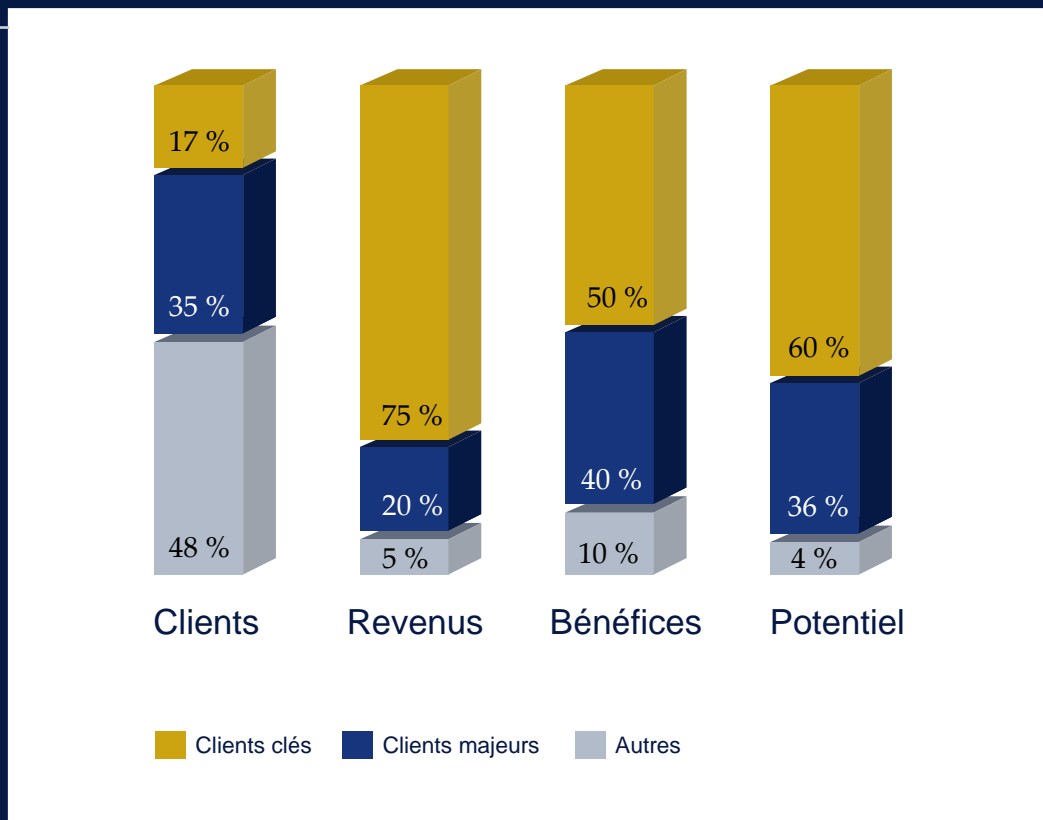


# Key Account Management

Gérer son portefeuille de clients, c'est concentrer ses efforts sur ceux qui vont vous permettre de croître.



## Le « KEY ACCOUNT MANAGEMENT » pour :

- Identifier les clients et les prospects qui vont contribuer à la croissance de vos ventes ;
- Accroître vos ventes chez vos clients actuels ;
- Améliorer la rétention de vos clients clés ;
- Organiser votre entreprise en fonction des types de client ;
- Identifier les clients qui ralentissent votre croissance et adapter votre niveau de service en conséquence ;
- **Choisir les clients avec lesquels vous voulez faire affaire.**

# Pourquoi mettre en place la gestion de portefeuille de clients?

Trop souvent, la gestion du portefeuille de clients et le développement des affaires sont des tâches confiées exclusivement à la force de vente et ne sont pas automatiquement orientées sur des objectifs clairs et concis. Or contrairement aux idées reçues, ce ne sont pas tous les clients potentiels qui sont réellement intéressants pour l'entreprise. C'est à la fonction marketing que revient la responsabilité de choisir les clients que l'entreprise veut avoir et d'orienter les efforts de vente en conséquence.

Dans un contexte où vos clients sont de moins en moins fidèles et où la concurrence s'intensifie, votre enjeu est de réussir à développer une relation de proximité avec vos clients clés qui contribuent à l'atteinte de vos objectifs de croissance et de profitabilité.



## Les questions auxquelles vous devez trouver des réponses

- Est-ce que vous traitez tous vos clients de la même façon ?
- Est-ce que tous vos clients sont rentables ?
- Savez-vous vraiment qui sont vos meilleurs clients?
- Est-ce que vos vendeurs s'occupent en priorité des clients clés ?
- Est-ce que vous mettez vos efforts sur les bons prospects ?
- Que font vos vendeurs lorsqu'ils sont sur la route ?
- Catégorisez-vous vos clients seulement sur la base du chiffre de vente ?
- Est-ce vos vendeurs ont les bons outils ?
- Comment s'assurer que vous faites les bonnes choses pour fidéliser vos meilleurs clients ?

## Ce que nous vous proposons ...

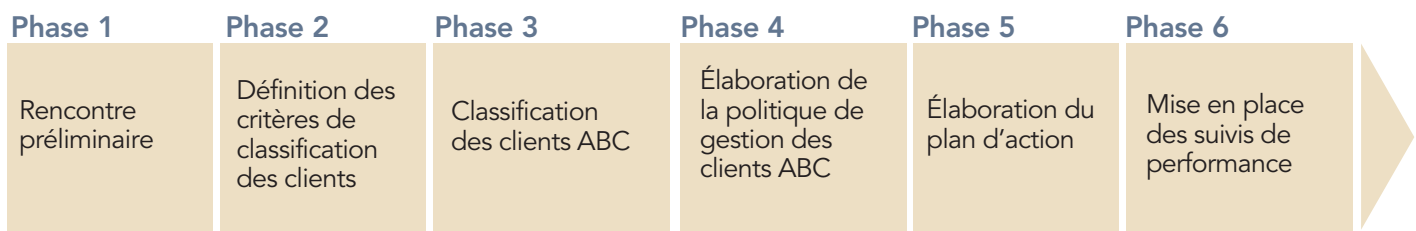
Une méthode de gestion de portefeuille de clients qui vous permettra d'identifier les clients clés, les prospects clés et les clients non rentables. Vous serez ainsi en mesure d'augmenter l'efficacité de votre force de vente et de mettre en place une culture client au sein de votre organisation.

### Cette approche vous permettra :

- ✓ D'identifier les clients importants à l'aide d'une grille d'analyse tenant compte de leur contribution potentielle future aux profits de l'entreprise ;
- ✓ D'établir une stratégie de fidélisation des clients clés pour l'entreprise ;
- ✓ D'identifier les clients les moins rentables ;
- ✓ De mettre en place des processus qui s'adaptent à l'importance du client ;
- ✓ De faire un suivi des performances de votre force de vente ;
- ✓ D'augmenter l'efficacité du démarchage de votre équipe de vente.

En définitive, nous vous proposons une méthode efficace de prise de contrôle de votre portefeuille de clients.

## La démarche



### Quelques exemples de décisions que nos clients prennent couramment suite à nos analyses

- Fidélisation des clients importants pour l'entreprise.
- Orientation de la force de vente vers les clients clés.
- Accroissement des ventes chez les clients identifiés comme étant clés.
- Élimination des clients non rentables.
- Optimisation des efforts et des coûts dans la gestion des clients et ainsi que dans l'approche des prospects.
- Augmentation du taux de réussite dans l'acquisition de nouveaux clients.
- Évolution de la relation d'affaires du statut de fournisseur secondaire à celui de 1<sup>er</sup> fournisseur et même de partenaire.
- Mise en place de processus qui tiennent compte des niveaux d'importance des clients, dans l'ensemble des fonctions qui touchent directement et indirectement aux clients.

# 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.