

## Conquête et fidélisation client Où en êtes-vous ?

Situez-vous en répondant à 28 questions

Très souvent limitées à des actions opérationnelles, la conquête et la fidélisation sont pourtant une véritable stratégie d'entreprise. Qu'en est-il exactement dans votre entreprise ? Ce test vous permet de vérifier en quelques minutes quelle véritable place vous leur accordez.



Cochez  
Oui ou Non

### 1- Segmentation de votre clientèle

**Vos actions commerciales sont-elles segmentées par rapport :**

- 1- Aux marchés de votre clientèle
- 2- Aux volumes d'achats de vos clients
- 3- A l'intensité d'achat de vos clients
- 4- Aux clients fidèles et aux prospects
- 5- Aux potentiels de vos clients

**Oui Non**

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 2- Comportements de vos clients

**Connaissez-vous :**

- 6- Les raisons de la fidélité de vos clients
- 7- Les deux principales causes de l'infidélité de vos clients
- 8- Les moyens pour remédier à cette infidélité
- 9- Les moments à risque pour la fidélité de votre clientèle

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 3- Concurrence

**Connaissez-vous :**

- 10- Les points forts et les points faibles de vos deux principaux concurrents
- 11- Le nombre de vos clients qui vous quittent au profit de vos deux principaux concurrents
- 12- Les raisons de vos échecs dans la conquête de prospects importants

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 4- Taux de fidélisation de votre clientèle

**Connaissez-vous :**

- 13- Le taux de fidélisation moyen de votre clientèle
- 14- Le taux de fidélisation par segment de clientèle
- 15- La durée de vie moyenne d'un client

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5- Profit et coût de votre clientèle	<b>Connaissez-vous :</b>			
	16- Le profit annuel par client ou par segment		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	17- Le coût d'acquisition d'un nouveau client		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	18- Le coût de traitement d'un client moyen		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6- Commercialisation	19- Connaissez-vous les raisons qui poussent les nouveaux clients à vous rejoindre		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	20- Le personnel en relation avec la clientèle est-il intéressé financièrement aux résultats de la fidélisation		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	21- Les enjeux de la fidélisation sont-ils connus de l'ensemble des services concernés		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7- Relation client	22- Connaissez-vous les attentes prioritaires de vos principaux clients		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	23- Possédez-vous un logiciel pour optimiser la gestion de la relation client		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	24- Analysez-vous les relations entre le fichier réclamation et le fichier clients perdus		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	25- Avez-vous mis en place un processus de gestion des réclamations et insatisfactions		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8- Les gains	<b>Connaissez-vous :</b>			
	26- Le profit possible si votre taux de fidélisation client augmentait de 5 %		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	27- Le profit réalisable si l'intensité d'achat de vos clients augmentait de 10%		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	28- Pouvez-vous décrire précisément les liens qui existent entre la fidélisation et le profit		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<b>Total</b>	<b>Oui</b>	<b>Non</b>
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## RESULTATS

<i>Plus de 20 oui</i>	<i>Entre 10 et 20 oui</i>	<i>Moins de 10 oui</i>
<p>Vous développez certainement une véritable stratégie de conquête et fidélisation dans votre entreprise. Votre orientation client doit s'accompagner d'un des meilleurs taux de fidélisation clients de votre secteur d'activité. Partage et Valeurs partage cette passion du client, votre avis sur la question nous intéresse.</p>	<p>Sensibilisé à la conquête et fidélisation vous avez déjà mené naturellement des actions en ce sens, sans forcément aller jusqu'au bout. Le développement d'une approche véritablement stratégique devrait encore améliorer vos résultats.</p>	<p>Si Votre entreprise est en bonne santé, ce qui est bien l'essentiel, on ne peut dire que la conquête et la fidélisation comptent parmi vos priorités. Si un jour vous décidiez de lancer une véritable stratégie de conquête et fidélisation, vos concurrents risqueraient alors d'en souffrir pour longtemps.</p>