

Transformer l'insatisfaction Client en carburant pour votre entreprise



- Catherine Rucki (AMARC)
- Mathéo Leroy (Resp.Projet Relation Clients Materiel.net)
- François Michel Estival (Co-fondateur Guestapp)
- Alain Bouveret (DG Eloquent)
- Pierrick Chenal (Dir. Services Professionnels Eloquent)



Présentation intervenants	3
Sources de l'insatisfaction	7
Energie puissante et levier de performance	10
e-Reputation	15
Retour sur Investissement	16



MATERIEL.NET
Votre spécialiste High-Tech

Fondé en 2000,

Materiel.net est spécialiste de la distribution sur Internet

- produits informatiques,
- High-Tech et multimédia (composants PC, PC portables, PC de bureau, smartphones, tablettes, TV, photo et vidéo, domotique, etc.).

Materiel.net est largement centré sur la relation client :

- qualité des produits
- conseils mais également
- service avant et après-vente.

Une particularité connue et reconnue qui a permis à Materiel.net de récolter de nombreuses récompenses pour la qualité de sa relation client.

L'AMARC réunit **280 entreprises** qui ont pris le parti de "**transformer le pépin en pépite®**".

Depuis 2004, l'association accompagne ses adhérents dans la **professionnalisation** et la **promotion** du management de l'insatisfaction client.

Dans un esprit convivial, l'AMARC favorise le **partage de bonnes pratiques** et les **échanges** entre acteurs, issus de la relation client, marketing, qualité, satisfaction, expérience client...

Quelques activités : conventions thématiques, clubs métiers, groupes de travail, Club Grand Ouest, Club International, guide collaboratif de bonnes pratiques, formations...

Info et contact : www.amarc.asso.fr & [@AMARC asso](#)



Découvrez le Référentiel en vidéo en cliquant ici

6 Engagements 94 Bonnes pratiques

ACCÈS MEMBRE: admin amarc Déconnexion

Recherche Entrez votre recherche

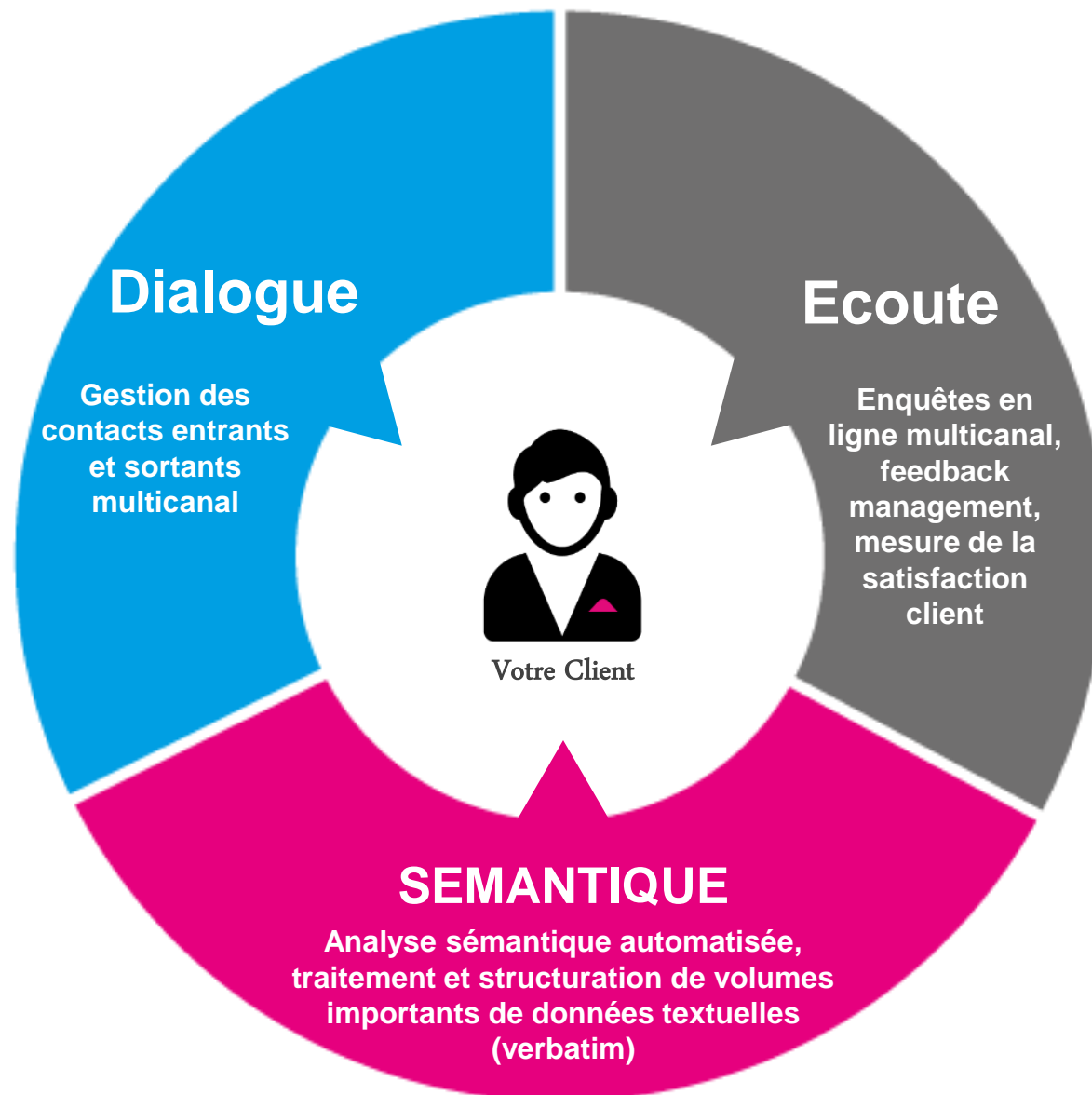


Slide Guestapp

- ELOQUANT
 - 65 experts de la Relation Client
- Editeur en mode Saas
 - Centre de contacts Multicanal (voix et digital)
 - Mesure de satisfaction Clients
 - Analyse Sémantique
- Datacenter hautement sécurisé



IS 618581





Du marketing de la
transaction

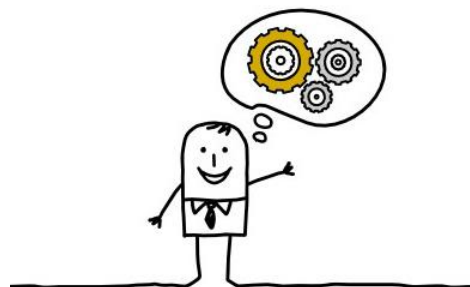
au marketing de la
relation

Client insatisfait qui s'exprime : faits et chiffres

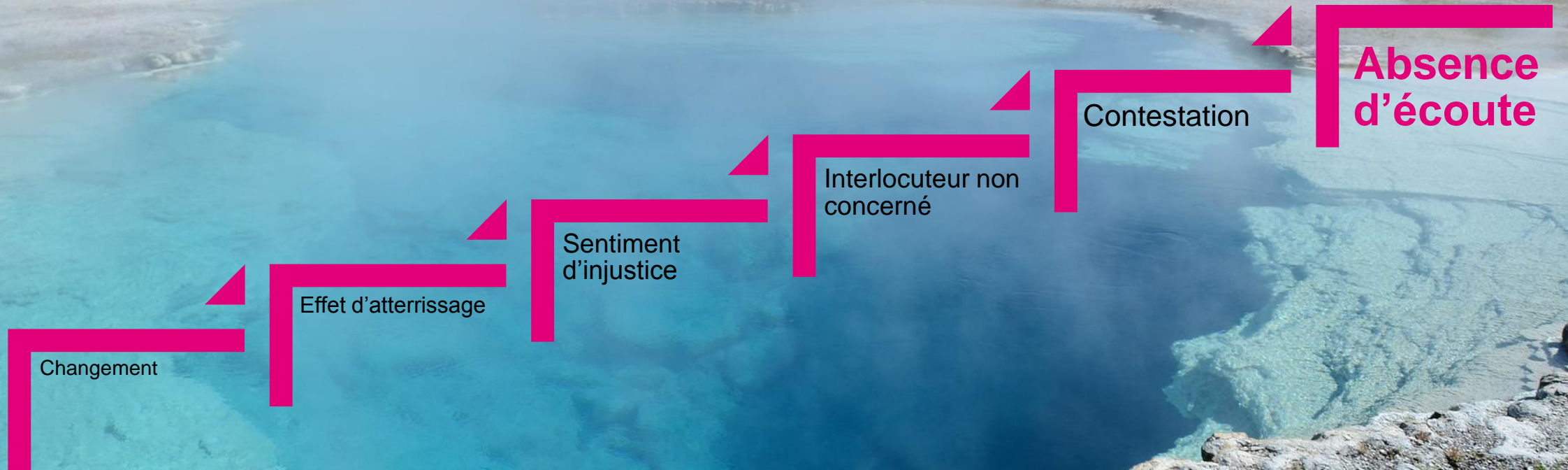
Quantitatif : importance de la mesure



Qualitatif : nécessité de l'explication



Les sources de l'insatisfaction



Client insatisfait qui s'exprime : un allié !

En l'écoutant, **ce client insatisfait** vous permet :



- d'éclaircir votre proposition
- de faire réfléchir votre R&D
- d'affiner votre management interne
- de renforcer votre fond de commerce
- de communiquer pour vous...

Une énergie puissante ...

L'insatisfaction prend toujours le dessus par rapport au sentiment de satisfaction.

- Colère
- Expression violente
- Vengeance ...



L'insatisfaction se nourrit plus de **l'absence de réponses** que du problème lui-même

L'insatisfaction gérée : un levier de performances



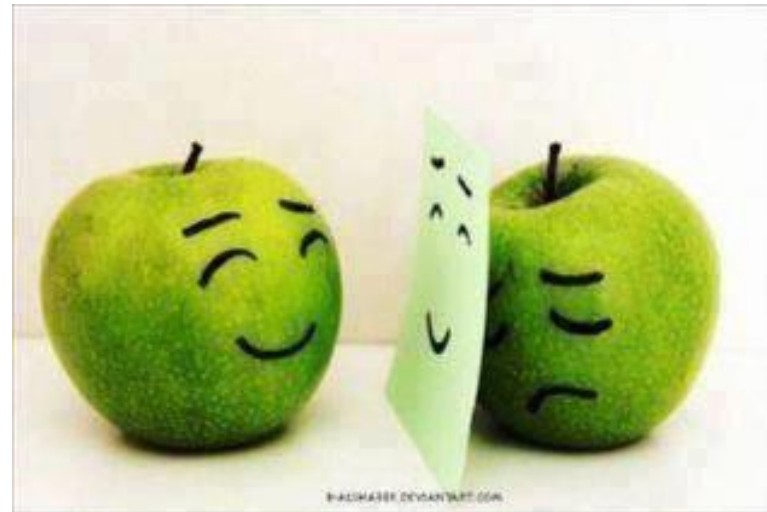
Le client qui exprime une insatisfaction :

- Produit un effort
- Demande une solution
- Propose une solution
- Est « sensible » à l'échange

- moment de vérité
- moment de compétence
- moment de décision

Insatisfaction : une énergie exploitable... MAIS...

Une source de satisfaction ne comblera pas une frustration



Traquer et comprendre au plus vite les frustrations des clients afin d'adapter son produit/service.

Solutions ?

- Implication des équipes / être en position de Client (enquêtes miroir)
- Fournir un canal d'expression facile, accessible et réactif
- Anticipation lucide des frustrations
- Autonomie de décisions
- Posture de « combat » : défendre une cause légitime



Ce qui s'impose ...

... proximité et interaction

Connaître
le client

Engager
les équipes

Capter
le retour client

Agir
au moment clé

ROI process Ecoute Clients	
Calculateur CA conservé via suivi Clients insatisfaits	
Nombre de sondés ciblés/an	12 000
Taux de réponse moyen	15%
Taux de clients insatisfaits	20%
Taux de conservation de Clients insatisfaits (gain vs aucune action)	70%
Coût d'acquisition d'un client nouveau	50 €
CA moyen annuel par Client	250 €
Coût annuel process enquête	24 000 €
CA récupéré	
Nombre de clients insatisfaits détectés	360
Nombre de clients insatisfaits conservés	252
CA	
Economie réalisée en gain de clients	12 600,00 €
CA conservé	63 000,00 €
Total Revenu	75 600,00 €
TOTAL ROI annuel	51 600,00 €

Combien peut me rapporter le traitement de l'insatisfaction ?

ROI process Ecoute Clients Calculateur CA conservé via suivi Clients insatisfaits

Nombre de sondés cible/an	12 000	<= à remplir
Taux de réponse moyen	15%	<= à remplir
Taux de client insatisfaits	20%	<= à remplir
Taux de conservation de Clients insatisfaits (gain vs aucune action)	70%	<= à remplir
Coût d'acquisition d'un client nouveau	50 €	<= à remplir
CA moyen annuel par Client	250 €	<= à remplir
Coût annuel process enquête	24 000 €	<= à remplir
Calcul CA récupéré		
Nombre de clients insatisfaits détectés	360	
Nombre de clients insatisfaits conservés	252	
CA		
Economie réalisée en gain de clients	12 600,00 €	
CA conservé	63 000,00 €	
Total Revenu	75 600,00 €	
TOTAL ROI annuel	51 600,00 €	

