

## L'ENTREPRISE ORIENTEE CLIENTS

### PERSONNES CONCERNEES

Tous les acteurs de l'entreprise en relation directe ou indirecte avec les clients.

Le chef d'entreprise doit avoir identifié clairement les implications d'une orientation clients de son organisation commerciale.

La chaîne de valeur de l'entreprise doit être connue du consultant.

### OBJECTIF

Découvrir l'implication fondamentale du client dans la chaîne de valeur de l'entreprise. Identifier les avantages de bien connaître ses clients, et les dangers d'une considération client « a priori ».

### METHODE

#### Phase 1

- Enjeu de l'orientation client pour le type d'entreprise concerné.
- Place du client dans la chaîne de valeur.
- Effets positifs d'une connaissance partagée du client : à titre individuel, pour l'équipe et pour l'entreprise

#### Phase 2

Le client est avant tout un consommateur, découvrir les fondamentaux de son comportement en situation d'achat.

Se familiariser avec la notion de valeur perçue et valeur vécue par le client.

- Les clients : des cibles, des consommateurs et des hommes.
- Les objectifs client associés aux techniques de vente : la fidélisation, la réactivation, la conquête.

#### Phase 3

Application pour l'entreprise concernée.

### RESULTATS

Les acteurs concernés sont à même d'adhérer et d'être actifs dans le processus d'évolution de l'entreprise vers une orientation clients.

Gain de productivité, d'activité commerciale et de marge pour l'entreprise.

### RESSOURCES

La phase 1 et la phase 2 ont lieu en salle, équipée (vidéo projecteur + paper board) pour un groupe homogène de 5 ou 6 personnes.

La phase 3 se déroule sous forme d'ateliers de groupe de 3 ou 4 personnes, et se prolonge par un coaching individuel .

### DUREE

1 jour + 1 jour