



## FICHE SAVOIR MARKETING

### Une relation client durable

#### ► Définition

La relation client est l'affaire de tous les services d'une entreprise. Chaque acteur, quel que soit son niveau hiérarchique, participe à la construction d'une relation client durable, depuis la prise de commande, en passant par la chaîne de production, jusqu'au service après vente.

Les critères objectifs reposent sur la conformité des attentes du client : le produit et/ou service est conforme aux attentes. Si la promesse de la marque n'est pas tenue, le client devient détracteur de la marque. À l'opposé une promesse tenue conjuguée à une relation client satisfaisante transforme un client en promoteur de la marque. Un client satisfait parlera de votre produit ou service à 3 personnes alors qu'un client insatisfait en parlera à 10.

Le bénéfice d'une relation client durable assure à l'entreprise un développement progressif sur des bases solides. L'ensemble de la chaîne de valeur de l'expérience client à chaque étape du parcours client participe à la création d'une relation client durable.

#### ► Les chiffres clés

**45 %** des clients sont prêts à acheter un produit ou un service si l'expérience client leur plaît.

Kiss The Bride – Étude 2017

**81 %** des consommateurs sont prêts à payer plus pour bénéficier d'une meilleure expérience client.

Axialys – Étude 2016

**78 %** des consommateurs ont délaissé une entreprise suite à une mauvaise expérience client.

Axialys – Étude 2016

Les bases de données constituent la matière première de toutes stratégies de vente à distance car elles contiennent l'ensemble des informations nécessaires à la prise de contact et à la connaissance des clients.

#### ► La satisfaction client : création d'une relation durable

Le chiffre d'affaires d'une entreprise est intrinsèquement lié à la satisfaction client. La construction d'une relation durable avec ses clients se batit à partir de cette même satisfaction client. Comment s'obtient-elle ? Plusieurs critères permettent de créer de la satisfaction client : d'une part sur la qualité du produit et/ou du service délivré et d'autre part sur l'accompagnement autour de ce produit et/ou service.

##### 1. Qualité du produit/du service : la promesse de marque

Le produit et/ou service proposé est-il conforme aux attentes des clients ? Ce questionnement par l'entreprise est essentiel afin de garantir l'uniformité et la conformité du produit et/ou service. La première étape consiste à définir avec précisions les contours du produit et/ou service offert aux clients.

##### 2. Contrôle qualité en interne : l'assurance de la conformité du produit/service

La mise en place d'audits internes afin de mesurer la conformité avec les process définis en interne. Le gain est double. Il coûte beaucoup plus cher à une entreprise de recruter de nouveaux clients que de fidéliser ceux qu'elle a déjà.

Mesure de la satisfaction client : le contrôle de la satisfaction client essentiel à une relation client durable

Interroger le client sur son expérience c'est la garantie d'obtenir un avis extérieur sur la conformité du produit et/ou service. C'est aussi prendre en compte l'avis du client et instaurer un lien de confiance qui participera à la création d'une relation client durable. Ce contrôle peut s'effectuer à partir d'un questionnaire envoyé au client, de bornes *Happy or not happy*, d'un système de recommandation, etc.