

Vous êtes congédié par votre réel « boss », votre client!

Tout le monde perd un jour un client, mais pourquoi? Pour de multiples raisons. Nous savons tous quoi faire, le problème est que nous ne le faisons pas. Perdre un client, c'est frustrant, mais c'est aussi une opportunité; une opportunité de découvrir pourquoi on perd le client et de régler le problème. Personne n'est intéressée à laisser aller ses clients chez son compétiteur.

Voici 15 raisons qui font en sorte qu'un client ne fera plus affaire avec vous.

1. AUCUN INTÉRÊT SINCÈRE ET PERSONNEL

Vous ne tenez pas compte de la personne ou de ses besoins particuliers.

2. LE TEMPS DE RÉPONSE

Si vous prenez trop de temps pour revenir à un client suite à une demande ou pour le servir, il ira ailleurs. Certains clients peuvent sacrifier la qualité pour la vitesse.

3. UNE PERSONNE OU UN PRODUIT NON DISPONIBLE

Quand un client ne peut joindre une personne ou avoir un produit, il se dirige ailleurs.

4. COMPLIQUÉ DE FAIRE AFFAIRE OU DE COMMANDER

S'il y a de longues attentes au téléphone, ou si le client ne connaît pas vraiment les produits, ou s'il doit passer à travers les multiples fonctions téléphoniques et que le client se retrouve devant rien, il se dirigera ailleurs.

5. UNE PERSONNE PEU AMICALE À L'ENTRÉE DE L'ENTREPRISE (TÉLÉPHONE OU PORTE)

La première règle de toute entreprise est de s'assurer que tout client est reçu avec le sourire.

6. DES PRATIQUES DE COLLECTION DE COMPTES DÉSAGRÉABLES

C'est une raison importante. Humilier quelqu'un lors de la perception des comptes recevables est une pratique courante en affaires. On prend rarement le temps d'informer les personnes responsables de la perception des comptes que conserver un client est aussi important que de collecter le compte.

7. TROP PROMETTRE

Les clients ont la mémoire longue, ils n'oublient jamais. Si vous promettez plus que vous ne pouvez livrer, vous perdrez.

8. INCAPACITÉ À RÉGLER LE PROBLÈME DU CLIENT

Une mauvaise connaissance des produits et/ou l'incapacité à donner des bons services (par exemple : pas assez de personnel) sont des éléments qui ont encore plus d'impact lorsque les deux font défaut. Si c'est le cas, excusez-vous et réglez le problème.

9. TROP DE PRESSION

Aucun client ne veut acheter d'une personne qui met de la pression. Aidez le client en répondant à son besoin au lieu de vendre. Créez une atmosphère d'achat où vous vous efforcerez de comprendre et de répondre au besoin du client.

10. MAUVAISE IMAGE

Les clients désirent sentir que la qualité de l'entreprise se reflète dans la qualité de ses produits. L'image de l'entreprise est-elle positive, est-elle cohérente?

11. DES EXCUSES SUR POURQUOI VOUS NE POUVEZ PAS

Les clients appellent parce qu'ils veulent que vous les aidiez par rapport à leur besoin. Ils ne veulent pas entendre vos multiples raisons. Excusez-vous si vous ne pouvez pas et cessez de vous justifier.

12. FACTURER DES PECCADILLES

Facturer pour chaque petite dépense (photocopies, téléphones, intérêts sur retard de paiement, etc.) laisse un mauvais goût au client.

13. MAUVAISE QUALITÉ DU PRODUIT

Peu importe le prix payé, les gens s'attendent à de la qualité. Si vous vendez un prix en sacrifiant la qualité, éventuellement vous cesserez de faire affaire avec des personnes qui voient les choses autrement.

14. MAUVAIS SERVICE DE LIVRAISON

Tout le monde s'attend à un service rapide, à une livraison parfaite dès le départ. Comment évaluez-vous la qualité de votre service de livraison? Quelle est l'attitude de vos transporteurs?

15. MAUVAISE FORMATION

« Ne tuez pas l'employé à problème, tuez la personne qui l'a formé! » Une formation inefficace est à la racine de l'insatisfaction du client. Utilisez les raisons d'insatisfaction de vos clients pour établir votre nouveau plan de formation.