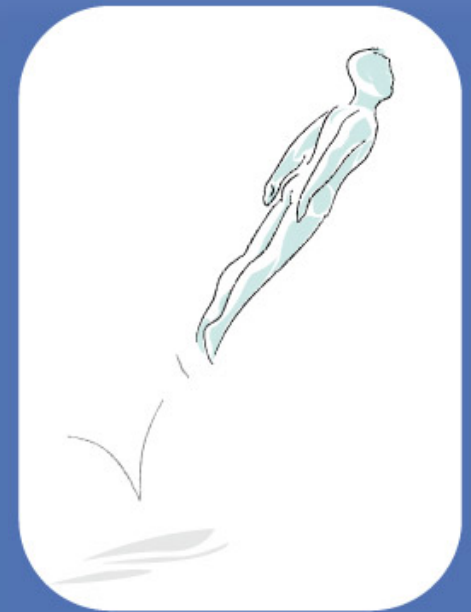
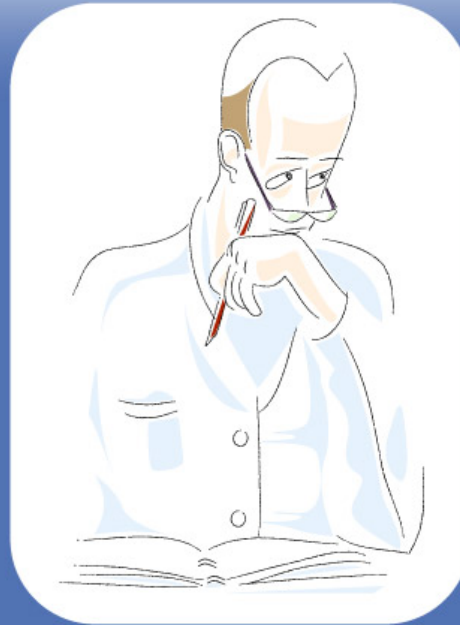


Démarche Qualité dans le Commerce Indépendant

Ecoute des Clients



Stratégie d'écoute et d'observation des clients



L'écoute et l'observation :
Les éléments de fidélisation

SOMMAIRE

Objectifs de la démarche

- 1. Pourquoi Écouter : Intérêts ?
- 2. Écouter : Qui, Quand, Où,
Comment et Pourquoi ?
- 3. Fidéliser, Pourquoi ?

1 - Pourquoi

écouter ses clients ?

Pour :

- Les Connaître et/ou « les reconnaître »
- Identifier leurs besoins
- Les satisfaire
- Leur donner confiance



Pour :

- Les respecter en évitant de reposer les mêmes questions
- Évaluer leur niveau de SATISFACTION et/ou leur MECONTENTEMENT
- Fidéliser les clients

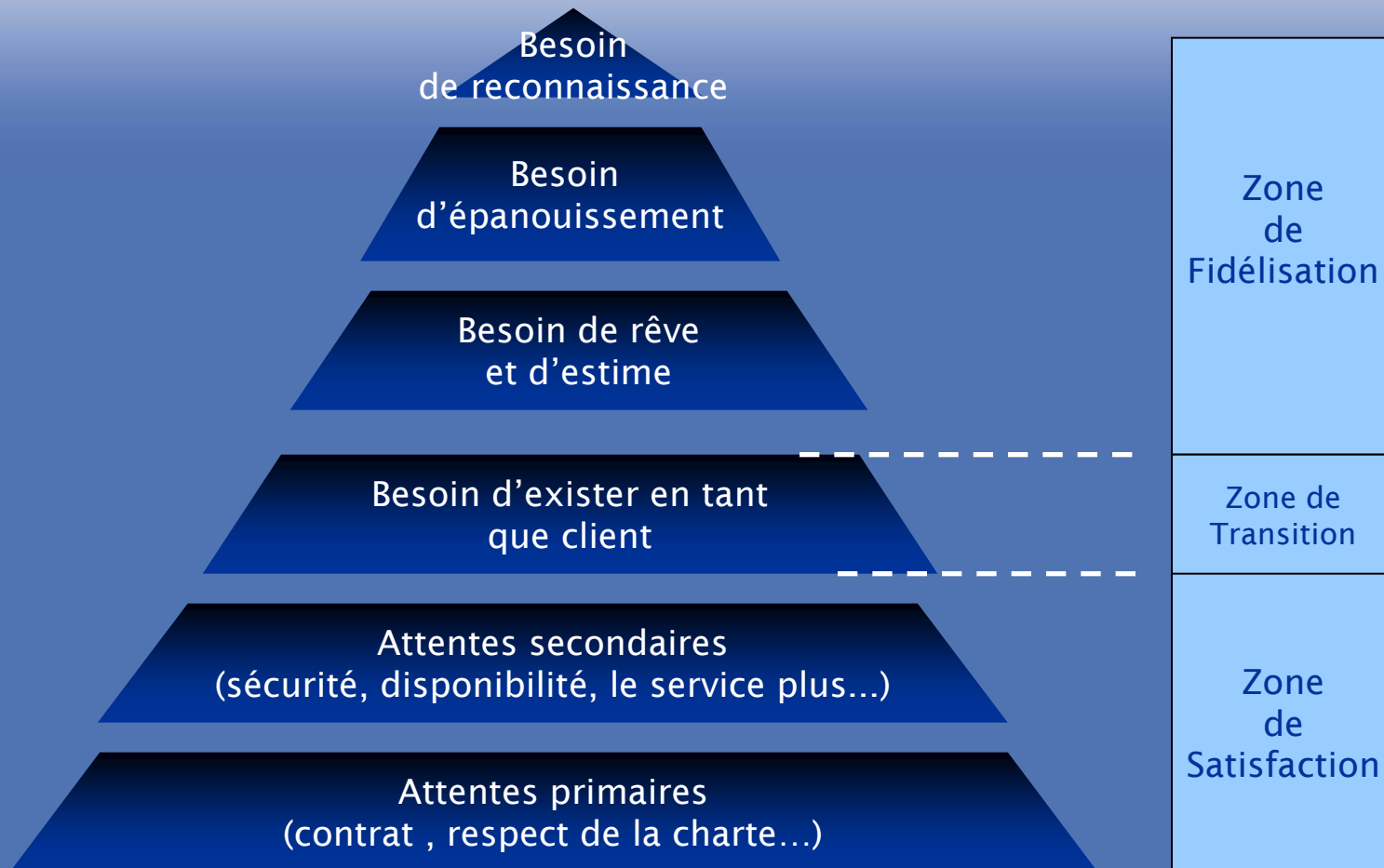


Identifier les besoins de ses clients

- Chaque client a des besoins différents ou particuliers.
- Identifier leurs besoins ou attentes en les écoutant, en les observant, en découvrant leurs motivations.



Identifier Les besoins



Les satisfaire

- En restant réaliste par rapport à ce que vous pouvez leur offrir : un sourire, un conseil c'est le minimum.
- En leur proposant ce que les autres ne leur offrent pas : éléments différenciateurs.

Quoi faire ?



Charte Qualité

- Afficher votre charte Qualité : engagement de service...
Entraîner les vendeurs à écouter et à reconnaître les clients.
Proposer des services différenciateurs

Reconquérir les mécontents



Car



- Face aux problèmes, être réaliste et franc

Quoi et comment faire ?

- Enregistrer les réclamations sur un cahier ou autres moyens : l'objectif s'en souvenir pour y répondre
- Travailler ensuite sur des actions qui éviteront que le problème ne se reproduise



2 - Ecouter

Qui, Quand, Comment ?

- **QUI** : Les clients actuels , futurs...
- **QUAND** : Au quotidien, selon les disponibilités du client...
- **OU** : Dans la boutique, dans la rue, chez eux...
- **COMMENT** : en les observant, en ne les forçant pas, en les laissant guider la vente, en les interrogeant
- **POURQUOI** :- Repérer les éléments de fidélisation
- Identifier de nouveaux besoins du marché



Ecouter :

méthode d'écoute

Auprès du client

- Enquêtes Satisfaction Questionnaires
(Questions ouvertes ou fermées)
- Entretiens personnalisés

Exemple d'enquêtes :

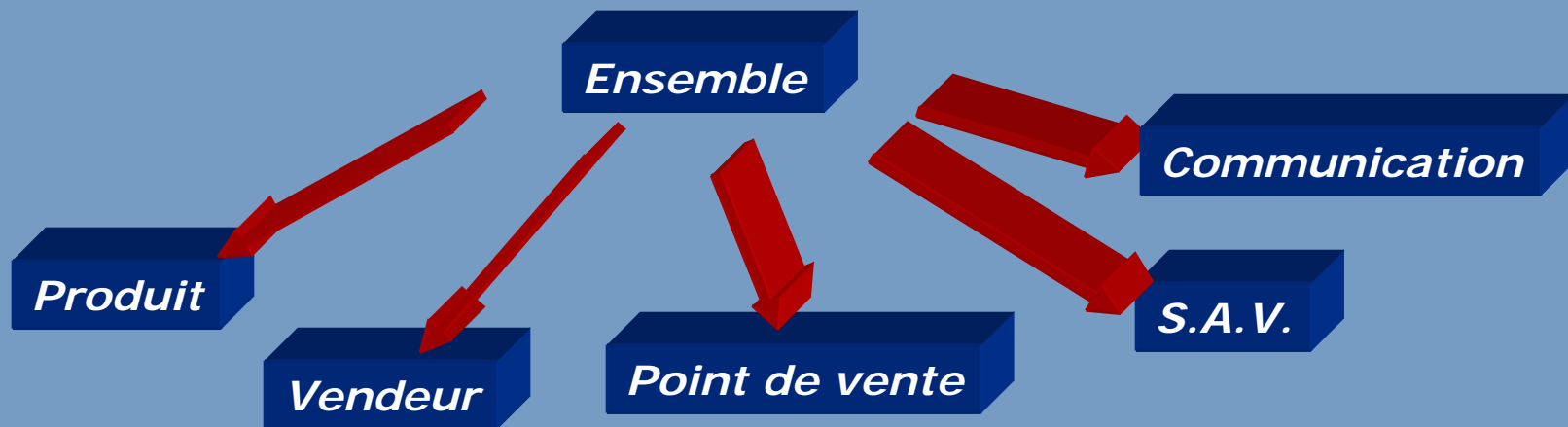
Mesure et enquêtes



- Questionnaires classiques : type hôtel, cafétéria..
- Entretiens 5 à 10 min face à face, noter ce qui est dit

Ecouter pour Evaluer

Satisfaction = Perception globale



Ecouter

Satisfaire pour fidéliser

Raisons invoquées pour changer de « commerce » ou de fournisseur :

- 3 % quittent le marché
- 5 % sont séduits par d'autres
- 10 % vous trouvent moins compétitif
- 14 % sont mécontents du produit
- 68 % vous quittent parce que vous leur avez été indifférents



Ecouter pour fidéliser

Comment ?

- Fournir des avantages aux clients fidèles
 - Carte de réduction
 - Offre préférentielle
 - Informations, services complémentaires
 - Relations privilégiées
- Respecter les engagements

Ecouter pour fidéliser

Comment ?

- Renforcer les relations personnelles avec les clients
 - Personnaliser au maximum les relations
 - Adapter la communication aux interlocuteurs
 - Remercier les clients fidèles
 - Maintenir le contact entre les achats

Pour y arriver :

- Moyens à mettre en oeuvre
 - Temps
 - Argent
 - Méthode

C'est un investissement plutôt qu'une dépense

