Le Client est R.O.I. !
(Return On Investment)

Sauver son Royaume, est-ce une simple question d'Attitude ?

Une Histoire d'Affaires Saisissante

© AMW & Associates, Inc.

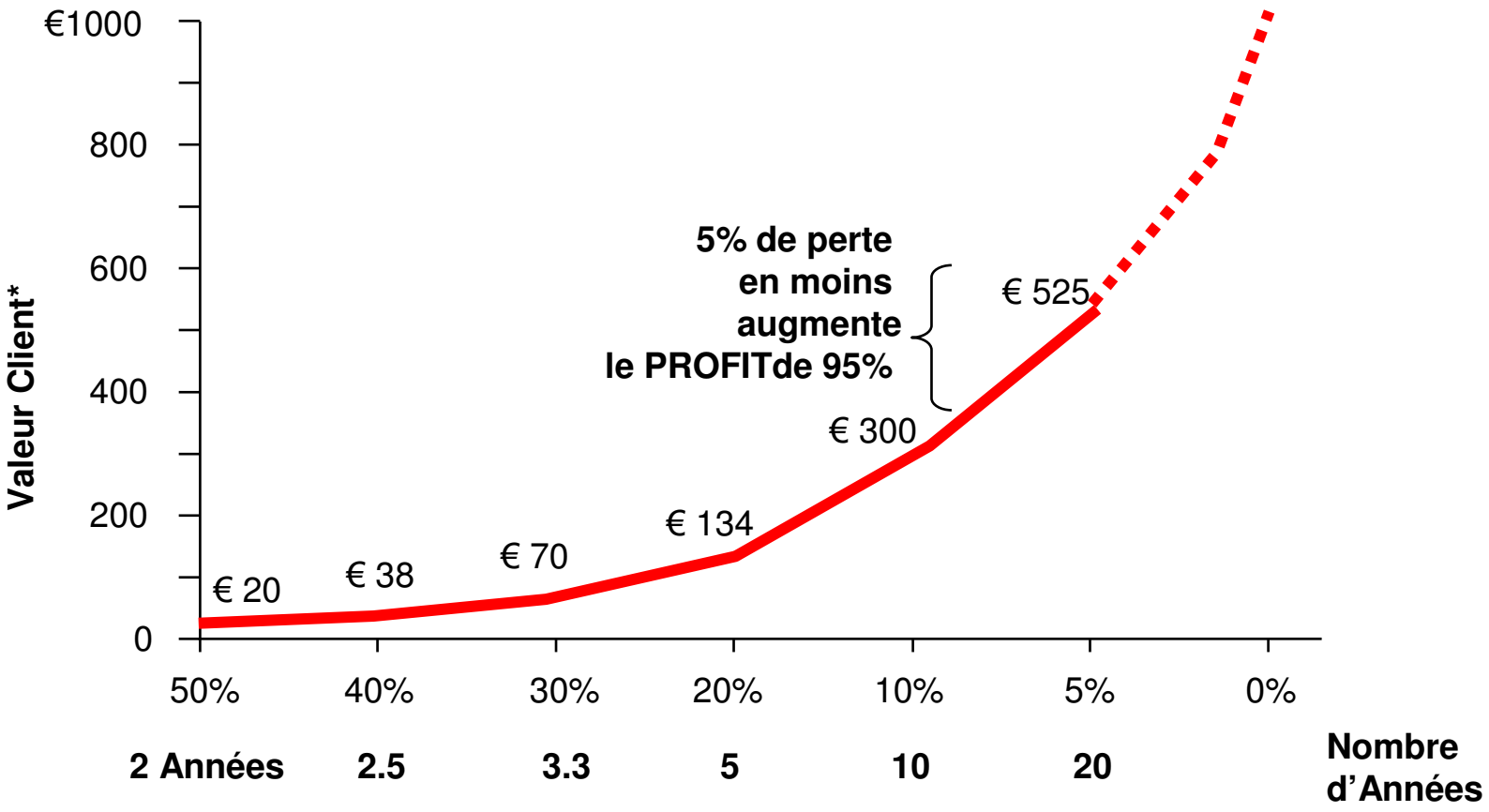
Bain donne l’assaut

Une étude réalisée par Bain Consulting démontre que :

- une baisse de **5 %** de la perte client peut faire augmenter les profits de **25 à 95 %**
- l’augmentation de la longévité fidélité client améliore la profitabilité de l'entreprise

© AMW & Associates, Inc.

Un Exemple fulgurant ...



Source: Harvard Business Review Sept. - Oct. 1990

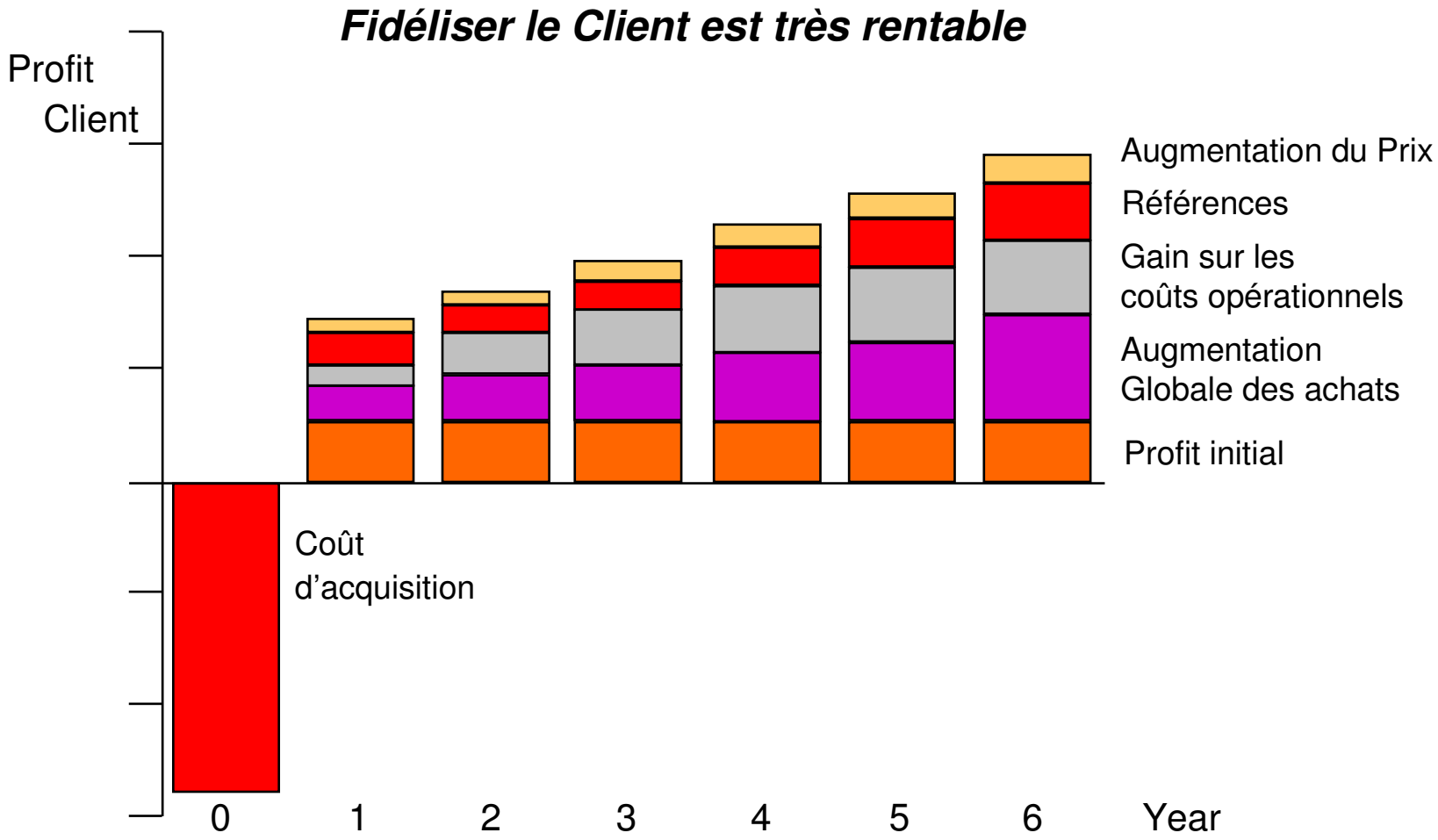
Voici pourquoi il gagne

Un client :

- nouveau coûte très cher à l'acquisition
- fidèle dépense davantage
- régulier coûte moins à entretenir
- heureux ne vous fera pas de publicité négative
- satisfait est prêt à payer le prix pour garder un bon service

© AMW & Associates, Inc.

Eviter la Perte client = + Profits



Copyright Bain & Company 1990

Pouquoi ils nous quittent

Perte Clients

=

Raisons Spécifiques

(et non un Mystère)

© AMW & Associates, Inc.

Raisons de rupture

1% Disparition, départ en retraite

3% Affectation à un autre job, une autre Entreprise

5% Confient le contrat à d'autres amis

9% A cause du Prix

14% A cause du Produit

68% A cause de **l'attitude** de votre Entreprise

Source : Miller Business Systems

© AMW & Associates, Inc.

Attitude : La morale de l'histoire

L = Loyauté et Leadership
E = Excellence en Exécution

C = Confiance et Communication 360°
L = Longévité clientèle
I = " Impeccabilité "
E = Engagement global de l'Entreprise
N = Navigabilité sans pareille
T = Talent et Ténacité

E = Efficacité
S = Service avec un Sourire
T = Top Training, Triompher

R = Reconnaissance et Respect Mutuel
O = Ouverture et Organisation
I = Intégrité et Innovation

© AMW & Associates, Inc.

Lançons le Défi…

Comment aligner vos troupes sur la bonne stratégie avec nous ?

© AMW & Associates, Inc.

La Mobilisation

Les premiers participants sélectionnés pour ce processus seront les :

- 30 personnes clés tirées des
- 3 niveaux hiérarchiques des
- 10 divisions ou départements principaux choisies par leurs collègues comme « leaders » dans ce projet.

© AMW & Associates, Inc.

La Préparation

Les 3 questions clés:

Les 10 départements / équipes répondent aux questions suivantes *avant* la première assemblée :

1. Quel est le coût moyen de l'acquisition d'un client ?
2. Quel est le montant moyen annuel des achats par client ?
3. Quel est le montant moyen annuel des achats des clients représentant les 20 % les plus importants ?

© AMW & Associates, Inc.

J 1 La Reconnaissance du terrain

Matin

Présentation du Principe Bain et les 20 points clés du “bon service clientèle”

- En sous-commissions “mixtes” (niveaux et départements), chaque participant est chargé de trouver un exemple de :

  P – Une expérience client positive
  N – Une expérience client négative

  P – Une expérience positive avec un client de votre Société
  N – Une expérience négative avec un client de votre Société

- Les résultats sont présentés devant les équipes réunies

© AMW & Associates, Inc.

J 1 Le Traitement de l'information

Après-midi

- Analyse des 600 configurations possibles (20 catégories x 30 participants)
- Classification en 300 catégories puis 100
- Classification des 100 en
  50 catégories d'expériences positives
  50 catégories d'expériences négatives
- Tri et "distillation" jusqu'à 20 catégories clés

© AMW & Associates, Inc.

J 2 Le Plan d'Attaque

Matin

- **Étude et simulations des causes et effets**

- **TQM (Total Quality Management)**
  Challenges – Causes – Solutions
- **Process:**
  - Brainstorming
  - Regroupement des causes et solutions
  - Priorités
  - Validation

© AMW & Associates, Inc.

J 2 Le “savoir gagner” en équipe

Après midi

- **L'Individu** : ses valeurs, sa biologie, ses rôles

- **Le Groupe en tant qu'Équipe** : les modèles de réunions, les différences culturelles, les rôles voulus

- **L'Entreprise comme Meta-Équipe :** l'intégration des équipes au sein de l'Entreprise et comment l'Entreprise peut fonctionner comme une vraie meta-équipe

© AMW & Associates, Inc.

Inter session : Chiffrer pour gagner

- Problèmes choisis et Évaluation des enjeux
- Chiffrage des Résultats espérés
- Chiffrage des Investissements nécessaires

© AMW & Associates, Inc.

J 3 - Agir : « Just do it »

Présentation à l'équipe dirigeante : « faire acheter »

Travail en sous groupes sur les problèmes retenus:

1 - Déterminer les moyens

2 - Choisir les participants

3 - Choisir l'animateur du Groupe

4 - Agenda

5 - Budget final

© AMW & Associates, Inc.

Pour Augmenter vos profits de 25 à 95%:

- Impliquer **l'Ensemble de l'Entreprise**
- Faire de **l'Attitude Client** un nouveau réflexe pour Chacun
- Savoir travailler en **Équipe Pluri-disciplinaire**
- Avoir moins de Stress et plus de **Résultats**
- Anticiper pour préparer les **Victoires de Demain**

© AMW & Associates, Inc.

Action !

Lancez « Le Client est R.O.I.»

Contactez nous pour faciliter la Victoire:

Ann Michele WORRALL
amwassoc@aol.com

01 43 26 78 84 mobile : 06 37 22 66 81

François ANDREUX
Profit Business Consulting
f.andreux@wanadoo.fr

01 47 51 52 40 mobile : 06 07 42 65 98

Ce séminaire peut être animé en anglais ou en français.