



Gestion commerciale

☐ Créer, qualifier et gérer son fichier clients



Le «client» est le cœur de votre entreprise, c'est lui qui la fait vivre. Sans lui, votre activité n'existe pas !

Le fichier clients permet de comprendre vos prospects et vos clients pour leur proposer le bon produit et/ou le bon service, au bon moment. Il requiert de mettre en place un moyen de collecter différentes informations les concernant, dans le respect de la législation (RGPD = Règlement général sur la protection des données).

Grâce aux informations pertinentes que vous collectez, vous menez des actions commerciales ciblées et efficaces qui contribuent à l'accroissement du trafic dans votre point de vente et à l'augmentation de votre chiffre d'affaires.

☐ Mettre en place et animer un programme de fidélisation pour ses clients.



La mise en œuvre d'un programme de fidélisation a pour objectifs de gagner la confiance de vos clients et de se rapprocher d'eux. En leur proposant des services adaptés, vous leur donnez envie de continuer à acheter dans votre enseigne.

Construisez un programme de fidélisation efficace et pertinent en vous fixant des objectifs concrets. Mesurez-en les effets : fréquence des visites, nombre de cartes de fidélité créées (support papier ou cartes dématérialisées), chiffre d'affaires supplémentaire généré, etc... Au delà de la fidélité, ces programmes ont également vocation à accroître la connaissance clients grâce aux données de profil collectées à l'inscription.

Traditionnels ou désormais dématérialisés sur supports digitaux (carte, puce, smartphone,...), les programmes de fidélisation favorisent le ré-achat et l'attachement de la clientèle à votre point de vente.