

ACQUÉRIR OU FIDÉLISER?

Où investir pour une croissance durable?

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

PLAN DE LA RENCONTRE



PRÉSENTATION

LA FIDÉLISATION

L'EXPÉRIENCE CLIENT

CROISSANCE DURABLE

LE PARCOURS CLIENT

PISTES DE RÉFLEXIONS

L'ACQUISITION

QUESTIONS?

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

À PROPOS DE MOI

- Stratège et formatrice en expérience client
- Chargée de cours
- Maman & passionnée



COMPRENDRE L'EXPÉRIENCE CLIENT

Service VS expérience

Le service est une assistance, l'expérience est un tout.

Le service client est nécessaire à la survie de l'entreprise, l'expérience est nécessaire à sa croissance.

Réactivité VS proactivité

Réfléchir à la prévention plutôt qu'à réparer les erreurs faites.

Exemple concret

McDo VS Starbucks

L'ACQUISITION

Les canaux d'acquisition

- Réseaux sociaux
- Bouche à oreille
- SEO
- Adds
- Réseautage
- Événements

Les coûts financiers

- Le court terme
- Le long terme
- Les dépenses

Connaissez-vous le coût de vos clients?

Le temps et l'énergie

- La quantité des efforts, comment les rentabiliser?
- L'automatisation
- Prioriser

La qualité

- Le positionnement
- L'avatar
- Stratégies de masse
- Qualification

LA FIDÉLISATION

Les méthodes

- L'expérience client
- Avantages & exclusivités
- Communication
- Le WOW
- Communauté

Les coûts

- Financier
- Temps
- Énergie

Une fois mises en place, les stratégies de fidélisations demandent peu de ressources.

Proactivité

- Ne pas attendre
- Avoir un échéancier claire et réfléchi
- Personnalisation
- Être à l'écoute

L'attachement

- Faire vivre nos valeurs et notre mission
- Être humain et empathique
- Engagée notre communauté

CROISSANCE DURABLE

Critères	Acquisition	Fidélisation
Coût	Élevé en temps, argent et énergie	Moins coûteux
ROI	Court, moyen terme	Long terme
Risque	Mauvaise qualification des leads	Perdre nos clients à un concurrent
Expérience client	Engageante dès le début	Amélioration continue
Facteur de rentabilité	Conversion rapide	Bâtir une relation durable

QUELLE EST MA PRIORITÉ...

En lancement

Priorité : acquisition

Construire sa notoriété

Valider ce qui
fonctionne

(!) Ne pas négliger la
fidélisation

En croissance

Priorité : l'équilibre

Acquérir en peaufinant

l'expérience client

Stabiliser avec la
fidélisation

(!) Établir les canaux
d'acquisition principaux

Mature

Priorité : Fidélisation

Transformer nos clients
en ambassadeurs

Maintenir une relation
avec nos clients

(!) Ne pas tomber dans le
«prendre pour acquis»

PISTES DE RÉFLEXIONS

Afin de pousser votre réflexion, voici quelques pistes pour vous aider!

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

À quel endroit nos efforts sont-ils actuellement?	Quelle est notre plus grosse dépense ; l'acquisition ou la fidélisation?
Est-ce que je vise un gros volume ou la valeur?	Quels sont mes canaux d'acquisition? & en faire un classement.
Quel est mon coût d'acquisition VS costumer lifetime value?	Est-ce que certaines actions sont nécessaires ou je peux les automatiser?
Est-ce que le parcours de mon client est claire?	As-tu une stratégie en place pour maintenir la relation avec ton client?



LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

POUR ME JOINDRE

Email

info@laurieanneb.ca

Site web

laurieanneb.ca

LinkedIn

Laurie-Anne Beaulieu

QUESTIONS?

& merci pour votre participation

