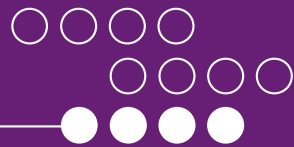


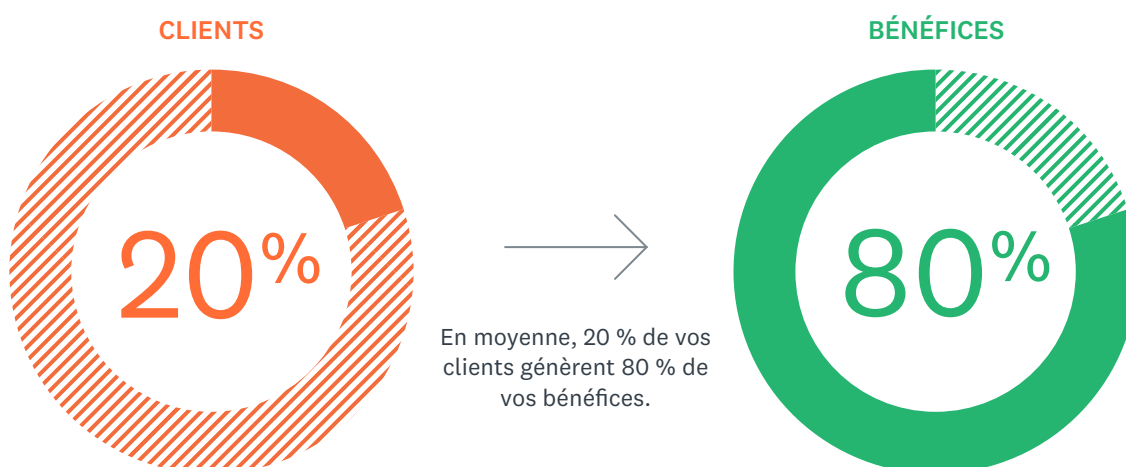


3 étapes pour gagner des clients et en faire vos ambassadeurs



3 étapes pour gagner des clients et en faire vos ambassadeurs

La survie de votre entreprise dépend de vos clients. Et votre croissance dépend de leur nombre. Jusque-là, rien de nouveau. Le secret de votre réussite ? Convaincre vos clients de devenir vos ambassadeurs.



Un bon ambassadeur est bien plus qu'un simple client fidèle. Il parle en bien de vous autour de lui et joue un rôle clé pour votre réputation.

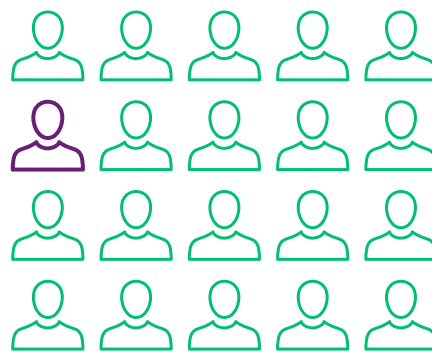
Dans ce guide, nous allons vous expliquer les 3 étapes à suivre pour gagner plus de clients, en faire vos ambassadeurs et, à terme, améliorer vos résultats.

1

Attirez des prospects grâce à des leads de meilleure qualité

Selon une étude récente, **seuls 5 % des représentants de commerce estiment que les leads reçus de l'équipe marketing sont d'excellente qualité**. Comment mieux cibler les prospects pour aider vos commerciaux à convertir plus de leads ?

Prospects intéressants



Le meilleur moyen d'impliquer vos prospects et d'en savoir plus sur eux est encore de leur poser des questions. Également appelé « lead scoring », ce procédé sert essentiellement à évaluer la qualité de vos leads. Vous pouvez par exemple poser les questions suivantes lors d'un court sondage après un premier contact, un webinar ou une formation :

Cherchez-vous à acheter un produit de type [votre catégorie] ?

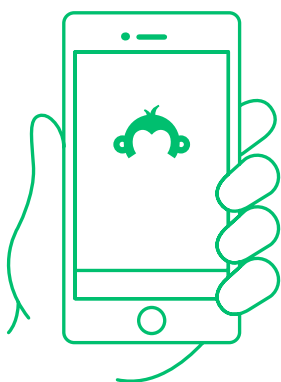
Quand pensez-vous l'acheter ?

Quel est votre budget ?

Quels sont les obstacles ou défis auxquels vous faites face actuellement ?

Qui prendra la décision finale d'achat ?

Quels autres produits vous intéressent ?



Seulement 22 % des entreprises sont satisfaites de leur taux de conversion.

(Econsultancy, 2016)



Un prospect bien ciblé est plus facile à convaincre. Encore une fois, rien de révolutionnaire. C'est la collecte et le partage d'informations sur les intentions d'achat de vos prospects qui vous aideront à identifier ceux qui sont les plus proches d'une décision, mais aussi à adapter votre discours en fonction des problématiques qu'ils rencontrent.

Enfin, votre équipe marketing pourra les segmenter plus facilement et décider quelles offres leur proposer et à quel moment.

Retrouvez les questions à poser à chaque étape de votre entonnoir de conversion [dans notre infographie \(en anglais\)](#).

2

Mesurez les données de satisfaction client et synchronisez-les avec votre base de données clients, même à grande échelle

D'après nos études, 83 % des entreprises qui se décrivent comme « prospères » mesurent la satisfaction client. Comment prendre le pouls de vos clients, de façon simple, efficace et évolutive ?



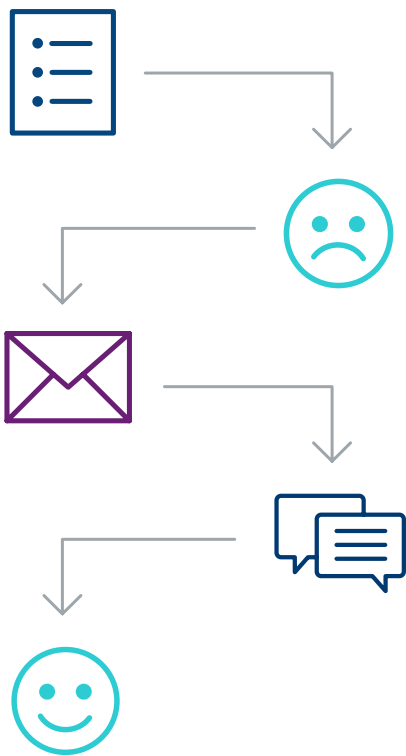
L'année 2020 a vu l'expérience client devenir plus importante que les seules notions de prix ou de produit.

L'intégration de sondages en ligne à vos plateformes marketing telles que Salesforce, Marketo et Eloqua vous aidera à vous concentrer sur l'expérience client.

Le déploiement de sondages peut être déclenché par des événements opérationnels liés à votre base de données clients, par exemple l'installation d'un produit, la participation à un webinaire ou encore la résiliation d'un abonnement. Vous pouvez ainsi automatiser la collecte de feedback à chaque étape du cycle de vie client :



L'intégration d'un sondage en ligne vous permettra également de déclencher une action de suivi en fonction d'une réponse spécifique. Par exemple, si un client indique qu'il n'est pas satisfait du service fourni, un flux de travail automatisé permettra à un conseiller d'intervenir immédiatement, d'établir un diagnostic et de résoudre le problème.

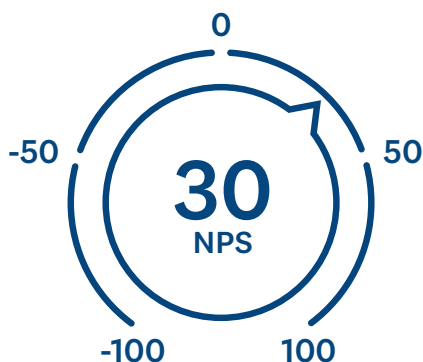


3

Utilisez le NPS® pour améliorer la rétention et encourager les recommandations

Vous avez sans doute entendu parler du NPS, ou « Net Promoter Score® ». C'est une question de sondage qui vous permet d'évaluer rapidement la fidélité de vos clients. Elle se présente généralement sous la forme suivante :

« Quelle est la probabilité que vous recommandiez ce produit/ service/entreprise à un proche ou collègue ? »



Les meilleurs programmes de réussite client peuvent faire passer le taux d'attrition en dessous de 1 %.

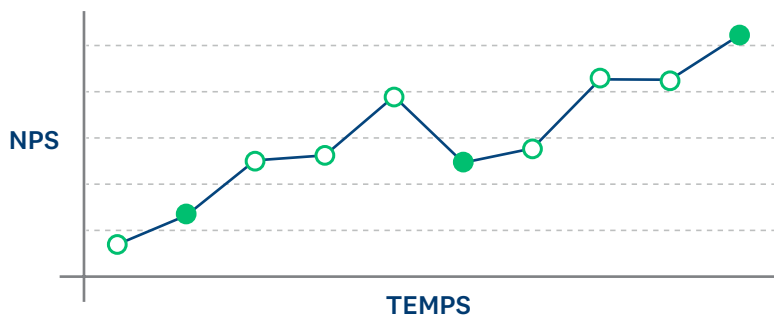


Apprenez-en plus sur NPS dans notre [article dédié](#).

Bien utilisé, le NPS est un outil extrêmement performant. En plus d'évaluer la perception des clients vis-à-vis de votre marque, vous pouvez l'associer aux comptes clients et automatiser des actions précises en fonction des réponses obtenues.



Selon les flux de travail que vous créez, un faible score NPS peut par exemple déclencher l'envoi d'une réponse de la part d'un chargé de compte pour tenter de conserver le client. Et si le NPS est satisfaisant ? Il peut déclencher l'envoi d'une demande de recommandation ou d'avis sur un produit. Et vous pouvez systématiser chacune de ces tâches à l'aide de déclencheurs automatiques.



Le NPS vous permet également de surveiller en continu l'état de votre clientèle. Associez les scores NPS aux comptes clients pour obtenir une vue d'ensemble de votre entreprise du point de vue de vos clients, tout en cernant leur degré de satisfaction avec plus de précision : par zone géographique, chiffre d'affaires, secteur de vente, secteur d'activité, etc.

Qu'attendez-vous ?

Une meilleure connaissance de vos prospects vous aidera à conclure plus de ventes. De la même manière, lorsque vous connaissez et comprenez mieux vos clients, vous êtes plus à même de devancer leurs attentes et de leur offrir une expérience qui répond à leurs besoins.

Le simple fait d'intégrer des données de sondage à vos plateformes de vente et marketing vous permettra d'automatiser une bonne partie du travail, rapidement et de manière évolutive. Le résultat ? Vous augmentez et accélérez vos chances de transformer vos clients en véritables ambassadeurs. Et ce sont eux qui vous aident réellement à promouvoir votre marque.

Commencez à exploiter efficacement vos données de sondage pour tirer le meilleur parti de vos relations clients : intégrez vos données de sondage à **Salesforce, Marketo et Eloqua**.



Prêts à vous lancer ? [C'est par ici.](#)



SurveyMonkey®