

FICHE SAVOIRS – FIDELISATION DE LA CLIENTELE

La fidélisation du client est une pratique très utilisée qui permet à la PME d'avoir une relation durable avec ses clients en instaurant un climat de confiance. Une clientèle fidèle et satisfaite peut non seulement augmenter les bénéfices d'une PME mais aussi lui donner une position de force face à la concurrence.

La fidélisation du client se travaille à court, moyen et long terme. Elle est liée à la satisfaction clients.

Les techniques de fidélisation

Réseaux sociaux	E-mailing	Parrainage	Cartes de fidélité
<p>Proposer un service à valeur ajoutée au client, non disponible sur le site Internet (diffuser de l'actualité sur un secteur d'activité, assurer le service après-vente, ...)</p> <p>La communication de proximité reste le meilleur moyen pour s'approcher de ses clients.</p>	<p>Conserver le contact avec les clients</p> <p>C'est une technique qui reste très efficace en matière de fidélisation et c'est un outil de communication utilisé pour diffuser des informations concernant le site Internet de la PME (nouveaux produits, promotions en cours...)</p>	<p>Fidéliser les clients actuels et acquérir des prospects, permettre au client d'obtenir de substantielles réductions</p> <p>C'est une technique de fidélisation qui permet également d'acquérir de nouveaux clients « de qualité » puisqu'ils ont connu le produit, le service</p>	<p>Outil de stimulation de la demande, simple, rapide et peu coûteux</p> <p>C'est une technique qui stimule l'achat chez le client qui sait qu'il pourra bénéficier de réductions ou d'offres exclusives par la suite.</p>
Fichier client	Service client	Consumer magazine	Mailing
<p>Entretenir une relation de fidélisation avec sa clientèle, pour la connaître et optimiser les opérations marketing</p> <p>La qualification du fichier client fait partie des techniques utilisées.</p>	<p>Gérer les réclamations, être à l'écoute des remarques et critiques des clients mais également les informer sur les nouveaux produits et services.</p> <p>Le service client reste le garant d'une relation directe avec sa clientèle. Si le service est performant, le Service Client est l'un des plus puissants outils de fidélisation.</p>	<p>Envoyer fréquemment un magazine gratuit aux clients abonnés, comportant des informations générales, et spécifiques sur les produits ou services de la PME.</p> <p>Sans fichier client bien entretenu et un service de mailing postal performant, cette technique demeurera inefficace.</p>	<p>Adresser un message spécialement au client.</p> <p>La PME pourrait ainsi informer, qualifier ou reconquérir des prospects mais également développer ou retenir des clients en personnalisant les courriers.</p>

Il existe aussi d'autres techniques liées aux unités commerciales physiques et/ou virtuelles : newsletters, participation à des événements spécifiques (invitations en VIP) ou d'échanges sous forme de tables rondes, création de clubs, privilèges,

III – L'enjeu de la fidélisation

Une fidélisation réussie passe par une bonne connaissance de la clientèle et des clients potentiels. Pour apprendre à connaître ses clients, il est essentiel de travailler sur les bases de données (coordonnées complètes du client, marché cible, dernières offres, ventes réalisées, prix et remises pratiqués, retours du client, ...).

Une fidélisation est l'art de garder ses clients de plus en plus exigeants en créant une relation de proximité car chaque client recherche une relation privilégiée. Ces derniers sont de plus en plus difficiles à garder en raison de la multiplication des comparatifs, des concurrents et des avis de clients sur Internet.

Ainsi, connaître son client, c'est capter, analyser et exploiter au plan commercial toutes les informations qui permettront de définir le bon message et la bonne offre commerciale à un moment précis. Le commerce connecté permet de capitaliser sur les informations dans une stratégie de recrutement et de fidélisation.