

VOLVO



LES 6 C DU SAV VOLVO TRUCKS

SUR LE PARCOURS DE L'EXCELLENCE





CONSERVER

CONSERVER SES CLIENTS

› La dernière phase, Conserver est une phase clé du parcours : elle permet de préserver la relation commerciale, de la faire grandir dans le temps et d'en assurer la pérennité.

› En tant que gardien de la relation, votre rôle est de veiller sur chaque client, de cultiver le lien et d'en garantir la solidité. Tout client doit avoir le sentiment d'être unique. Il doit être convaincu que les liens que vous avez tissés avec lui sont des liens durables. Pour espérer le conserver, vous devez donc instaurer une vraie relation de confiance. Celle-ci passe par le respect de vos engagements, votre présence à ses côtés à tout moment, mais aussi par l'anticipation de ses besoins.





A. La préparation de la commande

Pour qu'une livraison de pièces ou la réalisation d'un service se déroulent dans les meilleures conditions, une préparation rigoureuse est indispensable. Elle témoigne du soin que vous apportez à la relation et à chaque engagement pris.



Depuis que vous avez pris sa commande, votre client attend la réalisation de votre engagement : livraison de pièces de rechange par exemple.



La livraison est donc un moment clé qui doit être l'occasion de conforter votre client dans son choix.



Vérifier leur conformité par rapport à la commande en termes de :

- > Nombre de pièces
- > Caractéristiques
- > Propreté
- > Qualité

En cas d'écart entre l'engagement initial et la réalité, informez immédiatement le client et recherchez avec lui une solution. La transparence est un pilier essentiel de la relation durable.





B. La livraison de pièces ou réalisation d'un service

Soyez ponctuel par rapport à la date de livraison, précis dans les quantités commandées, respectueux de vos engagements. Cette rigueur démontre votre professionnalisme et votre fiabilité en tant que gardien du lien client.



Ne perdez jamais de vue que votre mission est de développer votre chiffre d'affaires et non d'effectuer vous-même une livraison. La sous-traitance peut être un levier d'efficacité, à condition d'en assurer un suivi attentif. Vous restez ainsi le point d'ancrage de la relation client.



Parfois, une livraison spéciale telle qu'une première commande liée à une négociation globale peut faire l'objet d'une livraison personnalisée par le vendeur.



Programmez un bilan intermédiaire (chaque mois ou trimestre par exemple). Ces points d'étape vous serviront dans vos négociations futures et vous permettront d'étayer votre argumentation mais aussi de renforcer votre réponse sur les points critiques constatés.

Rappelez-vous :

Une livraison bien conduite doit permettre de :

- › Valoriser le client ;
- › Le remercier pour sa confiance ;
- › Ouvrir la voie à de futurs échanges et sujets de négociation (nouveau produit à l'essai, etc.)









C. Coordonner la résolution des difficultés rencontrées

Être gardien de la relation, c'est rester vigilant aux besoins et aux éventuelles difficultés susceptibles de survenir dans la vie du véhicule ou dans le cadre de commandes et montrez à votre client votre implication passée. Votre rôle est de les anticiper et d'y répondre. Pour ce faire, il est important de vous coordonner avec le vendeur VN et le responsable atelier qui sont les autres interlocuteurs de votre client.

Gardez en tête les points suivants :

-  Votre client doit vous savoir disponible ;
-  Soyez attentif aux demandes formulées par votre client et montrez votre implication ;
-  Coordonnez la résolution d'un problème, qu'il émane de l'atelier ou du commerce et sachez l'orienter vers le bon interlocuteur en cas de besoin
-  Tenez votre client au courant de la résolution des actions correctives et assurez un suivi jusqu'à la fin.





D. Suivre la satisfaction client et préserver la renommée du garage

La livraison d'une commande ou la réalisation d'un service est une occasion privilégiée de mettre en valeur le savoir-faire Volvo Trucks et le professionnalisme de votre établissement.

Pour fidéliser durablement, votre objectif doit être de rester en lien étroit et régulier avec votre client. Est-il satisfait de la qualité des services proposés ? A-t-il d'autres besoins ?

Vous deviendrez ainsi son interlocuteur privilégié pour tout nouvel achat. Un client bien accompagné, n'hésitera alors pas à vous recommander dans son entourage. Il doit se sentir attendu, reconnu et accompagné sur la durée. L'objectif est de laisser une empreinte positive et durable.

Un client satisfait est un client fidélisé.





C. En conclusion

Votre objectif étant la fidélisation de votre client, la mise en place d'un suivi régulier est impérative (voir rubrique « Contacter »). Assurez-vous de sa satisfaction au fil du temps, anticipez ses besoins et invitez-le à découvrir en exclusivité les nouveaux produits et services proposés : une nouvelle offre, une campagne promotionnelle, etc.

Vous pourrez mesurer les retombées de vos efforts en observant, sur la durée, les éléments suivants :

- › L'augmentation des achats Pièces et Services de chacun de vos clients ;
- › L'augmentation du nombre de sollicitations (appels téléphoniques et rendez-vous physiques) de la part de vos clients ;
- › Les remarques positives et les axes d'amélioration exprimés par vos clients ;
- › La conquête de nouveaux clients grâce aux prescriptions de vos clients actuels.









Transformer un client fidèle en ambassadeur :

Conserver, c'est aussi transmettre.

L'objectif est de maintenir la relation avec le client après la vente et de transformer le client en ambassadeur.

-  **Valoriser et reconnaître les clients fidèles :** mettez-les en avant via des témoignages sur vos réseaux sociaux. Remerciez-les publiquement pour leur fidélité.
-  **Offrir des avantages exclusifs :** réservez des offres spéciales, des invitations à des événements privés ou des contenus premium à vos clients les plus fidèles.
-  **Faciliter le partage d'expérience :** encouragez la publication d'avis, de témoignages ou de contenus sur les réseaux sociaux.
-  **Entretenir une relation personnalisée :** adaptez vos communications et offres en fonction des préférences et du comportement de chaque client. Un suivi personnalisé favorise l'engagement.

Les bénéfices :

- > Augmentation du taux de réachat ;
- > Fidélisation des clients ;
- > Construction d'une relation de confiance durable ;
- > Développement de la notoriété et du portefeuille client.



RECAP'



CONSERVER SES CLIENTS

- Cultiver le lien et respecter ses engagements
- Anticiper ses besoins et montrer sa disponibilité



PRÉPARER ET LIVRER

- Vérifier quantité, qualité et conformité
- Respecter les délais et suivre les livraisons



GÉRER ET SUIVRE

- Résoudre rapidement les difficultés
- Maintenir un suivi régulier et personnalisé



CONSERVER



FIDÉLISER ET VALORISER

- Remercier et valoriser les clients fidèles
- Encourager recommandations et partages d'expérience



BÉNÉFICES

- Réachat accru, relation durable, confiance renforcée



NEXT STEP

