

# Fuites commerciales

VS

*Reconquête de la clientèle*

## Insatisfaction de l'offre actuelle

mauvais service, heures d'opération aberrantes, vétusté des installations, laisser-aller généralisé

## Impertinence de l'offre de produits

faible choix, produits mal présentés, inventaire vieillot, offre inappropriée

## Faible crédibilité des compétences

absence de connaissance du personnel, recommandations arbitraires, variation des promesses

## Désuétude du système d'engagement dans l'offre

restrictions d'accès au produit, prix surélevé, refus d'honorer les garanties, frais cachés

## Inconsistance du rapport qualité/prix

faible qualité des produits, du service, de l'installation, de la réparation, délais d'attente

## Offre inférieure à la demande

Insuffisance ou rareté de l'offre vs l'ampleur de la demande

## 2. Programme d'atténuation des risques d'affaires

### Évolution du commerce

1. Connaissance des clientèles
2. Actualisation des politiques de service
3. Relèvement de l'efficacité
4. Développement du mix produits
5. Développement de l'offre
6. Intégration verticale du système de l'offre

## 2.1 Connaissance des clientèles

### a. Identifier les segments de marché

(résident, travailleur, visiteur, touriste, villégiateur, entreprise, agriculteur)

### b. Comprendre les contextes d'achat

(première maison, produits de nécessité, luxure, hobby – outils, DIY, ...)

### c. Connaître les irritants du cycle de service

(crainte de l'Internet, déplacement fréquent à Québec, groupe d'achat, comportement de compensation dû à un mauvais service, prix trop élevés)

## 2.2 Actualisation de la politique de service

### a. Pour baliser les attentes des clients

(commande, livraison, installation, échange, remboursement)

### b. Pour préciser la nature de l'expérience client

(accueil, garantie, carte cadeau, commande spéciale, financement)

### c. Pour faire connaître aux employés l'espace des possibilités

(gestion des spéciaux, gestion des produits, qualité de service, autorisations)

## 2.3 Relèvement de l'efficacité

### a. Accentuer la formation des employés

(accueil, gestion des besoins, gestion de la relation client, apprentissage des politiques de service)

### b. Optimiser les systèmes de séduction

(enseigne, vitrine, étalages, îlots, présentoirs, éclairage, merchandising)

### c. Documenter les initiatives de communication commerciale

(concours, promotions, carte cadeau, carte fidélité, table des clients)

### d. Connaître les tendances du marché

(congrès, exposition nationale, revues de l'industrie, concurrents)

## Efficacité

10 % à 30 %

Base de données clients

Programme de vitrines

Merchandising

Systèmes POS

Éclairage

Politique de service

Formation des employés

Site transactionnel



Carte cadeaux

Vitrines

Média électronique

Aménagement

Enquête client

Événements

Rencontre Focus

Publicité Coop

Cours

Bulletin

Origine clientèle

Révision du mix

Expositions

Mesure/Promotion

Invite

Blog

Zone de circulaires

Clients mystères

Visite concurrents

Attitude client

Démo

Alerte

## 2.4 Développement du mix produits

### a. Éliminer les produits peu performants

(prix de revient, historique de performance, coût d'inventaire, espace libéré)

### b. Approfondir les gammes de produits

(spécialisation verticale, peut inclure les services afférents)

### c. Étendre les lignes de produits

(meilleur choix de produits vs caractéristiques de la clientèle)

### d. Améliorer la qualité des produits

(privilégier un niveau de qualité, distinguer les qualités physiquement)

### e. Introduire des produits complémentaires

(bonifier l'offre :valise+imperméable; livres+fauteuils; chaise+table d'appoint)

## 2.5 Développement de l'offre

### a. Éliminer les irritants du cycle de service

(dessiner les cycles de service du client, identifier les zones d'irritants, valider auprès des clients)

### b. Concevoir un parcours engageant

(groupe d'achat, organisation de voyage, boutique dans la boutique, achat sur Internet via l'entreprise – *wish list*)

### c. Établir un positionnement régional distinctif

(développement d'une pensée axée sur la clientèle, mesures de satisfaction, amélioration continue)

Questions ?

