

PME/PMI : la fidélisation du client bien au-delà du CRM

Conquérir de nouveaux clients obsède souvent les dirigeants de PME/PMI. Et souvent au détriment de la fidélisation des clients existants ! À quoi bon monopoliser autant de moyens pour augmenter ses revenus, si l'on perd le portefeuille qui assure le financement quotidien et la survie de l'entreprise ?

Coordonner et sécuriser les informations client

Avant même de penser à installer des solutions logicielles de type CRM, l'entreprise doit s'efforcer d'établir un état des lieux des diverses informations dont elle dispose sur ses clients : bases de données, logiciel ERP, mais aussi fichiers bureautiques (type Excel) utilisés par les divers commerciaux... Une excellente occasion de centraliser ces informations et de faciliter leur partage entre les employés habilités. Pour "vendre" ces projets aux plus réticents (chargés de clientèle, commerciaux, directeurs de zones...), les dirigeants ou l'informatique leur démontreront tous les bénéfices dont ils pourront bénéficier. Tout d'abord, ces informations seront sauvegardées en continu et n'y accéderont que les personnes autorisées. Ensuite, il devient possible pour eux de consulter divers tableaux de bords, avec des alertes sur des clients à relancer, les mauvais payeurs, les processus utilisés qui permettent de réaliser les meilleures ventes, etc. Préparer les chiffres pour les réunions hebdomadaires, mensuelles ou annuelles devient possible en un ou deux clics ! Par ailleurs, toutes les applications deviennent accessibles à distance, et même à partir de smartphones. Autant de temps épargné à consacrer au développement de la prospection, à la spécialisation sur les produits, etc.

La qualité de l'information pour une relation client pertinente

Une fois les informations consolidées, la qualité des données devient un enjeu majeur. En effet, comment s'appuyer sur des résultats dont les informations de base ne seraient pas maîtrisées ? Bien entendu, cela entraînera certainement une modification des modes de travail et des saisies de données plus contrôlées qu'avec des feuilles de calcul personnelles. Néanmoins, les commerciaux seront volontaires s'ils sont réellement convaincus des bénéfices qu'ils en retireront.

Toutes ces améliorations augmenteront mécaniquement la productivité, et les processus seront améliorés en tenant compte des modes de travail de tous. Dans ces conditions, un meilleur service client favorisera sans aucun doute la fidélisation : meilleur accueil du client reconnu par tous les services de la société (avec son historique), réactivité améliorée, possibilités d'augmenter le panier d'achats par des contacts pertinents, possibilités d'études comportementales, etc.

Vers l'automatisation des processus

Avec des processus mieux rodés et clairement définis, il deviendra possible d'automatiser de nombreuses tâches : tableaux de bord en temps réel pour chaque commercial, support ou avant-vente, consolidation au fil de l'eau des paiements et des commandes, etc. Enfin, dans un système informatique compréhensible et maîtrisé, la mise en conformité avec les réglementations de plus

en plus nombreuses est fortement facilitée.

La boucle est alors bouclée : fidélisation améliorée, meilleure productivité, temps dégagé pour mieux prospecter, possibilité de prévoir l'impact de diverses mesures sur le chiffre d'affaires (lancement, hausse de prix, etc.). Des atouts que les PME/PMI apprécieront à leur juste valeur non seulement face à leurs concurrents, et surtout face aux grands groupes forcément moins réactifs.

LIVRES BLANCS : Comment garder ses clients et renforcer sa compétitivité? Découvrez le point de vue d'un dirigeant d'Oracle pour améliorer la satisfaction clients. Téléchargez gratuitement le magazine ONE Oracle. **Comment fidéliser ses clients, en particulier dans un environnement économique difficile ?** Téléchargez gratuitement le livre blanc Oracle.