

Audit-Clients

Sachez mieux connaître vos clients pour augmenter la valeur de votre offre et surtout pour les fidéliser



Un « AUDIT-CLIENTS » pour :

- Mieux connaître vos clients, vos concurrents et vos marchés ;
- Évaluer votre positionnement réel comparativement à celui de chacun de vos concurrents ;
- Évaluer la relation d'affaires que vous entretenez avec vos clients ;
- Établir un plan d'action visant à améliorer/revoir votre offre et votre positionnement.

Pourquoi un audit-clients ?

Généralement, les seuls contacts des entreprises avec leurs clients se font par l'entremise de l'équipe de vente et de la gestion des plaintes. De telles interventions sont généralement insuffisantes et biaisées, et ne permettent pas de recueillir toutes les informations clés liées avec vos clients. Or, ce sont précisément ces informations qui permettent à une entreprise d'augmenter la satisfaction de ses clients, de mieux diriger son équipe de vente vers les clients les plus profitables et, conséquemment, d'augmenter son niveau de vente et de profitabilité. L'audit-clients se veut donc l'outil idéal pour mieux comprendre vos clients, leurs besoins, leurs attentes et leurs perceptions face à votre entreprise et à ses concurrents. En somme, l'audit-clients vous permettra d'améliorer votre offre et votre positionnement, d'optimiser vos ventes, tout en augmentant la fidélité de vos clients.

Les questions auxquelles vous devez trouver des réponses

- Vos clients vous sont-ils fidèles ? Et savez-vous pourquoi ?
- Vos clients sont-ils réellement satisfaits? Générez-vous une réelle valeur ajoutée pour ces derniers ?
- Quels sont les principaux changements qui affectent vos clients ?
- Quelles relations entretiennent vos clients avec vos concurrents ?
- Au cours de la dernière année, avez-vous perdu des clients « A » qui sont allés chez un concurrent ?
- Vos concurrents sont-ils à même d'imiter, voire de surpasser vos principales forces ?
- Quels sont les attributs clés recherchés par vos clients? Ont-ils changé ou évolué ?
- Quels sont votre positionnement réel et celui de vos concurrents tels que perçus par vos clients ?
- Pouvez-vous augmenter vos ventes, voire vos prix chez vos clients actuels ?

Ce que nous vous proposons ...

L'audit-clients vous permettra d'obtenir une richesse d'informations incomparable quant à vos marchés, vos clients, vos concurrents et votre entreprise. Cet outil essentiel permet de recueillir et d'analyser des informations directement à la source, informations autrement difficiles à obtenir.

Ce que nous vous proposons ...

1. Vision du marché par vos clients

Évolution des marchés et tendances
Changements majeurs à venir

2. Stratégies de vos clients

Axes de développement, stratégies
Approches et fonctionnement
Niveau de performance
Besoins actuels et futurs

3. L'utilisateur final (clients des clients)

Comportement
Tendances
Besoins et critères de choix

4. Catégorie à l'étude : facteurs clés de succès

Besoins et critères de choix
Attributs clés
Bases d'évaluation

5. Satisfaction quant à l'entreprise et aux concurrents

Satisfaction globale
Performance
Améliorations souhaitées
Axes de développement
Avantages distinctifs

6. Positionnement : entreprise vs conc.

Perception
Votre position dans le marché

L'analyse succincte de ces 6 dimensions vous permet :

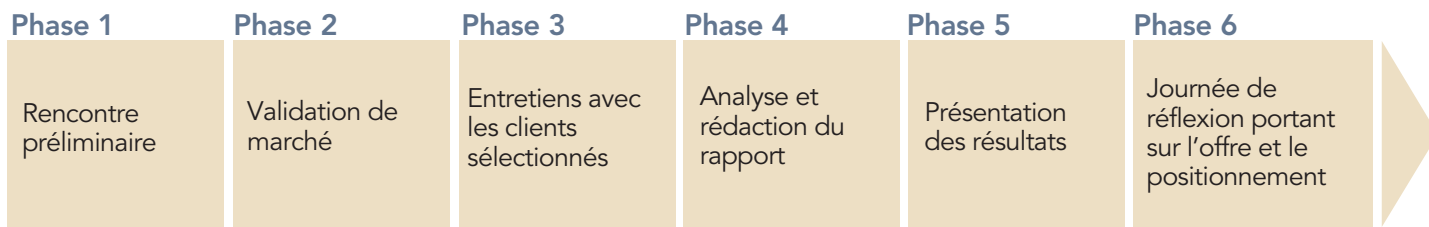
- ✓ de dresser le portrait du marché actuel et à venir ;
- ✓ de dresser le portrait de vos clients et de leur évolution ;
- ✓ d'identifier les facteurs clés de succès pour une entreprise comme la vôtre dans les secteurs d'activités que vous occupez ;
- ✓ de mesurer les perceptions de vos clients face à votre entreprise et vos concurrents.

Afin de vous permettre :

- ✓ d'identifier votre position dans le marché par rapport à vos concurrents ;
- ✓ d'établir un plan d'action précis visant à améliorer ou revoir votre offre et positionnement actuel ;
- ✓ de générer de la valeur chez vos clients.

De plus, nos experts peuvent, si désiré, vous mettre en place une base de données clientèle et ce, dans le but d'en suivre l'évolution de façon périodique.

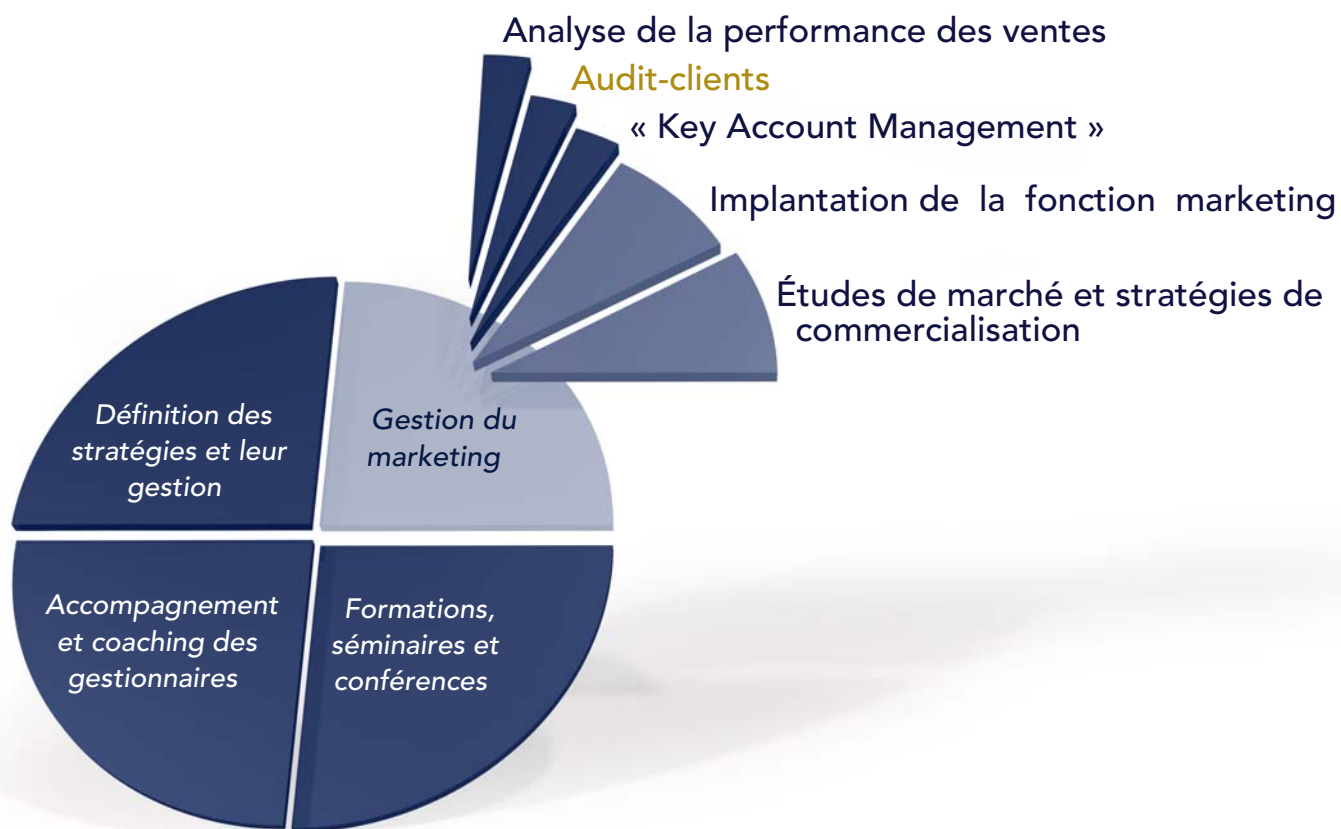
La démarche



Quelques exemples d'impacts de cette analyse chez nos clients :

- Élimination de produits n'offrant pas de valeur ajoutée aux clients ;
- Lancement de nouveaux produits répondant aux besoins spécifiques de certains segments de marché ;
- Élaboration de partenariats stratégiques avec certains clients A ;
- Mise en place d'un système de livraison « juste à temps » ;
- Changement dans les politiques de paiement et d'escompte ;
- Réorganisation de la force de vente ;
- Ouverture d'un centre de distribution plus près des marchés desservis.

Les lignes d'affaires du Groupe Dancause



Le Groupe Dancause

Le Groupe Dancause est un cabinet-conseil spécialisé en gestion de la stratégie d'affaires. Depuis près de 20 ans, ses conseillers ont réalisé plus d'un millier de mandats auprès d'entreprises, organismes et institutions localisées dans toutes les régions du Québec. Elle œuvre à partir de ses places d'affaires situées à Québec, Montréal et Paris.

Les produits d'analyse offerts par le Groupe ...

Les produits d'analyse et d'étude offerts par le Groupe sont directement tirés des démarches menées auprès de nos clients dans le cadre des mandats que l'on nous confie en gestion des stratégies d'entreprise. Ces outils nous apparaissent comme étant une base essentielle au bon fonctionnement de toutes organisations préoccupées par leur croissance et par leurs profits.