

Astuce de MD

Des clients fidèles – et pour longtemps



La loyauté de la clientèle contribue grandement au succès durable d'une entreprise. Les sociétés qui ne sont pas seulement centrées sur leurs prestations de marché, mais capables d'interpeller émotionnellement leurs clients, ont «tout bon». Ci-après, nous avons rassemblé pour vous les connaissances les plus importantes, afin que vous puissiez fidéliser vos clients – pour longtemps.

17 astuces pour fidéliser durablement vos clients

1. **Des collaborateurs loyaux:** créez un environnement motivant pour vos collaborateurs. Des collaborateurs enthousiastes sont la condition sine qua non pour des clients enthousiastes!
2. **Formation des collaborateurs:** formez tous les collaborateurs en contact direct avec les clients en insistant sur l'amabilité et l'assistance à la clientèle. Le service doit toujours occuper le devant de la scène.
3. **Orientation sur le client:** intégrez l'orientation à la clientèle au cœur de votre philosophie d'entreprise. Vos activités doivent être centrées sur le client, ses désirs et besoins. Si c'est nécessaire, adaptez vos processus et votre infrastructure à cette nouvelle orientation. N'oubliez pas: tenez aussi compte des désirs en matière de contacts publicitaires!
4. **Utilisation active des connaissances:** par le biais d'une infrastructure adéquate, veillez à ce que vos collaborateurs puissent avoir accès en temps réel aux informations concernant les clients afin de pouvoir les assister avec compétence.
5. **Qualité:** le client n'effectue de nouveaux achats que si la qualité est en accord avec la relation prix-prestations.
6. **Offrir des plus-values:** offrez des plus-values à vos clients sous forme de services gratuits, comme par exemple un numéro vert pour le conseil, des bons pour des réductions ou cadeaux, des conseils, cours et autres. Laissez libre cours à votre créativité!
7. **Manifester votre estime:** surprenez de temps en temps vos meilleurs clients en leur offrant de petits présents; il peut s'agir d'une rose, d'une douceur ou d'un cadeau publicitaire. Ces petits gestes sont très appréciés: les clients en sont enthousiasmés et se sentent appréciés.
8. **Offrez une expérience unique:** proposez à vos meilleurs clients des expériences inoubliables; c'est une façon de leur rendre un peu de ce qu'ils vous donnent par leur fidélité. Par exemple, vous pouvez les inviter à des dégustations, des défilés de mode ou autres manifestations.
9. **Traitement de faveur:** veillez à ce que vos bons clients soient les premiers informés de vos soldes, garantissez-leur des rabais de fidélité ou invitez-les à des exposés d'experts.
10. **Cadeau d'anniversaire:** pour leur anniversaire, offrez à vos clients un bon ou une petite surprise.
11. **Remerciez vos clients pour leurs achats:** lors d'achats importants, remerciez vos clients en leur offrant une petite attention ou proposez votre aide pour toute question.
12. **Réclamations:** même après l'achat, veillez à offrir un service de qualité. Si le client voit que ses réclamations sont prises en considération, qu'il est dédommagé largement et que ses questions sur le produit trouvent à toute heure des réponses compétentes et amicales, il restera fidèle plus longtemps.
13. **Marketing de recommandation:** demandez à vos clients de recommander votre entreprise à leurs amis. Important: les clients qui vous recommandent doivent en tirer un avantage.
14. **Communication individualisée, basée sur des données:** analysez le comportement de vos clients afin de coordonner vos mesures de communication avec les résultats obtenus. Vous pourrez ainsi proposer aux clients en danger d'attrition une offre attrayante, intensifier les échanges avec vos clients qui présentent un potentiel de croissance et leur soumettre des offres de vente croisée ou de «up-selling». En plus d'augmenter vos chances de succès, vous faites plaisir à vos clients, qui reçoivent des offres en accord avec leurs besoins.
15. **Programme de fidélisation de la clientèle:** afin d'établir des relations optimales avec les très bons clients, il peut s'avérer judicieux de mettre sur pied, en fonction de la branche, des programmes de fidélisation de la clientèle tels que des clubs pour clients, des cartes clients, des programmes de bonus ou de coupons.
16. **Les clients n'ont que des avantages:** le titre de client ne doit s'accompagner d'aucun inconvénient. Or, des mesures d'acquisition de clients agressives peuvent irriter vos clients de base. Assurez-vous donc toujours que vos clients existants puissent bénéficier des mêmes offres attrayantes que les nouveaux clients visés.
17. **Journal clients/Newsletter:** informez régulièrement vos clients sur les nouveaux produits et les actualités de votre entreprise. Les conseils, les informations utiles concernant votre offre, les exemples pratiques et les entrevues avec des clients ou des experts de la branche sont des lectures appréciées.

La Poste Suisse
PostMail
Marketing direct
Viktoriastrasse 21
3030 Berne

Téléphone 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.poste.ch/directpoint