



SAVOIR SPECIFIQUE →

LE SUIVI DE LA RELATION CLIENT

DEFINITION

Le suivi client désigne la relation établie avec l'entreprise et sa clientèle. Il s'agit d'être :

- à l'écoute de ses attentes et ses réactions,
- réactif à ses demandes.

Le suivi du client consiste donc à analyser de manière précise le comportement de chacun des clients afin de connaître : ses besoins, ses habitudes, ses capacités financières, ses achats et futurs achats.

ENJEUX

Pour une entreprise, le client étant source de chiffre d'affaires, il est primordial de se démarquer de la concurrence en répondant au mieux à ses attentes.

Pour optimiser son CA, l'entreprise peut :

- trouver de nouveaux clients,
- maximiser la marge faite sur chaque client,
- fidéliser sa clientèle.

À chaque étape de ce processus, elle pourra utiliser l'outil CRM.

L'enjeu majeur est de répondre efficacement aux problèmes ou aux demandes des clients de manière personnalisée.

Afin d'assurer un suivi client efficace, il convient d'adopter une démarche multicanale c'est-à-dire de proposer différents dispositifs de communication avec les clients (les moyens traditionnels comme le téléphone et le courriel mais aussi les réseaux sociaux, le chat ou le callback¹)

L'objectif est de fidéliser les clients afin qu'ils consomment de manière pérenne.

OUTILS

Pour assurer le suivi du client, les entreprises utilisent :

- le fichier client : voir fiche ressource sur ce thème
- le logiciel CRM : Un CRM - ou GRC pour Gestion Relation Client en français - est un logiciel de base de données qui permet d'avoir une vision d'ensemble sur le suivi commercial de l'entreprise.
- le programme de fidélisation : dispositif qui consiste à faire en sorte que les clients consomment de manière pérenne
- l'enquête de satisfaction client : manière d'évaluer la pertinence de l'offre tout en témoignant de l'intérêt que l'entreprise porte à ses clients. C'est l'occasion de prendre la décision de repositionner son offre le cas échéant.

FOCUS CRM

Un CRM intègre tous les aspects de la gestion de la relation client : fiche suivi client, coordonnées, historique d'achats, demande de devis, modes de paiement, opérations commerciales, service après-vente, facturation, etc.

Modules de CRM

Selon le contexte de l'entreprise, voici une liste des principaux modules que l'on peut rencontrer dans un logiciel de CRM.

¹ permet aux visiteurs de votre site de demander à être contacté par téléphone en remplissant un formulaire

- *gestion* des contacts,
- suivi et gestion commerciale,
- suivi des opportunités,
- facturation,
- gestion de projet,
- note de frais,
- gestion des stocks,
- support client,
- e-commerce, etc.

Avantages du CRM

Un outil de CRM possède de nombreux avantages :

- Faciliter l'accès à l'information concernant les besoins des clients,
- Maîtriser la relation clientèle,
- Satisfaire les clients et en attirer de nouveaux,
- Améliorer l'image de marque de l'entreprise
- Grâce à sa nature centralisée, un CRM permet à l'ensemble de des collaborateurs de prendre connaissance des informations pertinentes concernant les clients, et de les partager, en temps réel.

Qualité et fiabilité des données

Afin d'assurer la qualité des données clients, il convient de bien paramétrer et de mettre à jour régulièrement l'outil CRM. Des données justes et fiables permettent de croiser différentes issues de sources différentes.

Les erreurs de saisie sont à l'origine de l'inexactitude de la plupart des données. Fautes de frappe, abréviation ou multiplicité des modes de saisie peuvent alors amener confusions ou doublons au sein de la base de données.

Ainsi, il faut veiller à ce que le logiciel CRM (ou Gestion de la Relation Client) contienne une liste de clients sans doublons, des contacts à jour. Le respect des formats et normes de l'entreprise lors de la saisie est essentiel en ce sens.

Pour des informations complémentaires :

<https://www.manager-go.com/marketing/crm.htm>