



E-Book

# 5 CONSEILS POUR ENCOURAGER VOS CLIENTS À ACHETER PLUS

**BOOSTER L'ENTREPRISE**  
**LIBÉRER L'ENTREPRENEUR**

Copyright© 2023. ActionCOACH IPCo Ltd. Tous droits réservés.

**ActionCOACH**<sup>®</sup>  
BUSINESS COACHING

## 5 conseils pour encourager vos clients à acheter plus

### 1. Identifiez vos meilleurs clients

1. Repérez vos clients les plus rentables
2. Fidélisez vos clients les plus engagés
3. Identifiez les clients les plus faciles à accompagner
4. Repérez les clients à fort potentiel
5. Ciblez les clients qui correspondent parfaitement à votre offre

### 2. Proposez des produits et services premium

1. Définissez votre proposition de valeur unique (USP)
2. Offrez des produits et services de haute qualité
3. Assurez un service client exceptionnel
4. Apportez une réelle valeur ajoutée
5. Créez une expérience de marque haut de gamme

### 3. Mettez en place un programme de fidélité client

1. Définissez votre audience cible
2. Offrez des récompenses attractives
3. Simplifiez l'accès au programme
4. Communiquez régulièrement avec vos clients
5. Évaluez et améliorez continuellement votre programme

### 4. Offrez une expérience client exceptionnelle

1. Soyez à l'écoute de vos clients
2. Donnez plus d'autonomie à vos équipes
3. Personnalisez l'expérience client
4. Surprenez et dépassez les attentes
5. Améliorez continuellement l'expérience client

### 5. Encouragez les achats récurrents

1. Proposez des recommandations personnalisées
2. Assurez un suivi client exceptionnel après la vente
3. Favorisez le bouche-à-oreille et les recommandations
4. Créez un sentiment d'appartenance
5. Offrez des services à valeur ajoutée

### À propos de nous

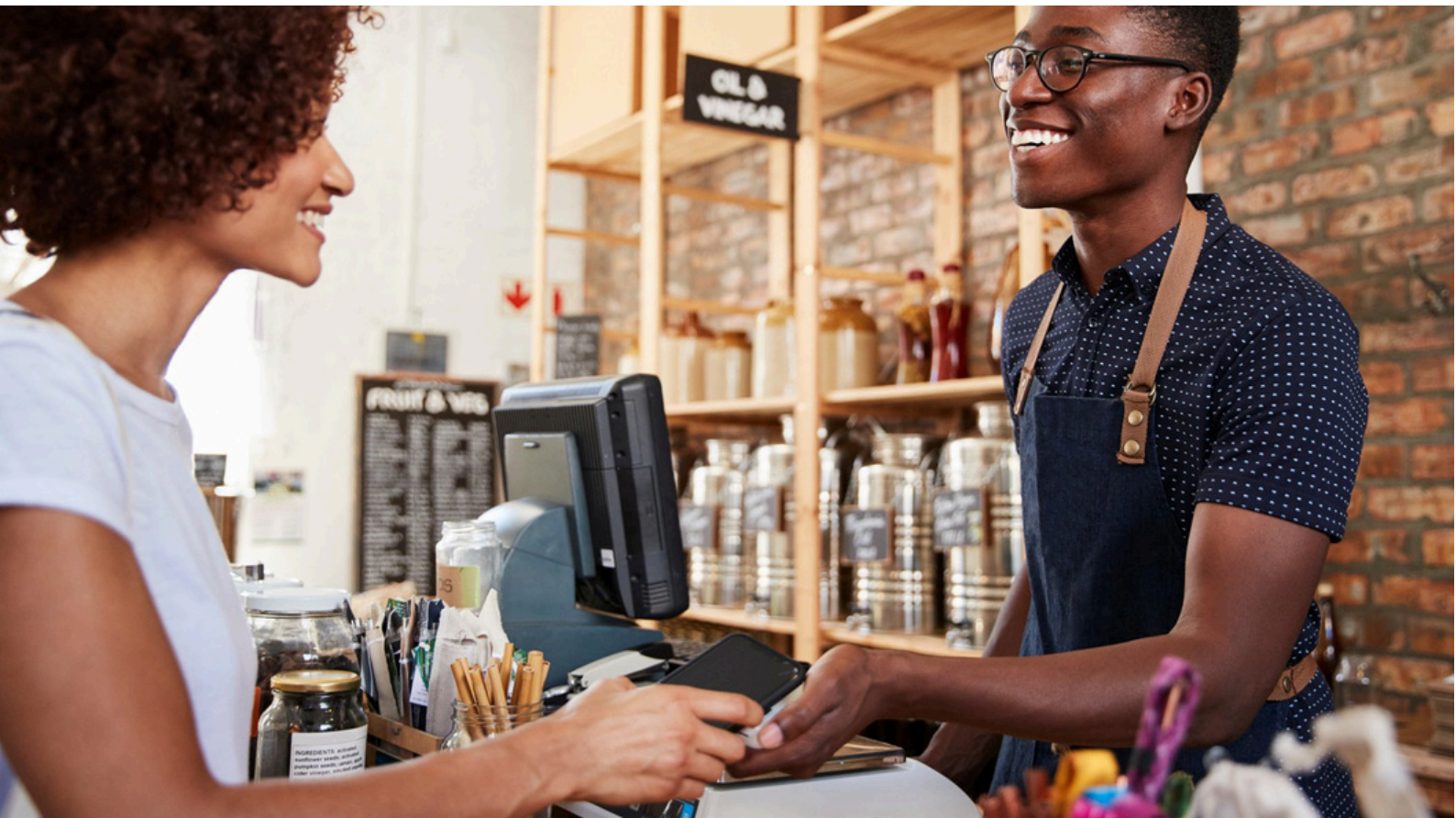
- Notre histoire
- Vision et mission
- Un engagement envers l'excellence



# 5 stratégies pour encourager vos clients à acheter plus

Tous les chefs d'entreprise souhaitent que leurs clients dépensent plus et augmentent leur chiffre d'affaires. Le concept de "clients acheteurs" du fondateur d'ActionCOACH, Brad Sugars, est un facteur clé à cet égard. L'idée qui sous-tend ce concept est que les chefs d'entreprise doivent se concentrer sur l'acquisition de clients susceptibles d'effectuer plusieurs achats et de dépenser plus d'argent au fil du temps.

En incitant les clients à dépenser davantage, vous pouvez augmenter votre chiffre d'affaires et améliorer votre net. En outre, les clients fidèles qui dépensent plus avec une entreprise sont plus susceptibles de recommander d'autres personnes et d'aider l'entreprise à se développer. Par conséquent, le fait de s'efforcer d'encourager les clients à dépenser davantage permet d'obtenir un succès et une croissance à long terme, ce qui explique pourquoi il s'agit d'un objectif important pour de nombreux chefs d'entreprise.



## Identifiez vos meilleurs clients

L'identification de vos meilleurs clients est cruciale pour toute entreprise qui cherche à augmenter son chiffre d'affaires et à maximiser ses bénéfices. Sur le marché concurrentiel d'aujourd'hui, il est important de se concentrer sur l'entretien de relations avec clients qui sont les plus susceptibles de dépenser davantage et de générer le meilleur retour sur investissement.

Dans son livre "Buying Customers", Brad Sugars fournit une multitude d'informations sur ce sujet. Voici cinq conseils clés qui vous permettront d'identifier vos meilleurs clients et d'améliorer vos résultats :

## Repérez vos clients les plus rentables

La première étape de l'identification de vos meilleurs clients consiste à identifier ceux qui sont les plus rentables. Cela signifie qu'il faut se concentrer sur les clients qui non seulement effectuent des achats fréquents, mais qui génèrent également un chiffre d'affaires élevé et un retour sur investissement positif. Pour ce , les entreprises peuvent analyser leurs données de vente afin de déterminer quels sont les clients qui dépensent le plus d'argent, puis comparer ce chiffre aux coûts associés service de ces clients. Vous aurez ainsi une idée précise des clients qui génèrent le meilleur retour sur investissement et de ceux qui épuisent vos ressources.

## Fidélisez vos clients les plus engagés

Un autre facteur clé pour identifier vos meilleurs clients est la fidélité. Les clients fidèles sont ceux qui régulièrement dans votre entreprise et qui sont susceptibles de recommander vos produits ou services à d'autres personnes. Pour déterminer quels clients sont fidèles, vous pouvez examiner des indicateurs tels que les taux d'achats répétés et la valeur de la durée de vie du client. Vous pouvez également interroger vos clients pour connaître leur avis sur vos produits ou services et comprendre pourquoi ils continuent à faire affaire avec vous.

## Identifiez les clients les plus faciles à accompagner

Un autre élément important à prendre en compte pour identifier vos meilleurs clients est la facilité de service. Les clients faciles à servir sont ceux avec lesquels il est facile de travailler, qui comprennent vos produits et services et le service ne nécessite pas beaucoup de temps et de ressources. Pour déterminer quels clients sont faciles à servir, vous pouvez examiner des indicateurs tels que les taux de satisfaction des clients, les temps de réponse et le nombre de tickets d'assistance. Vous pouvez également demander à votre équipe de service clientèle de vous indiquer quels sont les clients avec lesquels il est le plus facile de travailler, et pourquoi.

## Repérez les clients à fort potentiel

L'identification des clients qui ont un potentiel de croissance est un autre facteur important à prendre en compte lors de l'identification de vos meilleurs clients. Il s'agit des clients qui ont le potentiel d'augmenter leurs dépenses au fil du temps et qui sont susceptibles de générer davantage de revenus pour votre entreprise à l'. Pour déterminer quels clients ont le potentiel de se développer, vous pouvez examiner des facteurs tels que la taille de leur entreprise, leur secteur d'activité et leur niveau d'engagement vis-à-vis de vos produits ou services. Vous pouvez également utiliser l'analyse prédictive pour identifier les clients les plus susceptibles d'augmenter leurs dépenses à l'avenir.

## Ciblez les clients qui correspondent parfaitement à votre offre

Enfin, est important de se concentrer sur les clients qui correspondent bien à votre entreprise. Il s'agit de clients qui adhèrent à vos valeurs et à votre mission, qui correspondent bien à vos produits ou services et qui sont susceptibles de devenir des clients fidèles au fil du temps. Pour déterminer quels sont les clients qui conviennent votre entreprise, vous pouvez examiner des facteurs tels que leurs modèles de comportement, leurs valeurs et leurs convictions, ainsi que le type de produits ou de services les intéressent. Vous pouvez également utiliser la segmentation de la clientèle pour regrouper les clients sur la base de caractéristiques communes, puis vous concentrer sur les segments qui conviennent le mieux à votre entreprise.

## Proposez des produits et services premium

Proposer des produits et des services haut de gamme est un moyen efficace d'encourager les clients à dépenser davantage et d'augmenter le chiffre d'affaires de votre entreprise.

En proposant des offres de grande valeur, les entreprises peuvent se différencier de la concurrence et attirer des clients qui sont prêts à payer un supplément pour la qualité et la valeur.



Dans son livre "Buying Customers", Brad donne de précieuses indications sur la manière de proposer avec succès des produits et des services haut de gamme. Voici 5 conseils que les entreprises peuvent utiliser pour créer et proposer des offres haut de gamme qui les aideront à augmenter leur chiffre d'affaires et leur rentabilités :

### Identifier votre proposition de vente unique (USP)

La première étape pour proposer des produits et services haut de gamme consiste à déterminer ce qui différencie votre entreprise de la concurrence. Votre proposition de vente unique (PVA) est le facteur qui rend votre entreprise différente et qui peut être exploité pour créer des offres haut de gamme. Pour identifier votre USP, vous devez évaluer vos points forts, les besoins et les préférences de vos clients, ainsi que l'offre de vos concurrents. Vous pouvez ensuite utiliser ces informations pour créer des produits et des services de qualité supérieure adaptés aux besoins et aux désirs de votre public cible.

## Offrez des produits et services de haute qualité

La qualité est le pilier fondamental de toute offre premium. Les clients sont prêts à investir davantage pour des produits et services dont la qualité dépasse celle du marché. Pour garantir un niveau d'excellence dans vos offres, il est essentiel d'investir dans la recherche et le développement, d'utiliser des matériaux et technologies de pointe, et de s'entourer de professionnels expérimentés. En proposant des solutions à forte valeur ajoutée, les entreprises se différencient de la concurrence et attirent des clients prêts à payer le prix de l'excellence.

## Assurez un service client exceptionnel

Le service à la clientèle est un autre facteur essentiel dans la fourniture de produits et de services haut de gamme. Les clients s'attendent à un niveau de service élevé lorsqu'ils paient un prix élevé, et les entreprises qui peuvent répondre à cette attente sont plus susceptibles de fidéliser les clients et de générer des commandes répétées. Pour fournir un service à la clientèle exceptionnel, vous devez disposer d'un personnel compétent et amical, d'un processus rationalisé et efficace et d'un engagement à répondre aux attentes des clients et à les dépasser. Vous pouvez également utiliser la technologie, comme les chatbots et les réponses automatisées, pour rendre l'expérience client aussi fluide que possible.

## Apportez une réelle valeur ajoutée

Proposer une valeur ajoutée et des extras est un autre moyen de différencier vos offres premium de la concurrence. Les clients sont souvent prêts à payer un supplément pour des produits et des services qui comportent des avantages supplémentaires, tels que la livraison gratuite, une garantie ou l'accès à un contenu ou à des événements exclusifs. Pour créer des offres premium à valeur ajoutée, vous devez comprendre les besoins et les préférences de votre public cible, puis trouver des moyens d'ajouter une valeur supplémentaire à vos produits et services intéresseront. Il peut s'agir d'offrir un accès exclusif à des événements, de fournir une formation ou une assistance supplémentaire, ou encore d'inclure des fonctionnalités additionnelles ou des bonus.

## Créez une expérience de marque haut de gamme

Une expérience de marque premium est synonyme de luxe, d'exclusivité et de prestige. Elle procure aux clients un sentiment de statut et de distinction.

Pour bâtir une image de marque haut de gamme, il est essentiel d'investir dans votre identité visuelle, de définir un message clair et cohérent, et de veiller à ce que chaque point de contact – du site web à l'expérience en magasin – reflète l'excellence de vos offres.

Le marketing et la publicité jouent également un rôle clé : ils permettent de valoriser les avantages de vos produits et services premium et d'attirer une clientèle en quête d'expériences uniques et de grande valeur.



# Mettez en place un programme de fidélité client

Créer un programme de fidélité client est une stratégie éprouvée pour encourager les achats récurrents et accroître le chiffre d'affaires de votre entreprise. En récompensant vos meilleurs clients pour leur fidélité, vous favorisez des relations durables, stimulez la rétention et générez une croissance rentable.

Dans son livre *Buying Customers*, Brad Sugars partage des conseils précieux sur la création d'un programme de fidélité efficace. Voici cinq stratégies essentielles pour concevoir un programme qui renforcera la fidélisation et augmentera vos revenus :

## Définissez votre audience cible

La première étape de la création d'un programme de fidélisation des clients consiste à identifier votre public cible. Votre programme de fidélisation doit être conçu pour attirer vos meilleurs , qui sont probablement les plus rentables. Pour identifier votre public cible, vous devez analyser les données relatives à vos clients, notamment leurs données démographiques, leur historique d'achat et leurs . Vous pouvez ensuite utiliser ces informations pour concevoir un programme de fidélisation adapté à leurs besoins et à leurs préférences, les encouragera à dépenser davantage et à rester fidèles à votre entreprise.

## Offrez des récompenses attractives

La clé d'un programme de fidélisation réussi est d'offrir des récompenses intéressantes qui intéresseront votre public cible. Vos récompenses doivent être significatives, pertinentes et désirables, et doivent être conçues pour encourager les clients à revenir. Pour déterminer les bonnes récompenses pour votre programme de fidélisation, vous devez comprendre les besoins et les préférences de votre public cible, puis trouver des moyens de créer des récompenses qui séduiront. Il peut s'agir de réductions, de produits ou de services gratuits, d'un accès exclusif à des événements ou à des contenus, ou encore de points de fidélité pouvant être échangés contre d'autres récompenses.

## Simplifiez l'accès au programme

Un autre facteur essentiel pour créer un programme de fidélisation réussi est de faciliter la participation des clients. L'adhésion à votre programme de fidélisation doit être simple et les clients doivent pouvoir le comprendre et l'utiliser facilement. Pour faciliter la participation à votre programme de fidélisation, vous devez mettre en place un processus d'inscription clair et concis et utiliser la technologie, comme les applications mobiles ou les plateformes en ligne, pour rationaliser l'expérience du client. Vous pouvez également utiliser le marketing et la publicité pour informer les clients sur les avantages de votre programme de fidélisation et les encourager à y participer.

## Communiquez régulièrement avec vos clients

Communiquer régulièrement avec vos clients est un autre élément clé d'un programme de fidélisation réussi. Vous devez tenir vos clients informés de votre programme de fidélisation, notamment des mises à jour de leurs récompenses, des nouvelles offres et promotions et de toute modification apportée au programme. Pour communiquer régulièrement avec vos clients, vous pouvez utiliser le marketing par courriel, le marketing par SMS ou les notifications push. Vous pouvez également utiliser les médias sociaux pour dialoguer avec vos clients et leur fournir du contenu et des informations utiles.

## Évaluer et améliorer en permanence votre programme de fidélisation

Enfin, est essentiel d'évaluer et d'améliorer en permanence votre programme de fidélisation de la clientèle. Vous devez surveiller le succès de votre programme de fidélisation, y compris l'engagement des clients, la fidélisation et le chiffre d'affaires, et apporter les modifications nécessaires pour optimiser votre programme et atteindre vos objectifs. Pour évaluer et améliorer votre programme de fidélisation, vous devez recueillir les commentaires de vos clients, analyser vos données et demander l'avis d'experts en fidélisation de la clientèle. Vous pouvez également utiliser la technologie, comme les outils d'analyse et les plateformes d'évaluation des clients, pour contrôler et analyser les performances de votre programme de fidélisation.



## Offrez une expérience client exceptionnelle

Offrir une excellente expérience à vos clients est un facteur crucial pour les encourager à dépenser davantage et augmenter le chiffre d'affaires de votre entreprise.

En offrant un service exceptionnel et en créant une expérience positive et mémorable pour vos clients, vous pouvez favoriser les relations à long terme, fidéliser votre marque et fidéliser votre clientèle.

Dans son livre "Buying Customers", Brad souligne l'importance d'offrir une expérience client de classe mondiale et partage de précieux conseils sur la manière d'y parvenir.

Voici cinq conseils que les entreprises peuvent mettre en œuvre pour offrir une excellente expérience à leurs clients et les encourager à dépenser davantage :

## Soyez à l'écoute de vos clients

La première étape pour offrir une excellente expérience client consiste à écouter vos clients. Vous devez comprendre leurs besoins, leurs préférences et leurs attentes, puis concevoir votre expérience client en fonction de ces informations. Pour écouter vos clients, vous pouvez utiliser diverses méthodes, notamment des enquêtes auprès des clients, des groupes de discussion et des plates-formes de retour d'information. Vous pouvez également utiliser les médias sociaux pour recueillir les commentaires de vos clients et vous faire une idée de leurs expériences avec votre entreprise.

En offrant un service exceptionnel et en créant une expérience positive et mémorable pour vos clients, vous pouvez favoriser les relations à long terme, fidéliser votre marque et fidéliser votre clientèle.

## Donnez plus d'autonomie à vos équipes

Vos employés jouent un rôle essentiel dans l'excellence de l'expérience client. Vous leur donner les outils, les ressources et la formation dont ils ont besoin pour fournir un service exceptionnel et créer des expériences positives pour les clients. Pour responsabiliser vos employés, vous devez investir dans leur formation, leur donner accès à la technologie et aux outils appropriés et les encourager à s'approprier l'expérience client. Vous pouvez également créer une culture de l'excellence du service, dans laquelle les employés sont reconnus et récompensés lorsqu'ils offrent une expérience client exceptionnelle.

## Personnalisez l'expérience client

La personnalisation de l'expérience client est un autre élément clé pour offrir une excellente expérience client. Vous devez comprendre vos clients en tant qu'individus, puis adapter votre expérience client à leurs besoins et préférences uniques. Pour personnaliser l'expérience client, pouvez utiliser les données des clients, telles que l'historique des achats et les modèles de comportement, afin d'adapter votre service et vos offres aux besoins spécifiques de chaque client. Vous pouvez également utiliser la technologie, comme les logiciels de personnalisation et les outils de gestion de la relation client (CRM), pour automatiser le processus et créer une expérience client plus homogène.

## Surprenez et dépassez les attentes

Dépassez les attentes des clients est essentiel pour leur offrir une excellente expérience. Vous devez constamment fournir un service de haute qualité, vous surpasser pour résoudre les problèmes des clients et créer une expérience positive et mémorable pour vos clients. Pour dépasser les attentes des clients, devez être proactif, réactif et axé sur la recherche de solutions dans vos interactions avec les clients. Vous pouvez également utiliser la technologie, comme les plateformes de retour d'information sur les clients et les outils d'analyse des sentiments, pour suivre les commentaires des clients et identifier les domaines dans lesquels vous pouvez améliorer l'expérience client.

## Améliorez continuellement l'expérience client

Enfin, est essentiel d'améliorer en permanence l'expérience client. Vous devez surveiller l'expérience client, recueillir des commentaires et apporter les modifications nécessaires pour vous assurer que vous offrez constamment une expérience exceptionnelle. Pour améliorer en permanence l'expérience client, vous devez demander l'avis de vos clients, analyser vos données et demander l'avis d'experts en expérience client. Vous pouvez également utiliser la technologie, comme les plateformes de retour d'information, les outils d'analyse et les logiciels d'analyse des sentiments, pour surveiller l'expérience client et identifier les domaines à améliorer.

## Encouragez les achats récurrents

Encourager les achats répétés est un élément essentiel du développement d'une entreprise prospère. En établissant des relations loyales avec vos clients, vous pouvez augmenter votre chiffre d'affaires et améliorer la valeur de la durée de vie de vos clients.

Brad souligne l'importance des achats répétés dans son livre "Buying Customers". Voici cinq conseils pour encourager les achats répétés, sans faire référence à l'expérience client, aux programmes de fidélisation, aux offres et aux produits et services de haute qualité.



## Proposez des recommandations personnalisées

Les recommandations personnalisées sont un outil puissant pour encourager les achats répétés. En fournissant aux clients des recommandations de produits personnalisées, vous pouvez améliorer leur expérience et augmenter la probabilité qu'ils renouvellent leurs achats. Pour créer des recommandations personnalisées, vous devez collecter des données sur les préférences et le comportement des clients. Vous pouvez utiliser les données relatives aux achats antérieurs, au comportement de navigation et aux commentaires des clients pour comprendre quels sont les produits et services intéressent vos clients. Une fois que vous disposez de ces informations, vous pouvez utiliser des algorithmes et des techniques d'apprentissage automatique pour créer des recommandations personnalisées pour chaque client.

## Assurez un suivi client exceptionnel après la vente

Offrir un excellent service après-vente est un autre moyen efficace d'encourager les achats répétés. En offrant un service et une assistance à la clientèle de qualité, vous pouvez renforcer la confiance et la crédibilité de vos clients et améliorer leur expérience. Pour fournir un excellent service après-vente, vous devez avoir une culture axée sur le client, investir dans la formation et le développement de vos équipes de service et d'assistance à la clientèle, et utiliser la technologie, comme les logiciels de gestion de la relation client (CRM), pour automatiser le processus et améliorer l'efficacité.

## Favorisez le bouche-à-oreille et les recommandations

Encourager les clients à recommander leurs produits est un autre moyen efficace d'encourager les achats répétés. En incitant les clients à recommander leurs amis et leur famille, vous pouvez exploiter la puissance du marketing de bouche à oreille et augmenter votre clientèle. Pour encourager les clients à vous recommander, vous pouvez offrir des primes, telles que des remises ou des produits gratuits, aux clients qui vous recommandent de nouveaux clients. Vous pouvez également utiliser un logiciel de marketing de recommandation automatiser le processus et faciliter la participation des clients.

## Créez un sentiment d'appartenance

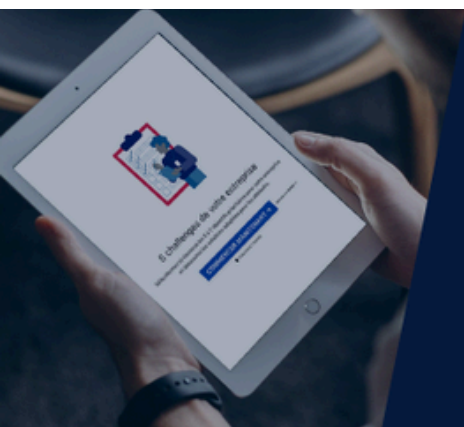
Favoriser un sentiment d'appartenance est un autre moyen efficace d'encourager les achats répétés. En créant un sentiment de communauté et d'appartenance parmi vos clients, vous pouvez établir des relations solides et créer une base de clients fidèles. Pour favoriser ce sentiment d'appartenance, vous pouvez utiliser les médias sociaux et d'autres canaux numériques pour entrer en contact avec vos clients, organiser des événements et des activités, et encourager vos clients à interagir et à s'engager les uns avec les autres. Vous pouvez également utiliser un logiciel de gestion de communauté pour automatiser le processus et faciliter la participation des clients.

## Offrez des services à valeur ajoutée

Offrir des services à valeur ajoutée est un autre moyen efficace d'encourager les achats répétés. En offrant des services et des avantages supplémentaires, tels que la livraison gratuite, les retours gratuits et l'extension de garantie, vous pouvez créer de la valeur ajoutée pour vos clients et améliorer leur expérience. Pour offrir des services à valeur ajoutée, vous devez comprendre les besoins et les préférences de vos clients et concevoir vos services en fonction de ces informations. Vous pouvez également utiliser la technologie, comme un logiciel de commerce électronique, pour automatiser le processus et permettre aux clients de profiter plus facilement de vos services à valeur ajoutée.

Pour savoir où se situe votre entreprise, commencez par définir vos défis. Vous recevrez un appel de votre Coach après avoir terminé votre auto-évaluation afin de planifier votre première séance de Business Coaching gratuite.

**Commençons dès aujourd'hui !**



## 5 challenges de votre entreprise

Sélectionnez ci-dessous les 5 à 7 objectifs prioritaires pour votre entreprise et découvrez les solutions adaptées pour les atteindre.

**Commencer maintenant**



## Qui est ActionCOACH ?

Les Business Coachs ActionCOACH forment et accompagnent les Chefs d'entreprise partout à travers le Monde à atteindre un très haut niveau de performance pour l'entreprise et de satisfaction pour eux-mêmes. Nous nous appuyons sur une méthode et des outils constamment évolutifs, étayés et amendés depuis plus de **30 ans** et qui ont fait leurs preuves dans plus de **50 pays**.

Nous travaillons sur les fondamentaux de l'entreprise (Clarification de la vision, gestion du temps, communication, gestion d'équipe, marketing, finances, systématisation, etc.) et sur la conciliation entre les objectifs de l'entreprise et ceux des dirigeants.

Notre slogan résume bien ce que nous faisons : **Booster l'Entreprise – Libérer l'Entrepreneur.**

Parce qu'être entrepreneur devrait vous permettre une meilleure qualité de vie, le métier des ActionCOACHs est de vous accompagner à :

- **obtenir une entreprise plus rentable,**
- **gagner du temps,**
- **avoir une équipe sur mesure,**
- **obtenir les résultats que vous désirez**
- **avoir une entreprise qui fonctionne sans vous**

Notre méthode est éprouvée dans plus de 50 pays et est continuellement adaptée et améliorée par la communauté internationale des ActionCOACHs pour répondre à l'évolution constante du monde des affaires.



*Nous avons la chance de faire partie d'une Entreprise présente sur tous les continents.  
Afin de s'assurer que nos contenus (Blogs, Ebooks, Livres Blancs, Infographies,...) soient rapidement mis à disposition de  
notre communauté d'Europe Francophone, j'ai opté pour l'utilisation des IA, pour les traductions, sans relecture. Cela  
amènera à des erreurs de syntaxes et grammaticales.  
Je vous prie de m'en excuser. Le principal pour nous est de vous mettre à disposition notre contenu aussi rapidement que  
possible.*

**BOOSTER L'ENTREPRISE**  
**LIBÉRER L'ENTREPRENEUR**

**Marc-William ATTIE**  
Président ActionCOACH Europe Francophone

**ActionCOACH**  
BUSINESS COACHING

**Action**  
**COACH**<sup>®</sup>  
BUSINESS COACHING