



FICHE PRATIQUE

MARKETING & COMMUNICATION ► COMPÉTENCES PERSONNELLES ► LEADERSHIP POSITIF

Sensibilité client : Faculté de comprendre, anticiper et répondre aux attentes et besoins des clients avec empathie, réactivité et souci de leur satisfaction

Ce document est régulièrement mis à jour.

Téléchargez gratuitement la dernière version sur [Débloque-tes-soft-skills.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 [Débloque-tes-soft-skills.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 attentes et les besoins des clients

→ Comprendre leurs demandes permet d'y répondre de manière plus efficace.

Exemple : « Lors d'une enquête de satisfaction, je prends en compte les retours clients pour ajuster notre prochaine campagne. »

2. Faire preuve d'empathie et se mettre à la place du client

→ Une bonne relation client repose sur la compréhension de son point de vue.

Exemple : « Un client exprime une insatisfaction sur les délais de livraison, je reformule son problème et lui propose une solution rapide. »

3. Réagir rapidement aux demandes et préoccupations des clients

→ Une bonne réactivité améliore la satisfaction client.

Exemple : « Un client commente négativement un post sur les réseaux sociaux, je lui réponds rapidement avec une solution adaptée. »

4. Personnaliser la communication et l'expérience client

→ Un message adapté aux attentes du client améliore son engagement.

Exemple : « Je segmente notre newsletter pour envoyer des offres spécifiques en fonction des préférences de chaque client. »

5. Adopter un ton courtois et bienveillant dans toutes les interactions

→ Une communication respectueuse et positive renforce la fidélité du client.

Exemple : « Même face à une critique sévère, je réponds avec professionnalisme et bienveillance : 'Nous sommes désolés pour votre expérience, comment pouvons-nous améliorer cela ?' »

6. Analyser les comportements des clients pour anticiper leurs besoins

→ L'analyse des données permet d'offrir des services proactifs.

Exemple : « Je remarque qu'un client achète souvent nos produits bio, nous lui envoyons une offre spéciale sur cette gamme. »

7. S'assurer que le message marketing est en adéquation avec les attentes des clients

→ Une bonne compréhension du public cible évite les erreurs de communication.

Exemple : « Avant de lancer une campagne, nous réalisons des tests auprès d'un échantillon de clients pour ajuster notre message. »

8. Apporter des solutions concrètes aux problèmes des clients

→ L'efficacité dans le traitement des réclamations est essentielle.

Exemple : « Un client signale un problème avec un produit, je lui propose immédiatement un échange ou un remboursement. »

9. Prendre en compte les feedbacks pour améliorer les services et produits

→ L'écoute des retours clients permet d'innover et de s'améliorer.

Exemple : « Suite aux avis clients, nous avons simplifié notre processus de commande en ligne pour le rendre plus intuitif. »

10. Créer une expérience client positive à chaque point de contact

→ L'expérience client ne se limite pas au produit, elle englobe toute l'interaction avec la marque.

Exemple : « Nous ajoutons une note manuscrite de remerciement dans chaque commande pour renforcer le lien avec nos clients. »

Comportements à éviter :

1. Ignorer ou minimiser les retours clients

→ Ne pas prendre en compte les feedbacks nuit à la relation client.

Exemple : « Un client se plaint de notre service sur un forum et nous ne lui répondons pas. »

2. Adopter un ton impersonnel ou robotisé dans les échanges

→ Une communication trop froide peut donner une mauvaise image de la marque.

Exemple : « Nous envoyons un email de réponse standardisé sans personnalisation, ce qui donne l'impression que le client n'est pas écouté. »

3. Ne pas répondre aux plaintes ou aux questions dans un délai raisonnable

→ Une réponse tardive peut frustrer le client et nuire à la fidélisation.

Exemple : « Un client envoie une question par email et nous lui répondons deux semaines plus tard. »

4. Promettre des choses irréalisables pour satisfaire un client sur le moment

→ Des attentes mal gérées entraînent de la déception et un manque de confiance.

Exemple : « Nous promettons une livraison sous 24h alors que nous savons qu'elle prendra au moins trois jours. »

5. Ne pas adapter son message à son audience

→ Un discours mal ciblé peut perdre en efficacité.

Exemple : « Nous utilisons un langage technique compliqué alors que notre cible est composée de consommateurs non spécialistes. »

6. Ne pas vérifier la cohérence entre le message marketing et la réalité du produit/service

→ Une publicité trompeuse peut décevoir les clients et nuire à la réputation de la marque.

Exemple : « Nous annonçons un produit "100% naturel" alors qu'il contient des additifs chimiques. »

7. Réagir de manière agressive ou défensive aux critiques

→ Une mauvaise gestion des commentaires négatifs peut aggraver une situation.

Exemple : « Un client mécontent laisse un avis négatif et nous lui répondons sèchement : 'Si vous n'êtes pas satisfait, vous n'avez qu'à aller ailleurs.' »

8. Ne pas faire preuve de flexibilité face aux demandes exceptionnelles des clients

→ Un manque de souplesse peut frustrer les clients.

Exemple : « Un client demande un remboursement pour une raison valable, mais



nous refusons catégoriquement sans chercher d'arrangement. »

9. Ne pas former les équipes sur l'importance de la satisfaction client

→ Une équipe mal informée peut nuire à l'expérience client.

Exemple : « Nos community managers ne savent pas comment répondre correctement aux questions sur nos réseaux sociaux. »

10. Ne pas assurer de suivi après une interaction avec un client

→ Un manque de suivi peut laisser un client insatisfait ou avec une mauvaise impression.

Exemple : « Après une réclamation, nous ne vérifions pas si la solution apportée a satisfait le client. »

Conclusion

Faire preuve de sensibilité client en marketing et communication, c'est comprendre et anticiper les besoins des clients pour leur offrir une expérience fluide et satisfaisante. En restant à l'écoute, en personnalisant les échanges et en assurant un suivi de qualité, on favorise la fidélisation et l'image positive de la marque. 🚀