez de films

LES OUTILS DE LA FIDELISATION

- Pour des PME et des TPE, Il existe :
- Des remises
- Des cadeaux
- Des bons d'achats
- Des services gratuits
- Des remises arrières
- Des incentives personnalisées
- Notre créativité...

Que faut-il utiliser ?



**Ce qui convient le mieux à
nos clients et à nous même !**

STRATEGIE DE FIDELISATION

Avant tout, il faut connaître ses clients !



STRATEGIE DE FIDELISATION

- Comment connaitre ses clients

- Base de Données

- Que doit-on trouver ? Exemple

- Nom de la société
 - Nom du Dirigeant (et/ou Responsable achats, informatique, DRH, Formation)
 - Adresse, Tel, fax, email,
 - Date de première commande
 - Date du dernier contact/ Dernière visite
 - Date du prochain contact
 - Quels sont les produits ou services qui lui ont été proposés
 - Quelles sont les produits commandés (mettre les années)
 -

STRATEGIE DE FIDELISATION

- Que faut-il savoir de plus ?
 - Segmentation
 - Potentiel
 - Organigramme (décideurs, prescripteurs...)
 - Nouveaux projets
 - Mouvements de personnels
 - ...

STRATEGIE DE FIDELISATION

- Segmentation & Potentiel

La matrice du Boston Consulting Group

GROS CLIENT	GROS CLIENT
PETIT POTENTIEL	FORT POTENTIEL
C	A
PETIT CLIENT	PETIT CLIENT
PETIT POTENTIEL	FORT POTENTIEL
D	B

STRATEGIE DE FIDELISATION

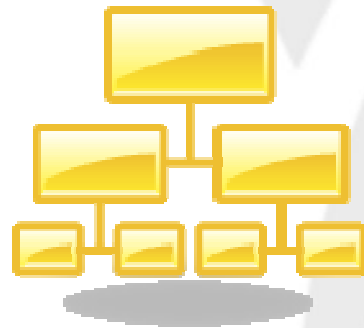
- Segmentation & Potentiel

Exemple de CA d'une TPE = 100 K€

GROS CLIENT : 39 K€	GROS CLIENT : 50 K€
PETIT POTENTIEL : 5 K€	FORT POTENTIEL 90 K€
C	A
PETIT CLIENT : 6 K€	PETIT CLIENT : 5 K€
PETIT POTENTIEL : 3 K€	FORT POTENTIEL : 40 K€
D	B

STRATEGIE DE FIDELISATION

- ORGANIGRAMME (Mouvements, Nouveaux projets...)
 - Il est indispensable afin de connaître nos clients, **les bons interlocuteurs**, le fonctionnement interne, leurs besoins et leurs demandes...



STRATEGIE DE FIDELISATION

- Les bonnes questions !
 - Quel objectif je veux atteindre avec mon programme de fidélisation ?
 - Quels moyens ai-je ?
 - Quelles implications sur mon système ?
 - Quels surcoûts éventuels (ou investissements) ?
 - Quelles ressources allouer ?
 - Quels sont les effets pervers ? (jalousie, suivi)
 - ...

STRATEGIE DE FIDELISATION

- La fidélisation à mon niveau...

Je suis une TPE, je suis « proche » de mes clients, mais...

Depuis quand n'ai-je pas visité mon plus petit client ? Et mon plus gros ?

Se poser ; s'arrêter pour analyser !

Car fidéliser, c'est parfois, simplement...

SUIVRE SES CLIENTS !

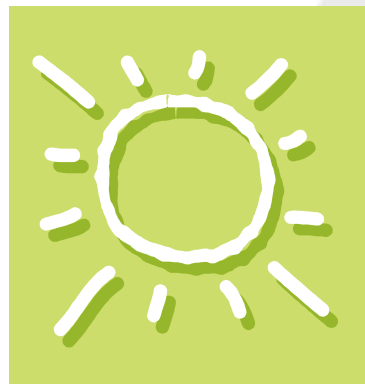


STRATEGIE DE FIDELISATION

TEMPS DE « CRISE » ?



Se rapprocher de ses clients !



STRATEGIE DE FIDELISATION

- Que puis-je proposer à mes clients en ce moment ?
 - Nouveau service ; produit... ?
- Comment développer mon chiffre d'affaires sur une clientèle existante ?
 - Mix produits
- Mes clients me connaissent ; sont-ils plus « faciles » à convaincre qu'un prospect ?
- Aider mon client à se développer ?
 - Lui offrir des formations pour lui ou son personnel...
 - Des services qui le sensibilise ou lui sont utiles et ne proviennent pas de mon entreprise (lavage de voiture, services informatiques...)

PILOTER UN PROGRAMME DE FIDELISATION



PILOTER UN PROGRAMME DE FIDELISATION

1. Récolter les données nécessaires
2. Trier les données
3. Analyser les effets probables et les conséquences
4. Quand et comment lancer le programme ?
5. Créer les outils de mesure et de suivi
6. Travailler en **mode projet** !

PILOTER UN PROGRAMME DE FIDELISATION

7. Mesurer la Qualité / Satisfaction / Fidélité
8. Suivre les effets du programme
9. Ajuster le programme
10. Renouveler le programme

AUGMENTER LES VENTES

En ces temps difficiles, comment faire pour augmenter les ventes chez mes clients et/ou par mes clients... ?

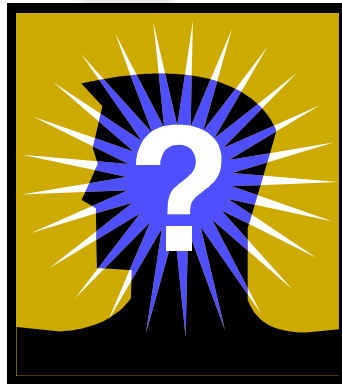
AUGMENTER LES VENTES

Quelques idées !



AUGMENTER LES VENTES

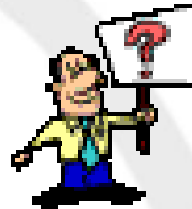
- Tous mes clients connaissent-ils tous mes services ?



Tous mes services sont-ils sur mes supports de communication ?

AUGMENTER LES VENTES

- Est-ce que je connais **tous** les besoins de mes clients ?

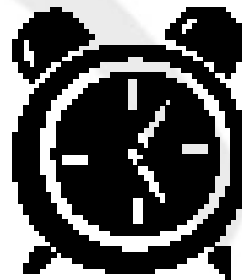


- Pourquoi pas faire une enquête ?
Quel est le service dont il rêve ?

NOS IDEES PEUVENT VENIR DE NOS CLIENTS

AUGMENTER LES VENTES

- Ai-je du temps de libre en cette période plus délicate ?



N'est-ce pas le moment de proposer un service nouveau à un prix très attractif ? Ne vaut-il pas mieux vendre à petit prix que de ne pas vendre du tout ?

AUGMENTER LES VENTES

- Mes clients peuvent-ils m'apporter des clients ?



- Qu'ai-je prévu pour les récompenser de me mettre en relation avec leurs connaissances ? (recommandation, parrainage...)

AUGMENTER LES VENTES

- N'est-ce pas le moment d'investir, lorsque mes concurrents se restreignent ?



- Investir dans un salon, un emailing, dans mon temps de prospection ou de fidélisation...

STRATEGIE DE FIDELISATION

Et si nos clients se connaissent ?



Cela développe une chaine « qualité »

**Le RESEAU est un excellent moyen de
FIDELISATION**



Vous rencontrez vos clients en dehors des lieux de travail

SYNTHESE

- La Fidélisation pour une TPE, c'est :
 - La QUALITE de notre prestation, donnez **Confiance** par la **Qualité** des prestations.
 - Faire ce que je dis et dire ce que je fais
 - Le suivi de nos clients, être proche d'eux
 - Créer du Mix-Produit, pour Augmenter votre CA et votre Marge.
 - **Donnez envie, Rendez vos Clients FANS de Vous.**

CONCLUSION

LA LEGISLATION



www.entreprise-et-droit.com/Ing_FR_srub_11_iart_819-La-carte-de-fidelite.html

Et tous les bons avocats du CJ2E...

BIBLIOGRAPHIE

- La Fidélisation client : Stratégies, pratiques et efficacité des outils du marketing relationnel (2004) de Lars Meyer-Waarden, Eds. Vuibert
- Fidélisez vos clients : Stratégies, outils et GRC (2000) de Pierre Morgat, Eds d'organisation
- La fidélisation client de Jean-Marc Lehu (1999), Eds d'organisation
- Pour fidéliser ses clients : Didier Noyé, Insep consulting (2004).

Merci de votre attention



MERCI A TOUTES ET A TOUS !



Questions /Réponses

Valérie VITAL