

3 MODULES POUR ENTREPRENDRE

Module 2: Les leviers d'une démarche marketing

Session 3 sur 3: Le suivi du client

Temps: 15 Min

Conférencier: Mr Philippe BOUITI VIAUDO

Email: [contactpnr@cabinet-obac.com/](mailto:contactpnr@cabinet-obac.com)
admin@obac-alert.com

Tel: +242 06 970 48 98



**DEVENEZ DES APPORTEURS
DE SOLUTIONS À FORTE
VALEUR AJOUTÉE DANS
VOTRE ENVIRONNEMENT**

SOMMAIRE

Module 2 - Session 3: Le suivi du client

- A/ Rappels et définition
- B/ Les quatre (4) piliers de l'expérience client
- C/ Rédigez une procédure de suivi client

A/Rappels et définition

- **Nous avons vu que pour mettre en place un plan d'actions, il est primordial d'élaborer un pitch commercial et de l'insérer dans un entretien de vente**
- **le pitch commercial vous permettant d'obtenir de nouveaux clients, il est important de mettre en place une procédure de suivi du client afin de lui offrir une véritable expérience satisfaisante lors de son passage à l'acte d'achat.**
- **L'expérience client représente un moment d'échange unique, mémorable et symbolique entre un client et une entreprise**

B/ Les quatre (4) piliers de l'expérience client

Les 4 piliers de l'expérience client

Les 4 piliers de l'expérience client	Besoins à combler chez le client
La qualité du produit /service	Comblent les besoins de base identifiés par l'entreprise
La disponibilité du produit/service	
La satisfaction du client (Le confort d'utilisation)	La facilité d'utilisation La réduction des insatisfactions Le traitement des réclamations
Offrir une expérience mémorable à ses clients	Emotions (Amour / Joie / reconnaissance / gratitude / Intérêt / Curiosité / Espoir / Sérénité / Fierté / Amusement / Inspiration / Admiration)
On fera ici appel à une ou plusieurs émotions positives	

C/ Rédigez une procédure de suivi client

LA PROCEDURE DE SUIVI DU CLIENT (D'EXPERIENCE CLIENT) DOIVENT INTEGRER:

- Les 4 piliers de l'expérience client et être mise à disposition de tous les départements de l'entreprise afin que chacun l'intègre dans son travail
- Des outils administratifs permettant de connaître d'avantage le client: Fiche client (QQOQCP) / RFM (Recence/fréquence/Montant) en vous appuyant sur outil CRM
- Des enquêtes mensuelles (périodiques) de satisfaction client

CONCLUSION SUR LES LEVIERS DEMARCHE MARKETING

Votre département marketing devra intégrer une démarche marketing spécifique pour atteindre vos objectifs.

Votre stratégie marketing (segmentation, ciblage, positionnement) et votre plan d'actions (4 P, plan de communication, pitch commercial, expérience client) pourront évoluer dans le temps mais pas votre démarche marketing.

Vous devrez adopter la même démarche marketing pour l'ensemble de vos produits/services

EXERCICE PRATIQUE

En guise d'exercice pratique, nous vous proposons:

- 1- De vérifier que votre offre respecte les quatre (4) piliers de l'expérience client
- 2- De définir une procédure de suivi de client

Vous présenterez par la suite votre travail au business analyst d'OBAC qui vous accompagne dans le cadre de cette formation.

OBAC

IF YOU DREAM IT YOU
CAN DO IT

Email: contactpnr@cabinet-obac.com / admin@obac-alert.com

• Tel: +242 06 970 48 98