



MESUREZ LA SATISFACTION DE VOS CLIENTS

POUR VENDRE PLUS !



LE DIGITAL AU SERVICE DE VOS RÉSULTATS ET DE
VOTRE RELATION CLIENTS

net-helium.fr / 02 30 05 06 60

AVANT PROPOS

POURQUOI CE GUIDE

Les entreprises qui feront la différences sont celles qui sauront conquérir **ET** fidéliser leurs clients.

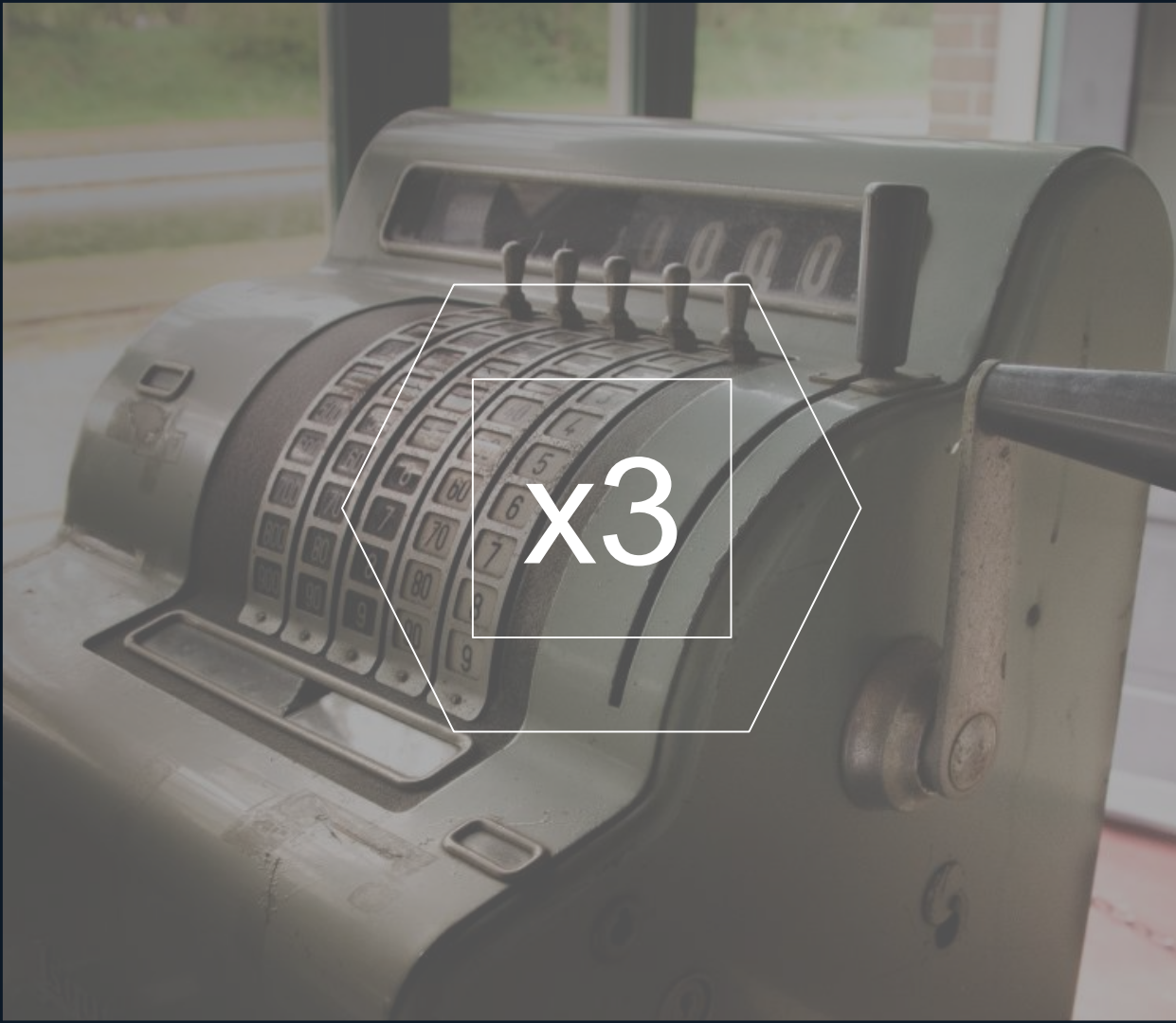
Ce guide a pour objectif de vous aider à augmenter la satisfaction de vos clients afin de renforcer le développement de votre entreprise. Du fait de la pression concurrentielle, vous devez toujours être plus performant pour vous développer sur votre marché. Parmi les leviers essentiels, la fidélisation client est trop souvent négligée au profit de la conquête dans les plans d'actions marketing.

Pourtant, fidéliser vos clients demande beaucoup moins d'efforts et de budget qu'en conquérir de nouveaux et représente une source importante de chiffre d'affaires. Il est donc indispensable de mesurer la satisfaction de vos clients.

Nous présentons dans ce guide des actions vous permettant de travailler rapidement et facilement la fidélisation de vos clients via le digital.

Bonne lecture !

L'équipe Net Hélium



TRAVAILLER LA FIDÉLISATION DE VOS CLIENTS

RAPPORTE 3 FOIS PLUS

Investir de l'énergie sur la fidélisation de ses clients et sur l'activation de leurs recommandations rapporte en moyenne, à iso-investissement, trois fois plus de chiffre d'affaires que de travailler la conquête de nouveaux clients.



POURQUOI MESURER
LA SATISFACTION
DE VOS CLIENTS ?

1

POURQUOI MESURER LA SATISFACTION DE VOS CLIENTS ?

Une expérience client positive conduit à la fidélisation et cette fidélisation mène toujours à un retour sur investissement conséquent.



MESURER DES PERCEPTIONS

Votre perception et celle de vos clients sont souvent différentes. La plus importante est celle de vos clients : c'est celle qui motive leur achat.



CONNAÎTRE L'AVIS DE VOS CLIENTS

Identifier vos clients satisfaits pour capitaliser sur leur satisfaction, connaître vos clients insatisfaits pour les transformer en clients satisfaits...



AMÉLIORER VOTRE OFFRE

Les avis clients peuvent permettre d'identifier des points d'amélioration de votre offre ou de vos services, ce qui est bénéfique pour vos ventes.



AUGMENTER VOTRE RENTABILITÉ

Cultiver la satisfaction de vos clients vous permettra d'obtenir des commandes complémentaires moins coûteuses à acquérir.



OPTIMISER VOS BUDGETS MARKETING

Optimiser la répartition de vos budgets marketing et commerciaux entre conquête et fidélisation.



POSTULAT DE DÉPART

2

AVANT DE DÉMARRER

QUELQUES QUESTIONS À VOUS POSER

Avant tout, soyez prêt à écouter réellement l'avis de vos clients et à agir ensuite (sinon, ne faites rien, ce serait une perte de temps).

- ✓ Pourquoi mes clients choisissent-ils mon entreprise ?
- ✓ Combien me coûte l'acquisition d'un nouveau client ?
- ✓ Quel CA arrive chaque année via mes clients fidèles ?
- ✓ Quelles sont les raisons qui font que je perds des clients ?
- ✓ En moyenne, combien de client je perd chaque année et quel CA cela représente-t-il ?
- ✓ Quel est mon pourcentage de clients satisfaits ?
- ✓ Qui sont mes clients que je considère comme « ambassadeurs » ?
- ✓ Quel est le niveau de fidélité de mes clients ?
- ✓ À quand remonte ma dernière enquête de satisfaction ?
- ✓ Quelles actions je réalise pour transformer mes clients insatisfaits en clients satisfaits ?

Toute entreprise peut se poser ces questions pour améliorer ses performances sur le sujet. L'avis de nos clients est incontournable, car ce sont eux qui achètent nos produits et leur avis influence donc nos ventes.

En répondant à ces questions, vous pourrez déjà obtenir des indications sur le budget que vous auriez intérêt à consacrer au sujet.

QUELQUES CHIFFRES



10

Un client insatisfait parlera négativement de l'entreprise à 10 personnes de son entourage en moyenne.



5

Attirer un nouveau client coûte 5 fois plus cher que de fidéliser un client existant.



4

Un client satisfait parlera positivement de l'entreprise à 4 personnes de son entourage en moyenne.



25 %

Seul 1 client sur 4 signale son insatisfaction avant d'aller à la concurrence.



50 %

Chaque année, plus de 50% des clients qui ne se sont pas complètement satisfaits changent de fournisseur.



90 %

Plus de 90% des clients insatisfaits ne commanderont plus chez le fournisseur qui les a déçus.



80 %

Plus de 80% des clients insatisfaits estiment que l'entreprise aurait pu faire quelque chose pour les conserver comme clients.



DÉSORMAIS, LES CLIENTS SONT DES COMMUNICANTS

FACEBOOK, TWITTER, TRIPADVISOR...

Plus de 40% des internautes partagent des expériences d'achat négatives sur les médias sociaux.

Plus de 80% des internautes n'achèteront pas à une entreprise qui a des commentaires négatifs.

Ces chiffres renforcent encore l'intérêt de travailler à la satisfaction des clients.

FIDÉLISER MES CLIENTS

3

UNE AFFAIRE DE
COMMUNICATION ?



FIDÉLISER MES CLIENTS

UNE AFFAIRE DE COMMUNICATION ?

La satisfaction client n'est pas simplement le résultat de la commercialisation du meilleur produit au meilleur prix.

C'est tout autant une affaire de communication.

La perte de clients est majoritairement due, non pas à des problèmes de prix ou de produit, mais à un manque de communication, de contact, d'attention ou de considération :

- ❖ Le client a connu une gêne suite à sa commande et vous n'êtes simplement pas au courant.
- ❖ Le client est satisfait mais il ne pense simplement plus à vous.

LA PIERRE ANGULAIRE DE LA FIDÉLISATION EST LA COMMUNICATION.

Votre attention et votre communication participent grandement à sa satisfaction.

Demander à vos clients s'ils sont satisfaits est un acte simple et positif qui vous permettra d'agir si besoin. Vous pouvez commencer simplement en leur posant la question :

« *Êtes-vous satisfait de nos produits / services ?* ».

Le maillon faible de votre offre détermine la satisfaction de vos clients.

Il suffit d'un problème, même mineur, non traité pour perdre un client qui était globalement très satisfait. Lorsqu'un client commande vos produits, il doit en retirer un sentiment positif. Pensez à ce qui fait de vous un client satisfait ou insatisfait !

COMMENT MESURER

4

LA SATISFACTION
CLIENT ?

Vous devez composer avec deux éléments.





1

LES ATTENTES

Présentez sincèrement votre produit ou service et vos arguments. Mettez en avant des qualités ou avantages réels. Réservez à votre client une bonne surprise plutôt qu'une mauvaise.

Ne "survendez" pas afin de ne pas générer de déception. Dès cette étape vous agissez sur les attentes de vos clients.

2

LA SATISFACTION

Intéressez-vous à la satisfaction de vos clients après achat. Sont-ils satisfaits ?

Cela vous permettra d'identifier les clients contents de votre produit / service et d'agir pour vos clients insatisfaits, si vous le jugez important.



CLIENT & CLIENTS

VEILLEZ À BIEN DISTINGUER DEUX TYPES D'ACTIONS

CELLES PERMETTANT DE MESURER LA SATISFACTION INDIVIDUELLE D'UN CLIENT

Vous serez ici centré sur votre client, sa perception et la satisfaction retirée.

Exemple d'action :

Recueillir l'avis de vos clients 2 semaines après l'achat en intégrant des questions ouvertes dans votre enquête.



CELLES PERMETTANT DE MESURER LA SATISFACTION DE VOS CLIENTS

Vous serez ici centré sur l'ensemble de vos clients afin d'obtenir des statistiques chiffrées.

Exemple d'action :

Réaliser une enquête satisfaction adressée à l'ensemble de vos clients intégrant des questions fermées ou à échelle.

RÉALISEZ VOS ENQUÊTES DE SATISFACTION EN LIGNE

Clairement le digital s'impose comme l'un des meilleurs moyens de réaliser votre enquête de satisfaction.



RAPPORT QUALITÉ / PRIX

Peu de moyens financiers à mobiliser



CONFORT POUR VOS CLIENTS

Choix de répondre ou non, simple de donner son avis en 2 minutes



RÉCUPÉRATION ET ANALYSE SIMPLES

Données récupérables et analysables immédiatement

RÉALISEZ VOS ENQUÊTES DE SATISFACTION EN LIGNE

Et adaptez-les à votre fonctionnement

ADAPTEZ LE DISPOSITIF D'ENQUÊTE EN FONCTION DE VOS ENJEUX ET DU BUDGET QUE VOUS SOUHAITEZ Y CONSACRER :

Du simple formulaire en 3 questions à l'enquête plus avancée d'une dizaine de questions à tiroir, de l'enquête unique pour tous vos clients aux enquêtes différenciées en fonction du profil de vos clients (ancienneté, âge, produits ou service souscrits...).

Faites ensuite évoluer vos actions dans le temps et en fonction de vos enjeux.

En matière d'analyse quantitative, le digital permet de dresser des bilans extrêmement rapides tout en touchant potentiellement un très grand nombre de personnes.

Mais vous pouvez commencer très simplement !

LES POINTS CLÉS

- ✓ Déterminez vos questions en fonction de vos objectifs
- ✓ Définissez soigneusement vos destinataires (clients : nouveaux, anciens, inactifs...)
- ✓ Travaillez vos questions car elles déterminent les réponses que vous obtiendrez
- ✓ Choisissez les types de questions (questions ouvertes, fermées, à échelle, à tiroir...)
- ✓ Soumettez de préférence une enquête courte (10 questions maximum pour commencer)
- ✓ Proposez un formulaire fluide et ergonomique, il doit être facile à remplir
- ✓ Assurez-vous de la facilité de participation (questions explicites, facilité de réponse, durée...)
- ✓ Annoncez toujours l'objet et la durée pour répondre à votre enquête.

Note : pour des enquêtes plus longues, vous pouvez choisir d'associer un « cadeau » afin de remercier les participants. Cependant, attention, la valeur du cadeau ne doit pas être trop importante car sinon elle tronquera la qualité des réponses obtenues.

EXEMPLES DE QUESTIONS CLÉS

Ces questions sont souvent incontournables dans une enquête de satisfaction. N'hésitez pas à les utiliser !



IDENTIFICATION DES VOS SOURCES DE NOTORIÉTÉ

Comment avez-vous connu notre entreprise ?



APPRÉCIATION PAR RAPPORT AUX ATTENTES

Notre produit a-t-il répondu à vos attentes ?



APPRÉCIATION DE LA SATISFACTION GLOBALE

Êtes-vous satisfait ?



MESURE DU SENTIMENT (PARTIE AFFECTIVE)

Quel est votre sentiment suite à votre achat ?



MESURE DE LA FIDÉLISATION

Pensez-vous passer de nouvelles commandes ?



MESURE DE L'ENGAGEMENT

Seriez-vous prêt à nous recommander ?

LE CHOIX DE VOS INDICATEURS

Vous devrez choisir vos indicateurs de mesure de la satisfaction de vos clients et de les suivre dans le temps.

Quelques exemples d'indicateur :

CSAT

POUR « CUSTOMER SATISFACTION SCORE »

Il permet de mesurer la satisfaction de vos clients :
« Quel est votre niveau de satisfaction ? ».

NPS

POUR « NET PROMOTEUR SCORE »

Il permet de mesurer l'engagement de vos clients :
« Seriez-vous prêt à nous recommander ? ».

Pour obtenir une vue complète et représentative, vous aurez intérêt à intégrer ces indicateurs et à les compléter avec d'autres questions afin d'obtenir la meilleure vision possible.

Exemples : note de 1 à 10 sur différents critères : « qualité de notre service », « gestion de la relation client », « délai de pris en compte de vos demandes », « simplicité de souscription », « respect des délais »...



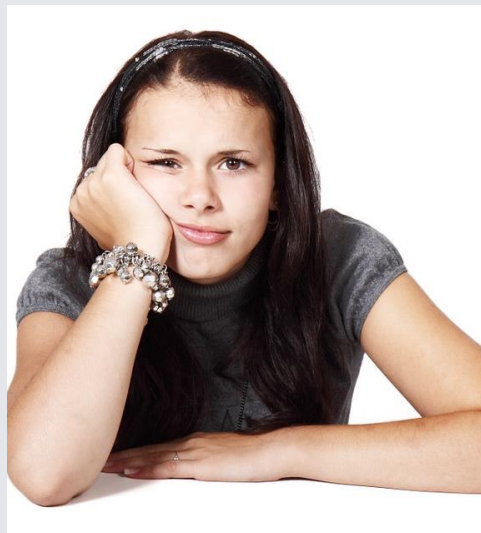
ANALYSEZ
LES RÉPONSES
ET AGISSEZ

5

*CHAQUE CLIENT
EST UNIQUE...*

**MAIS IL Y A
DES CATÉGORIES !**

Voici les différentes catégories de clients existantes. Les identifier vous permettra de mobiliser votre énergie à bon escient et de maximiser vos résultats.



LES PERPÉTUELS INSATISFAITS

Vous en aurez certainement parmi vos clients et il est important de les détecter. Avec eux, vos actions seront souvent vaines, mais ils pourront quand même commander de nouveau chez vous.



LES CLIENTS INSATISFAITS ET ACTIFS

Déçus par vos produits ou services, ils se plaindront auprès de vous : vous pourrez ainsi rebondir. Exprimer une attente de leur part, ce comportement vous offre une deuxième chance pour les transformer en client satisfait et actif.



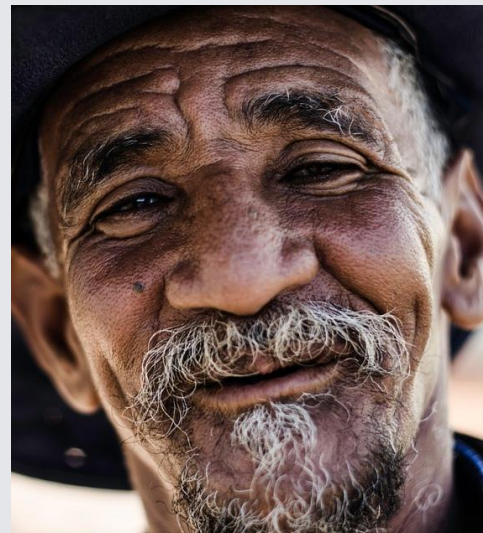
LES CLIENTS INSATISFAITS ET INACTIFS

75% des clients insatisfaits n'expriment pas leur mécontentement si vous ne leur en donnez pas l'occasion. Vous devez les faire s'exprimer et en faire des clients satisfaits. Leur demander leur avis vous permettra déjà d'en transformer certains en clients satisfaits.



LES CLIENTS VOLATILES

Satisfaits mais sans plus, ils pourront passer chez votre concurrent à l'occasion de leur prochain achat ou dès la première promotion avantageuse. Ne vous investissez pas de manière démesurée auprès de ces clients.



LES CLIENTS SATISFAITS ET INACTIFS

Ils ont apprécié vos produits ou services mais n'exprimeront pas leur satisfaction si vous ne leur en donnez pas l'occasion. Trouvez le moyen de les faire s'exprimer afin de capitaliser sur leur satisfaction et d'augmenter leur satisfaction..



LES CLIENTS SATISFAITS ET ACTIFS

Ils apprécient vos produits ou services et expriment leur satisfaction naturellement.

Vous pouvez capitaliser sur cette satisfaction et les aider à devenir des ambassadeurs de votre marque (les considérez, leur réserver des avantages..).



LES INCONDITIONNELS

Très proches de vos produits ou services, ils aiment votre entreprise ou vos produits : c'est une question de valeur.

Convaincus, ils sont prêts à s'investir, à contribuer et à rallier les autres à leur avis.

Les programmes de parrainage, de fidélité ou encore un statut différencié avec des privilèges et une reconnaissance répondent particulièrement à leurs attentes. Ils deviendront alors de véritables ambassadeurs de votre marque, jouant un rôle réel en terme de commerce et de communication.

QUE FAIRE AVEC CES CLIENTS ?

TRAITEZ EN PRIORITÉ :

- Les insatisfaits actifs
- Les inconditionnels
- Les insatisfaits inactifs
- Les satisfaits inactifs

N'OUBLIEZ PAS

Vos clients sont maintenant communicants (avis, témoignages, réseaux sociaux...), faites-en une force positive !

QUE POUVEZ-VOUS ATTENDRE EN RETOUR ?

- Découvrir pourquoi vos clients achètent vos produits ou services
- Savoir ce que vos clients apprécient chez vous
- Mesurer la satisfaction de vos clients
- Connaître vos différentes catégories de clients (inconditionnels, satisfaits...)
- Identifier des points d'amélioration de votre offre, le cas échéant.

QUE FAIRE AVEC CES CLIENTS ?

QU'ALLEZ-VOUS POUVOIR ENTREPRENDRE ?

- Communiquer sur les points déterminants de l'acte d'achat remonté par vos clients
- Renforcer votre communication sur ce que les clients apprécient chez vous
- Travailler vos clients inconditionnels pour en faire des ambassadeurs
- Travailler vos clients satisfaits inactifs afin de les rendre actifs
- Travailler les clients insatisfaits inactifs pour les transformer en clients satisfaits
- Améliorer votre offre (ex. : diminution des réclamations, développement des ventes)
- Optimiser votre plan d'actions commercial (répartition conquête/fidélisation...)
- Fidéliser vos clients et donc générer un chiffre d'affaires additionnel
- Favoriser une communication positive sur votre marque.

ET APRÈS ?

Suivez dans le temps les indicateurs que vous aurez choisis afin de mesurer l'évolution de la satisfaction de vos clients. Cela vous permettra de mesurer l'efficacité de vos actions et de faire le meilleur arbitrage dans l'affectation de vos budgets et le choix de vos actions.

LES ACTIONS PRIORITAIRES

QUELQUES ACTIONS SIMPLES À MENER
TOUT-DE-SUITE POUR AMÉLIORER LA
SATISFACTION CLIENTS

- ✔ Traitez au plus vite les demandes clients, quelle que soit leur nature.
- ✔ Identifiez les améliorations qui favoriseraient la satisfaction client.
- ✔ Soyez proactif, surtout en cas de problème, et communiquez.
- ✔ Communiquez régulièrement afin que vos clients ne vous oublient pas.
- ✔ Mesurez, si possible systématiquement, la satisfaction de vos clients.
- ✔ Soyez accessible afin de faciliter le contact avec vos clients.
- ✔ Agissez lorsque vous le jugez utile afin de rectifier une source d'insatisfaction.
- ✔ Motivez vos collaborateurs afin qu'ils « pensent client ».
- ✔ Récompensez vos clients fidèles.

En menant ces différentes actions, vous observerez après quelques mois une incidence positive sur vos résultats. La satisfaction client est généralement l'un des meilleurs axes d'investissement d'une entreprise.

Vous avez identifié des points d'amélioration de vos services ? Attaquez-vous aux racines de ces problèmes afin de les éliminer.



FIDÉLISER, UN AXE RENTABLE

Pilier de la fidélisation, la satisfaction client est l'un des meilleurs axes d'investissement pour les entreprises :

- Renforcement de la relation avec les clients
- Source incontournable de mesure et d'optimisation de votre qualité de service
- Source de chiffre d'affaires durable
- Aide à la décision (répartition des budgets/actions entre conquête et fidélisation)

CE SONT VOS CLIENTS QUI FONT VIVRE VOTRE ENTREPRISE

Etes-vous satisfait de votre achat ?

Comment avez-vous acheté notre produit ?

Site web
 Magasin
 Téléphone

Etes-vous satisfait de ce produit ?

☆☆☆☆☆

Combien de collaborateurs l'utilisent ?

0 ————— 5

Notre service clients doit-il vous contacter ?

OUI
 NON

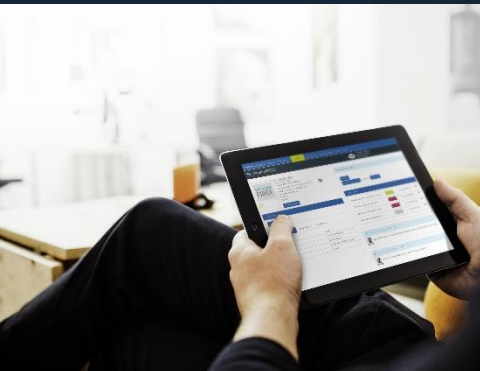
VOUS AVEZ
DONC TOUT
À GAGNER

À PLACER LA SATISFACTION
DE VOS CLIENTS AU CŒUR
DE VOS PRÉOCCUPATIONS !



NET HÉLIUM

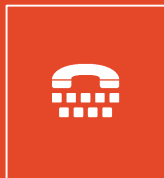
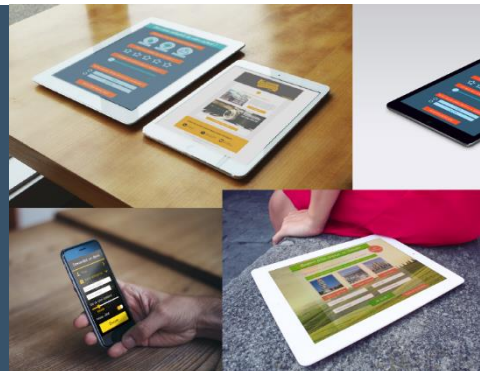
Le digital au service de vos résultats
et de votre relation client



Net Hélium édite des applications pour créer des enquêtes de satisfaction et les diffuser de façon simple, rapide et efficace.

Net Hélium vous accompagne en fonction de vos besoins (choix des indicateurs, rédaction des questions, mise en oeuvre de formulaires optimisés, collecte des réponses, analyse des résultats...).

Net Hélium, partenaire de vos projets de conquête et de fidélisation.



NOUS SOMMES NATURELLEMENT À VOTRE ÉCOUTE !

02 30 05 06 60

contact@net-helium.fr





ILS NOUS FONT CONFIANCE

