

Sujet :

Orientation client

La plupart des entreprises ont le sentiment d'être orientées vers leurs clients.
Cependant, la consultation des documentations, des sites Internet montre une chose :

Elles ne parlent que de ce qu'elles font.

Nous parlons toujours de ce qui est le plus important pour nous.

Si le client est important, pourquoi n'en parlons-nous pas ?

Date : vendredi 28 janvier 2005

Auteur : Gilles Hémerly

Orientation client

La plupart des entreprises ont le sentiment d'être orientées vers leurs clients. Cependant, la consultation des documentations, des sites Internet montre une chose :

Elles ne parlent que de ce qu'elles font.

Nous parlons toujours de ce qui est le plus important pour nous.

Si le client est important, pourquoi n'en parlons-nous pas ?

Nous sommes leader mondial, nous faisons les meilleurs produits pour nos clients, nous avons des équipes de R&D qui travaillent pour nos clients.

Le client s'y retrouve-t-il dans un tel discours ?

Non, absolument pas.

Les phrases commencent par **moi je** et ne parlent que de ce que **je** fais. Ce qui est loin d'être un discours et donc une entreprise orientée client. Car le discours véhicule bien le message de l'entreprise.

Comment montrer que l'entreprise est orientée client ?

Prenons un exemple :

Une entreprise conçoit et fabrique des contacteurs électriques de haute technicité. Le discours que l'on retrouve habituellement va être le suivant :

Nous sommes leader mondial sur le marché des contacteurs électriques de haute technologie.

Nos contacteurs ont des performances exceptionnelles qui permettent de fonctionner dans des environnements difficiles et très exigeants.

Si nous sommes leader mondial, nous avons la capacité à consolider beaucoup d'expériences clients. Si nos clients nous ont choisi, ce n'est pas pour nous faire plaisir, même si ça nous fait plaisir. Mais ce n'est pas le but.

Si nos contacteurs fonctionnent dans des environnements difficiles et que cela représente une valeur ajoutée différenciante alors il faut que le dire.

Par exemple :

Vos produits doivent fonctionner dans des environnements exigeants. Leur bon fonctionnement passe par des contacteurs qui assurent les connections quelque soit l'utilisation.

Les contacteurs sont des pièces critiques sur lesquelles l'exigence de qualité est primordiale.

Votre performance passe par des fournisseurs qui maîtrisent l'outil industriel, le savoir faire et la compréhension de vos contraintes.

Travailler avec le N°1 vous permet d'avoir accès au meilleur savoir faire, à la consolidation d'expérience la plus complète et la plus large.

Nous parlons au client de lui et faisons un vrai lobbying pour hiérarchiser les critères de décision de nos clients en fonction des bénéfiques clients que nous sommes en mesure d'apporter.

Inutile de dire que cette démarche est beaucoup plus percutante.