



FICHE PRATIQUE

DIRIGEANT ► COMPÉTENCES SOCIALES ► TRAVAIL EN ÉQUIPE

Client-Centric : Faculté de mettre l'accent sur la satisfaction des clients et partenaires pour assurer la pérennité et la croissance de l'entreprise

Ce document est régulièrement mis à jour.

Téléchargez gratuitement la dernière version sur [Débloquentessoftskills.com](https://debloque-tes-soft-skills.com)

MISE EN GARDE

Pour la plupart d'entre nous, les Soft Skills apprises en formation, sur la base d'une liste de recettes à appliquer dans telle ou telle situation, ne sont pas durablement exploitables : les mauvais comportements reprennent très vite le dessus, la Soft Skill ne peut pas s'exprimer, elle est BLOQUÉE par un ensemble de comportements contre-productifs dont on ne sait pas se débarrasser.

Suite à la découverte d'un incroyable protocole imaginé par 2 professeurs de la Harvard Business School, une offre exclusive permet désormais de DÉBLOQUER réellement et définitivement ses Soft Skills.

Découvrez cette offre sur [Débloquentessoftskills.com](https://debloque-tes-soft-skills.com)

*Le contenu de cette fiche pratique a été généré
par une Intelligence Artificielle pilotée par une Intelligence Humaine*

Comportements recommandés :

1. **Écouter activement les besoins et attentes des clients**

→ Une entreprise centrée sur ses clients comprend et anticipe leurs besoins.

Exemple : « Nous réalisons des enquêtes de satisfaction régulières pour mieux comprendre ce que nos clients attendent de nous. »

2. **Placer l'expérience client au cœur de la stratégie d'entreprise**

→ Un service fluide et agréable fidélise et attire de nouveaux clients.

Exemple : « Nous simplifions le parcours d'achat en ligne pour éviter les frustrations et améliorer l'expérience utilisateur. »

3. **Former les collaborateurs à la culture client**

→ Un bon service commence par des équipes sensibilisées à l'importance du client.

Exemple : « Chaque nouvel employé suit une formation dédiée à la gestion et à la satisfaction client. »

4. **Être réactif et efficace dans le traitement des demandes**

→ Une réponse rapide aux sollicitations améliore la satisfaction.

Exemple : « Nous nous engageons à répondre aux demandes de nos clients sous 24 heures maximum. »

5. **Personnaliser l'offre et l'approche en fonction du client**

→ Une relation individualisée renforce l'attachement à la marque.

Exemple : « Nous envoyons des recommandations personnalisées basées sur les achats précédents de nos clients. »

6. **Valoriser les retours clients et en faire un levier d'amélioration**

→ Les critiques constructives permettent d'optimiser l'offre.

Exemple : « Suite aux retours de nos utilisateurs, nous avons amélioré notre service après-vente en proposant une assistance 7j/7. »

7. Encourager la transparence et la confiance avec les clients

→ Une entreprise honnête fidélise durablement.

Exemple : « Nous communiquons ouvertement sur les délais de livraison et les éventuels retards. »

8. Aller au-delà des attentes en apportant une réelle valeur ajoutée

→ Un service exceptionnel crée un attachement fort à la marque.

Exemple : « Nous offrons un suivi personnalisé après chaque vente pour nous assurer que le client est pleinement satisfait. »

9. Favoriser la collaboration entre les différents services pour fluidifier l'expérience client

→ Une approche transversale évite les ruptures dans le parcours client.

Exemple : « Le service marketing, commercial et support travaillent ensemble pour garantir une communication cohérente avec les clients. »

10. Mettre en place des indicateurs de performance orientés satisfaction client

→ Il est essentiel de mesurer l'impact des actions mises en place.

Exemple : « Nous suivons notre Net Promoter Score (NPS) pour évaluer la fidélité et l'engagement de nos clients. »

Comportements à éviter :

1. Ne pas prendre en compte les retours et plaintes des clients

→ Ignorer les clients entraîne une perte de fidélisation.

Exemple : « Les réclamations clients ne sont pas une priorité, nous avons d'autres urgences. »

2. Fournir un service client lent et inefficace

→ Une mauvaise réactivité génère de la frustration.

Exemple : « Nous mettons plusieurs semaines à répondre aux demandes de

remboursement. »

3. Imposer des procédures rigides sans considération pour le client

→ Un excès de bureaucratie rend l'expérience désagréable.

Exemple : « Pour tout problème, le client doit remplir trois formulaires avant d'obtenir une réponse. »

4. Faire passer les profits avant la satisfaction client

→ Une vision court-termiste peut nuire à l'image de marque.

Exemple : « Nous réduisons la qualité du service pour augmenter nos marges, même si cela impacte négativement l'expérience client. »

5. Ne pas former les équipes à la relation client

→ Un personnel non sensibilisé peut nuire à l'image de l'entreprise.

Exemple : « Nos employés ne sont pas formés pour gérer les réclamations, donc chacun se débrouille comme il peut. »

6. Ne pas adapter l'offre en fonction des besoins réels des clients

→ Vendre ce qui nous arrange plutôt que ce qui convient aux clients est contre-productif.

Exemple : « Nous continuons de proposer ce produit même s'il ne correspond plus aux attentes du marché. »

7. Faire des promesses non tenues aux clients

→ Un manque de fiabilité détruit la confiance.

Exemple : « Nous garantissons une livraison en 48h, mais nous savons qu'elle prend souvent une semaine. »

8. Manquer de transparence sur les prix et conditions de vente

→ La confiance du client repose sur une communication honnête.

Exemple : « Nous cachons des frais supplémentaires qui apparaissent seulement à la fin du processus d'achat. »



9. Ne pas faciliter l'accès aux services et aux informations

→ Un client ne doit pas avoir à chercher trop longtemps une solution.

Exemple : « Notre service client n'est joignable que par un formulaire caché sur notre site. »

10. Ne pas fidéliser les clients après un premier achat

→ Une entreprise centrée client entretient la relation sur le long terme.

Exemple : « Une fois qu'un client a acheté, nous ne prenons plus de nouvelles de lui. »

Conclusion

Adopter un état d'esprit "Client-Centric" en tant que dirigeant, c'est placer la satisfaction client au cœur des décisions stratégiques. En étant à l'écoute, en personnalisant l'expérience et en assurant un service de qualité, une entreprise assure sa pérennité et sa croissance. 🚀