

Nature du projet - Accompagnement par la Maïeutique

Sylvain Cresp - 06.67.50.90.20 – sylvainnatureduprojet@gmail.com

Les 5 axes d'amélioration essentiels pour favoriser votre relation clients et augmenter vos ventes, et questions fondamentales à vous poser, de sorte à vous inspirer de nouvelles idées, affiner votre stratégie commerciale, et bâtir un plan d'action clair et durable.

1- Votre prospection de nouveaux clients ou marchés

- Y a-t-il des tendances émergentes (technologiques, sociétales, environnementales...), ou bien des secteurs, des opportunités à l'international, marchés de niche ou profils de clients que votre offre pourrait intéresser et que vous n'avez pas encore explorés ?
- Vos concurrents ciblent-ils une audience que vous pourriez aussi toucher ?
- Quels méthodes ou canaux de prospection n'avez-vous pas encore exploités (via les réseaux sociaux, référencement sur le net, salons, webinaires, essais gratuits, événements...) ?
- Pourriez-vous établir des collaborations stratégiques avec d'autres entreprises partenaires pour toucher de nouveaux clients ?
- Perfectionner votre argumentaire de vente sur vos bénéfiques produits ou services, le rendre plus clair ou convaincant, ou lancer des campagnes publicitaires percutantes seraient-elles des solutions envisageables pour vous ?
- Pour renforcer votre force de vente, avez-vous considéré inviter vos équipes à une nouvelle formation, ou faire appel à un service extérieur de prospection ?

2- Votre stratégie de communication

- Votre communication est-elle suffisante, assez visible, cohérente et engageante sur tous vos différents canaux ?
- En quoi pourrait-elle être optimisée, clarifiée, étoffée ou mieux ciblée, par rapport à votre clientèle et ses besoins ?
- Qu'est ce qui pourrait la rendre plus séduisante, simple, dynamique, humaine, différenciante, rassurante, personnalisée, adaptée... ?
- Comment pourriez-vous encourager vos clients à interagir davantage avec votre marque (via les réseaux sociaux, les avis, les forums...) ?
- Quelle valeur votre stratégie de contenu apporte-t-elle à vos clients (guides, conseils, légèreté, newsletters, exclusivités...) ?

3- L'expérience d'achat et la relation qu'ont vos clients avec votre marque

- Qu'est-ce qui selon vous, distingue réellement votre offre de celles de vos concurrents ?
- Quel est l'aspect de vos produits ou services dont vos clients parlent le plus en bien, et en moins bien ?
- Après avoir interagit avec votre marque, quels souvenirs aimeriez-vous que vos clients gardent, et quelles émotions souhaiteriez-vous qu'ils ressentent ? (Ex : émerveillement, sécurité, exclusivité, joie, surprise...)
- Votre offre et processus d'achat sont-ils suffisamment fluides, clairs et intuitifs ? (Au niveau de la rapidité d'exécution, des gammes ou choix que vous proposez, des moyens de paiement ou de livraison...) ?
- Comment anticipez-vous les attentes et besoins futurs de vos clients ?

4- La fidélisation de vos clients

- Quels sont les besoins et attentes spécifiques de vos clients réguliers, et comment pourriez-vous créer un lien émotionnel plus fort avec eux ?
- Votre programme de fidélité est-il attractif et adapté à votre cible (SAV, chat en ligne, avantages exclusifs, parrainage, système de cartes de fidélité ou d'abonnement, organisation d'événements privés...) ?
- Entretenez-vous une relation continue avec vos clients après l'achat ?
- Quelles actions mettez-vous en place pour récupérer un client insatisfait ou inactif ?
- Avez-vous mis en place un programme de mesure de la satisfaction de vos clients ?

5- L'innovation

En reprenant ces différents axes d'amélioration, réfléchissez maintenant à comment pourriez-vous surprendre et dépasser les attentes de vos clients, et demandez-vous ?

- Quels sont les points forts et les faiblesses de vos produits/services et de celles de vos concurrents ?
- Quelles méthodes spécifiques pourriez-vous appliquer pour mieux suivre l'évolution de votre secteur (veille concurrentielle, études de marché, conférences...) ?
- Quelles tendances émergentes, quels besoins ou frustrations non résolus de vos clients, influencent votre secteur d'activité ?
- Votre offre pourrait-elle être adaptée à un nouveau segment de marché ?
- Comment pourriez-vous la rendre :
 - Plus étoffée, également en termes de gammes de prix ?

- Plus simple, rapide, éco-responsable, esthétique, sécurisante ou efficace ?
- Plus visible en ligne, ou sur un outil ou application numérique complémentaire ?
- Plus personnalisée en fonction des besoins individuels de vos clients ?

Je me tiens à votre disposition pour en discuter ou pour démarrer un accompagnement et étudier ensemble en détail les directions, idées et plan d'actions à mettre en place pour votre entreprise.

Prendre rendez-vous pour une séance gratuite : [Diagnostic offert](#)