

LE FICHIER CLIENT

POURQUOI EN AVOIR UN ?

Augmenter au fil des ans
votre connaissance client

Augmenter votre chiffre
d'affaires en stimulant la
fréquence des achats

Fidéliser votre clientèle
en construisant une relation
forte avec le client

LES FONDAMENTAUX

LE PRINCIPE :

Rassembler les
informations et les
exploiter pour acquérir
de nouveaux clients et
les fidéliser



Un fichier client est une liste
de **données** telles que :

- des noms,
- des coordonnées,
- des typologies...



Cette liste est
régulièrement
mise à jour.



Pourquoi classer les clients ?

Avec son accord, une personne pas encore cliente, qui s'est inscrite à vos portes
ouvertes, elle est enregistrée dans la typologie : **client potentiel** ou prospect.
Lors des soldes, vous lui envoyez bon de réduction, la personne revient, vous avez
gagné un client.

Droits et devoirs ?

Renseignez vous sur la RGPD, en y
restant conforme vous vous protégez
vous et vos clients contre l'utilisation
abusive des informations personnelles.

Exemples : ☒

- Stockez les informations sur vos
clients de manière sécurisée
- Obtenez leur accord pour leur
envoyer des messages ☒
- N'achetez pas et ne vendez pas
leurs coordonnées
- ...

Faut-il un outil dédié ?

Vous pouvez aussi avoir un simple tableau ou
un logiciels de caisse remplissant cette fonction.
Utiliser un outil adapté à votre **cœur de métier**
est un avantage stratégique, demandez conseil
à votre union commerciale, aux associations de
professionnels de votre secteur d'activité...

Déjà entendu parlé de CRM ?

CRM veut dire « Customer Relationship
Management » soit Gestion de la Relation Client,
ces logiciels sont dédiés à l'optimisation de
l'utilisation du fichier client, par exemple,
programmer des messages anniversaires,
anticiper l'usure des produits...

AVANT D'ALLER + LOIN

Un doute sur vos obligations ?

Vous pouvez poser une question sur ce site :
<https://www.cnil.fr/professionnel>



**RGPD : passer à
l'action | CNIL**

PAR OÙ COMMENCER ?

L'IMPORTANT :
Systématiser la
demande
d'informations
en l'intégrant
à votre discours
commercial

1

Un simple tableau (Excel) peut suffire pour débiter. Veillez à sécuriser l'ordinateur sur lequel vous enregistrez les informations des clients.

2

Un support visuel vous aidera à appuyer votre discours et créer une cohésion dans votre offre.

3

Pas d'appréhension, si un client refuse, ce ne sera pas forcément le cas du suivant.

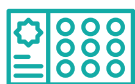


Le **passage en caisse** est un moment privilégié pour demander des informations.

Certains logiciels de caisse permettent d'enregistrer de multiples données clients. Avant de vous équiper ou rééquiper, faites le tour de vos besoins au quotidien, et par conséquent, des fonctionnalités que devrait remplir un nouvel outil.

6 IDÉES

À l'**inscription**, demandez au client la **permission** de conserver les informations. Proposez un avantage en contrepartie, voici 6 idées pour bien présenter les choses :



Le programme fidélité

carte fidélité, Parrainage, offre pour l'anniversaire...



L'enquête de satisfaction

à remplir sur papier, sur tablette, en ligne...



L'invitation à un événement

dégustation, afterwork, atelier, vente privée



Le jeu concours

organiser un jeu avec une remise exclusive à gagner



Les services supplémentaires

réserver des produits, prises de rendez-vous en ligne...



L'abonnement aux bons plans

promo par sms, programme des événements, catalogue...

ET APRÈS ?

Ce fichier permet de mettre en place un suivi client.

Il coûte 7 fois plus cher de vendre à un nouveau client qu'à un client actuel. Un bon suivi client et un **programme de fidélisation** efficace peuvent faire toute la différence et assurer le **retour des clients** et de nouveaux achats.

Voir la fiche pratique :
« Fidéliser ses clients »