#BPAMARC

LES BONNES PRATIQUES DU
MANAGEMENT DE L'INSATISFACTION CLIENT

Initier des visites chez ses clients afin de recueillir leurs feedbacks

Dans une démarche de proximité avec le client et de recueil de la voix du client, Leroy Merlin a initié depuis quelques années des visites chez les clients ayant réalisé des travaux avec l'enseigne. Depuis le début de la démarche, déjà 10 000 visites ont été réalisées au niveau du groupe.
Les collaborateurs du siège et terrain vont en binôme, ou en trinôme, échanger et poser des questions aux clients sur leurs projets réalisés et toutes les étapes vécues lors de leur parcours client.
En amont, le client donne son accord pour participer à ces « visites habitants ».
Avant les « visites habitants », le collaborateur suit un dispositif de formation de 2 heures où l'on rappelle les enjeux des visites habitants, les postures à adopter, la manière de poser des questions très ouvertes.
Une application vient compléter ce dispositif afin d'aider et guider le collaborateur dans ces visites, alimenter les questions et conserver les verbatim clients.
Ce dispositif aide aussi à préparer la visite en donnant au collaborateur des informations partagées préalablement par le client comme par exemple savoir si le client est célibataire, en couple, avec des enfants, leurs âges, etc.
Dans la réalisation, après avoir convenu d'un rendez-vous, les collaborateurs de Leroy Merlin vont chez le client et lui posent des questions très ouvertes afin de recueillir un maximum de feedbacks suite au projet réalisé avec l'enseigne.
Ces visites viennent aussi illustrer la data acquise et compléter le dispositif de remontée d'informations servant à l'amélioration continue de leur service, de leur excellence relationnelle et opérationnelle.
La démarche est initiée par les managers à des moments clés pour l'entreprise : le nouvel agencement d'un magasin, l'alimentation de réflexions sur une nouvelle stratégie, la mise en place d'un nouveau dispositif par exemple.
Mais tout à chacun peut initier ces visites habitants quand il le souhaite.

Mail : contact@amarc.asso.fr
Téléphone : +33(0)1 48 24 52 97
Adresse postale : AMARC 67 rue de Chabrol 75010 Paris

#BPAMARC

LES BONNES PRATIQUES DU MANAGEMENT DE L'INSATISFACTION CLIENT

AVANTAGES CLIENTS

Se sentir écouté et pris en considération
Avoir la joie de partager son expérience et son projet avec les personnes concernées
S'exprimer sur son projet et l'expérience vécue

AVANTAGES COLLABORATEURS

Être impacté positivement par ces visites par la proximité vécue avec le client
Collecter des verbatim forts et nourrissants pour leurs réflexions
Repérer des informations clés qui n'étaient pas apparues lors d'enquêtes
Comprendre davantage le client, ses attentes et ses besoins dans son parcours avec la marque Repérer les potentiels irritants clients
Illustrer les enquêtes quantitatives et qualitatives

AVANTAGES ENTREPRISE

Mettre des plans d'actions concrets suite aux retours clients
Compléter sa data acquise
Aller à la rencontre de la Voix du client
Faire vivre le client au sein de son entreprise
Remettre le client au centre
Favoriser l'expression de l'insatisfaction client et de la réclamation client

Mail : contact@amarc.asso.fr
Téléphone : +33(0)1 48 24 52 97
Adresse postale : AMARC 67 rue de Chabrol 75010 Paris

#BPAMARC

LES BONNES PRATIQUES DU
MANAGEMENT DE L'INSATISFACTION CLIENT

CONSEILS DE MISE EN PLACE

Accompagner et former les collaborateurs aux visites clients
Demander en amont au client son accord pour les visites et les partages d'informations
Cette bonne pratique a été partagée par Valérie NEVE (Leroy Merlin) lors de la 53ème convention AMARC. Vous retrouverez ses coordonnées sur l'extranet de l'AMARC !

Mail : contact@amarc.asso.fr
Téléphone : +33(0)1 48 24 52 97
Adresse postale : AMARC 67 rue de Chabrol 75010 Paris