



**INSTITUT SUPERIEUR DES TECHNIQUES ECONOMIQUES
COMPTABLES ET COMMERCIALES**



THEME
SERVICE APRES VENTE CAS DE LEADERCOM

Présenté par :

M.

Mme.

M.

Mme.

Sous l'encadrement de :

M.

ANNEE UNIVERSITAIRE : 2023-2024



INTRODUCTION



DEFINITION ET LES COMPOSANTES DU SERVICE APRES VENTE



LES AVANTAGES DU SAV



LES DÉFIS ET LES SOLUTIONS



PRESENTATION DE LEADERCOM



SAV DE LEADERCOM



SAV DE LEADERCOM SELON LES TYPE DE CLIENTS

CONCLUSION



Le service après-vente est un pilier fondamental dans la stratégie commerciale de toute entreprise. Dans un contexte où la concurrence est de plus en plus féroce et où les clients sont de plus en plus exigeants, le service après-vente revêt une importance capitale pour les entreprises. En effet, il ne suffit plus de vendre un produit ou un service de qualité ; il est tout aussi crucial d'offrir un support et une assistance de qualité après l'achat. Un bon service après-vente permet de fidéliser la clientèle en instaurant un lien de confiance et en assurant une expérience client positive, ce qui contribue à la pérennité de l'entreprise sur le marché.



DEFINITION ET LES COMPOSANTES DU SERVICE APRES VENTE



A. Définition du SAV :

Le service après-vente fait référence à l'ensemble des actions entreprises par une entreprise pour assister ses clients après l'achat d'un produit ou service. Cela inclut l'aide à l'installation, la réparation, la maintenance et le support technique.



DEFINITION ET LES COMPOSANTES DU SERVICE APRES VENTE



a. Accueil et prise en charge du client :

- ✓ Formation du personnel
- ✓ Disponibilité
- ✓ Écoute active
- ✓ Empathie
- ✓ Respect de la confidentialité

Les composantes du SAV :

b. Réparation et maintenance :

- ✓ Diagnostic précis
- ✓ Réparation rapide
- ✓ Compétences techniques
- ✓ Suivi post-réparation

c. Suivi et rétroaction :

- ✓ Recueil des commentaires
- ✓ Évaluation de la satisfaction
- ✓ Analyse des données
- ✓ Actions correctives



LES AVANTAGES DU SAV

A. Fidélisation de la clientèle

- ✓ Relation client
- ✓ Confiance accrue
- ✓ Réduction de désabonnement
- ✓ Recommandation

B. Image et réputation

- ✓ Satisfaction client
- ✓ Recommandation
- ✓ Concurrence
- ✓ Réduction des risques

C. Opportunité de vente supplémentaire

- ✓ Selling
- ✓ Réputation des affaires
- ✓ Parrainage et recommandations
- ✓ Expansion de la clientèle



Les défis et les solutions

GESTIONS PLAINTES

Défis

- ✓ Volumes de plaintes
- ✓ Gestion des attentes des clients
- ✓ Cout financier

- Etablissement de procédures claire
- Formation du personnel
- Utilisation de solutions technologique

Solutions

FORMATION PERSONNEL

Défis

- ✓ Manque de compétences
- ✓ Turnover du personnel
- ✓ Evolution des attentes des clients

- Programme de formation complet
 - Formation continue
 - Utilisation de technologie
- Reconnaissance et récompense

Solutions

UTILISATION DE LA TECHNOLOGIE

Défis

- ✓ Complexité technologique
- ✓ Cout initiale élevé
- ✓ Intégration du système existant

- Evaluation des besoin
- Formation et support technique
- Analyse des données

Solutions



SAV de LEADERCOM



Leadercom, une agence fondée à Bamako en 2007, s'est imposée comme une référence en communication, marketing et événementiel en Afrique de l'Ouest. Forte de 15 années d'expérience, elle offre des services de pointe aux institutions étatiques et au secteur privé, grâce à une équipe expérimentée et polyvalente. Dotée d'un studio de production innovant, l'agence reste à la pointe des évolutions technologiques pour répondre aux besoins changeants de sa clientèle dans un environnement digital en perpétuelle mutation.



SAV de Leadercom



Un service après-vente efficace requiert une réactivité aux demandes des clients, un traitement empathique et professionnel des problèmes, des solutions rapides et personnalisées, ainsi qu'un suivi régulier de la satisfaction client pour garantir une amélioration continue. Leadercom, une entreprise de communication renommée, se distingue par sa communication claire, sa formation du personnel et ses processus efficaces de résolution des problèmes. Leur approche axée sur la réactivité, la transparence et la compétence du personnel a permis à Leadercom de fidéliser sa clientèle, de bâtir une réputation solide et de maintenir une croissance soutenue.



SAV de Leadercom



❖ les petits clients

- Une équipe dédiée chargée de répondre rapidement aux demandes et questions des petits clients.
- Des solutions préétablies pour les problèmes les plus courants afin de garantir une résolution rapide.
- Un suivi régulier pour s'assurer de la satisfaction et identifier les possibilités d'amélioration.



SAV de Leadercom



❖ les clients de taille moyenne

- Un responsable de compte attribué pour chaque client, offrant un point de contact principal pour toute question ou problème.
- Des solutions plus personnalisées en fonction des besoins spécifiques de chaque client.
- Des réunions régulières pour évaluer la performance, discuter des projets en cours et identifier de nouvelles opportunités de collaboration.



SAV de Leadercom

❖ les grands clients

- Une équipe dédiée composée de plusieurs membres pour répondre aux besoins complexes et diversifiés des grands clients.
- Des plans de service personnalisés incluant une assistance 24/7 si nécessaire.
- Des revues de compte régulières impliquant les principaux décideurs des deux côtés pour garantir une communication transparente et une satisfaction continue.





Un service après-vente de qualité est essentiel pour fidéliser les clients. En offrant un soutien attentif, efficace et personnalisé, une entreprise démontre à ses clients qu'ils sont valorisés et que leur satisfaction est une priorité. l'entreprise renforce la confiance de ses clients et favorise leur fidélité. Les clients fidèles sont plus enclins à recommander l'entreprise à d'autres, contribuant ainsi à sa croissance et à sa réputation positive. En définitive, un service après-vente de qualité peut faire la différence entre un client satisfait et un client fidèle.

*Merci
pour votre
aimable attention*

