

Digiposte

Les étapes clés de la fidélisation client

ECOLOGIC

Priorité neutralité carbone
laposte.fr/neutralitecarbone



LA POSTE
PRO

Dans le monde du marketing, l'adage veut qu'un client fidèle coûte 7 fois moins cher qu'un nouveau client¹. Pour pérenniser votre activité, vous devez donc **privilégier la fidélisation client**.

Si le duo « acquisition + conversion » est l'enjeu central de toute stratégie commerciale, **vous ne pouvez pas vous passer de la fidélisation !**

Le but ? **Avoir une stratégie marketing complète et solide. Mais comment fidéliser votre clientèle ? Voici quelques exemples de pratiques à mettre en place !**

¹White House of Consumers Affairs

#1 L'acquisition de votre clientèle

Pour réussir votre stratégie marketing, **apprenez à connaître vos clients**. Comment ? En menant une **étude de vos cibles**.

Cette première étape vous permettra de savoir où, quand et comment chercher votre clientèle et d'utiliser les bons messages pour la toucher.

En vous rapprochant d'eux, vous saurez **mieux cibler vos arguments** : vous pourrez ainsi **améliorer votre démarche commerciale** et convaincre vos clients potentiels. Vous n'êtes pas à l'aise avec la partie « commerciale » de votre entreprise ? Faites appel à un professionnel ! Il vous conseillera et pourra également vous former à ce sujet.



Vous devez comprendre le quotidien de vos clients, leurs problématiques, leurs motivations et leurs freins éventuels à consommer votre solution ou votre produit.



Pour capter l'attention de vos clients, pensez à développer votre visibilité, notamment en ligne via :

- les réseaux sociaux ;
- un site internet ;
- une fiche Google My Business.

Vous devez vous **construire un réseau** qui vous permettra de rencontrer du monde, que ce soit dans les clubs business ou pendant les événements liés à votre secteur d'activité. Un réseau solide aide à l'émergence de relais qui parleront de vous, mais aussi d'éventuels **partenaires** – avec qui vous pourrez vous associer – qui vous rendront plus fort et plus visible sur le marché.



#2 La conversion de votre clientèle

Convertir sa clientèle passe par plusieurs étapes indispensables. En fonction de votre activité, certaines sont à privilégier.

- Pour commencer, vous devez **bien écouter votre cible ou votre prospect pour le comprendre** au maximum et être en mesure de lui proposer un produit ou une solution adapté à ses besoins.
- Ensuite, vous devez faire **preuve de beaucoup de réactivité** quel que soit votre secteur d'activité. Si vous êtes artisan par exemple, soyez rapide lorsqu'un prospect vous contacte pour un problème : vous devez le rencontrer, lui faire un devis et **régler le problème dans les plus brefs délais**.
- Enfin, vous devez être disponible ou vous rendre disponible pour **expliquer votre travail et rassurer votre futur client** : prenez le temps de répondre à toutes ses questions !



Si vous faites face à un client qui tente de négocier, **accordez-lui une remise**. C'est la solution idéale pour le convertir une première fois !



#3 La fidélisation de vos clients

Fidélisation : récoltez l'avis de vos clients !

Certains outils sont très pratiques pour vous aider à **comprendre vos clients et récolter leur avis sur votre entreprise**. Vous pouvez par exemple proposer un sondage à vos clients pour savoir ce qu'ils pensent de votre travail et de votre service (les domaines dans lesquels vous excellez et ceux à améliorer). C'est l'occasion de mesurer la satisfaction client.

Questionnez vos clients après une prise de contact, une livraison de produits ou une intervention, ils verront que **vous vous souciez d'eux et que leur avis compte**. N'hésitez pas à répondre aux éventuelles suggestions de vos clients. Vous gagnez ainsi leur confiance et, par la même occasion, accédez à des données utiles pour votre entreprise !

Quelques exemples d'outils pour questionner vos clients



Fidélisation client : récompensez et reconnaissez leur valeur

Pour remercier vos clients, vous pouvez récompenser :

-  les avis laissés ;
-  les profils complétés ;
-  les sondages remplis ;
-  les partages sur les réseaux sociaux, etc.

Plus vos clients sont récompensés (cadeaux, remises, etc.), plus ils s'investissent : la fidélisation client est en marche !

Mais n'oubliez jamais, la **relation que vous nouez avec eux doit aller dans les deux sens**.

Vos clients sont les meilleurs ambassadeurs de votre entreprise.

- Ils vous recommandent auprès de leurs proches ou via les avis clients.
- Ils partagent vos nouveautés et alimentent votre base de données clients.
- Ils font vivre votre activité en achetant ou louant vos services...

Chouchoutez-les et reconnaissez leur valeur. Après tout, une relation durable est basée sur l'échange !



Réfléchir à votre stratégie de fidélisation est primordial pour la **pérennité de votre activité**. Vous devez créer une relation d'équilibre et d'échange entre vous et vos clients.

Concrètement, veillez à **proposer des produits et des services de qualité** pour satisfaire vos clients au maximum. Ensuite, valorisez leurs achats et leur engagement envers votre marque : **leur avis compte énormément**, encouragez-les à le donner !



Envie de valoriser votre marque et vos produits au niveau local ? Voici 5 leviers incontournables à connaître pour développer votre visibilité et fidéliser vos clients par la même occasion !

C'est parti ! >



LA POSTE
PRO

