

2018 MODE OPÉRATOIRE

PAR WINNER

Formation pour les personnels d'accueil d'un Club de Golf :
Comment construire un fichier clients efficace ?

CONTACT

02 40 88 54 74

contact@winnergroup.fr

CONSTRUISONS UN MODE OPÉRATOIRE EFFICACE

ETAPES	LES QUESTIONS A SE POSER	COMMENT FAIRE ?
<p>ACCUEIL PRISE DE CONTACT</p>	<p>Est-ce que la règle des 4x20 a été appliquée ?</p> <p>Quel est mon état d'Esprit ? Suis-je ouvert ? constructif ? Suis-je courtois ? Est-ce que je sais me maîtriser ?</p> <p>Quel est mon langage verbal ? Quels sont mes premiers mots (bonjour, présentation...) ? Comment est ma voix (ton/débit) ? Comment je fais dire Oui au contact ? Quels sont les mots que je dois éviter ?</p> <p>Quel est mon langage Non Verbal ? Dois-je être proche, rester à distance ? Quels sont mes premiers gestes (poignée main...) ? Quelle est l'expression de mon visage ? (effet miroir) Quelle est ma tenue vestimentaire ?</p> <p>Quel est le Cadre du contact ? (support physique) Est-ce un lieu favorable à la discussion ? Est-ce que je peux être dédié au contact ou faut-il gérer autre chose (téléphone, ...) ? Comment organiser plusieurs tâches en même temps ? Comment mettre en place des priorités ?</p>	<p>A BANNIR : mots noirs, mots trop techniques, expressions inutiles, expressions négatives,...</p>
<p>COLLECTE DES DONNEES</p>	<p>Quel type de client ai-je en face de moi ?</p> <p>B to C : Est-ce un prospect ? Est-ce un client ? Comment a-t-il connu le golf ? Quelle est son identité ? Son adresse ? Sa situation familiale ? Dans quel secteur d'activité est-il ? Quels sont ses autres loisirs ? Que recherche-t-il ? A quel stade de son projet ou de sa recherche est-il (délais) ?</p> <p>B to B : Qui est cette ENTREPRISE ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les informations juridico-administratives de l'entreprise • Secteur d'activité (exprimé ou non par le code de référence APE) • Taille de l'entreprise • Le budget de l'entreprise pour ce service • Les habitudes d'achat de ce genre de service par l'entreprise <p>Qui est le CONTACT DANS L'ENTREPRISE ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • La fonction de votre contact au sein de l'entreprise • Est-ce une personne décisionnaire ou non ? Quel est le cycle de décision dans l'entreprise ? Les délais ? Les autres personnes à convaincre ? • Toutes ses coordonnées (email, téléphone fixe, téléphone portable) • Quelle est sa disponibilité ? 	

<p>VÉRIFICATION REFORMULATION</p>	<p>Est-ce que j'ai bien compris tout ce qui m'a été dit ?</p> <p>Est-ce que j'ai bien noté tout ce qui a été dit ? (quelle est mon organisation pour conserver toutes ces informations : notes papier, saisie simultanée dans la base de données, synthèse des infos dans la base après le contact,...)</p> <p>Comment est-ce que je peux reformuler de manière fluide et naturelle ? (pas scolaire)</p>	
<p>SUIVI RELANCE</p>	<p>Pourquoi suivre le contact ? Objectif : tisser une relation avec le contact, chercher à lui faire vivre une expérience client.</p> <p>Le contact est dans votre fichier mais il n'est pas encore client : Comment le recontacter ? (quel support ?) Quel est l'objectif de la relance ? Quel script de relance ? Quels résultats de la relance ? Les étapes suivantes ?</p> <p>Qu'y a-t-il dans le suivi du contact ? Faire passer de prospect à client puis prescripteur S'assurer de continuer à avoir une info à jour sur le contact et ses besoins Vérifier sa satisfaction ... Quels sont les modes de suivi ou relance les plus efficaces ?</p> <p>Comment avoir une stratégie de suivi et non des actions de suivi ?</p>	
<p>MISE À JOUR</p>	<p>Pourquoi est-ce important de mettre à jour la base de des contacts ? Le vrai capital du golf c'est la connaissance fine et actuelle qu'il a de ses clients.</p> <p><i>Rappel : Le taux d'obsolescence naturel des données clients oscille entre 8 et 25% par an</i></p> <p>La base de données est-elle mise à jour en continu ? Le maximum de champs est-il renseigné ?</p> <p>Quelle est l'organisation et la planification de cette mise à jour ?</p>	