



La stratégie est l'élément clé autour duquel vont s'axer toutes les questions en lien avec la relation qu'une entreprise souhaite entretenir avec sa clientèle.

Une stratégie Relation Client performante contribue à la fidélisation des clients et renvoie une image positive de la marque :

- Est-ce que je souhaite que mon Service Client soit joignable facilement ? Quelle visibilité et facilité d'accès ?
- Quels canaux d'interaction, quelle part pour le self-care ?
- Quelle proposition de valeur différenciée pour mes prospects et mes segments de client ?



La promesse est une déclinaison de la stratégie en moyens, engagements de service et indicateurs de performance pour le client final :

- Accessibilité
- Disponibilité
- Qualité de service
- Satisfaction



Si ma stratégie consiste à avoir un positionnement de luxe, alors je m'engage à offrir à mon client un service premium (qualité des conseillers, personnalisation des contacts, réponses rapides, amplitudes horaires étendues).

Illustration



Positionnement

Quelle image de marque ?

Low cost vs haut de gamme, innovante, techno, familiale, savoir-faire français...

Que doit renvoyer ma Relation Client ?



Expérience Client

Quels moyens déployer pour assurer ce positionnement ?

Staffing des équipes, procédures, parcours et traitements différenciés, formation conseillers, suivi qualité...



Relationnel

Quel niveau de proximité souhaité avec mes clients ?

Joignabilité, échanges sur-mesure, émotionnel,...



- Éléments de langage
- Engagements de service
- Accessibilité à l'information



Quelle est ma promesse ?

- Niveau de service
- Approche Customer-centric
- Assurance de la prise en charge et de la résolution



- Disponibilité
- Pertinence des canaux et horaires de contact
- Personnalisation

Comment démarrer ?

