

Avis d'expert sur l'appréciation de la clientèle

En tant que nouvelle entreprise, prenez le temps de réfléchir aux façons dont vous pouvez vous démarquer en offrant des services clients personnalisés. Cela est d'autant plus important que l'intensification de la concurrence et la surinformation nuisent à la différenciation des marques, particulièrement lorsque vous êtes « le petit nouveau ».

Des clients satisfaits peuvent améliorer les résultats de votre entreprise

On néglige souvent le recours à des tactiques d'amélioration des relations clients, alors qu'elles peuvent être peu coûteuses et faciles à implanter. La chose est étonnante, lorsqu'on pense que l'offre d'une expérience client exceptionnelle va de soi pour une entreprise. Les recherches démontrent qu'il en coûte beaucoup plus cher – jusqu'à six à sept fois plus cher – d'acquérir de nouveaux clients que de conserver ses clients existants.

Cela signifie que le moyen le plus facile d'assurer la croissance de son entreprise est de s'appuyer sur ses clients existants. Si vous avez déjà des clients loyaux, pourquoi ne choisiraient-ils pas votre nouveau produit plutôt que celui d'un concurrent ?

De plus, vos clients satisfaits pourraient recommander votre entreprise autour d'eux. Autrement dit, vous pouvez élargir votre clientèle et gagner de nouveaux marchés grâce à leurs recommandations.

Économiquement, c'est également très sensé. Les propriétaires de petites entreprises ont des contraintes financières et, doivent mener en permanence des activités de marketing, il leur est difficile de lancer une campagne publicitaire d'envergure. Le bouche à oreille amène des clients potentiels sans que vous ayez à réaliser un investissement important.

Cependant, il ne faut pas oublier qu'un bouche à oreille négatif donne des résultats diamétralement opposés aux objectifs visés. Il est donc important que vos employés comprennent ce qu'ils ont à faire afin de garder les clients satisfaits. Faites un effort pour recruter des effectifs qui ont une très solide orientation client, et formez-les pour qu'ils aident votre entreprise à tenir ses promesses. Et ne manquez pas de les récompenser pour l'excellence de leur service.

Des systèmes en bon état de marche

En plus d'offrir une solide formation à vos employés, vous devez mettre en place des systèmes et des processus sans faille afin d'éviter toute frustration à votre client. Cela s'applique aussi particulièrement à votre site Web.

Les gens ont un seuil d'attention réduit, surtout sur Internet, où la concurrence est féroce. Par conséquent, votre site Web doit avoir une apparence professionnelle, car c'est la première impression qui compte pour les visiteurs. De plus, même si vous avez attiré leur attention, votre site Web doit être aussi le plus convivial possible. En effet, rien n'est plus irritant pour un client que de se retrouver sur un site Web où il est difficile de naviguer.

Si vous n'avez pas accès à une expertise technique et créative pour votre site Web, vous pouvez obtenir une consultation individuelle auprès des [services de conception et de développement de site Web](#) de Bell.



Apprenez à mieux connaître vos clients

Dès que vous avez recruté et formé votre personnel, et perfectionné votre approche pour répondre aux besoins de votre clientèle, ne sous-estimez pas l'importance d'y ajouter une touche personnelle. Par exemple, prenez le temps de mieux connaître vos clients et leurs besoins. Prenez note de certains renseignements utiles, comme leurs loisirs, leur date d'anniversaire et certaines autres dates importantes, et passez cette information en revue avant une rencontre ou une conversation téléphonique. Un appareil [BlackBerry](#)^{MD} de Bell peut vous aider à gérer efficacement vos contacts.

Les cadeaux ou les incitatifs à l'occasion de fêtes et d'anniversaires peuvent également faire en sorte que les clients se sentent appréciés. Profitez d'occasions spéciales qui sont négligées par d'autres entreprises, comme la Saint-Valentin par exemple, pour introduire des promotions afin de faire ressortir votre offre.

Autre bonne idée : abonnez-vous à un service de nouvelles, ainsi, chaque fois que l'entreprise de votre client est mentionnée ou qu'un article traite de son secteur d'activité, vous pourrez lui faire parvenir un petit mot.

De plus, vous pouvez encourager le bouche à oreille en favorisant le réseautage parmi vos clients. Pourquoi ne pas organiser des événements avec des conférenciers de renom afin d'informer les clients de produits ou services que vous désirez mieux faire connaître?

Pour l'essentiel, adopter une approche orientée client signifie traiter les clients comme on aimerait être traité. Les gens sont sensibles au contact humain et ceci est tout aussi vrai lorsque vient le temps d'acheter un produit ou un service.

Les experts en solutions de démarrage de Bell vous aideront à vous établir en affaires du bon pied en vous proposant un forfait technologique qui vous convient. Adhérez au [Forfait Essentiel d'affaires de Bell](#), conçu spécialement pour le lancement d'une nouvelle entreprise.

Une ligne d'affaires + une messagerie vocale + un accès Internet haute vitesse, à partir de 63,93 \$/mois durant les six premiers mois.

bell.ca/nouvelleentreprise

