

Avez-vous réellement besoin d'un CRM ?

Un CRM est un système informatique permettant de gérer, et surtout d'optimiser la relation de votre entreprise avec ses clients.

Afin de vous aider à savoir si un tel système pourrait vous être utile, nous vous proposons de répondre à quelques questions.

- **Existe-t-il des différences notables entre vos clients ?**

Si vos clients sont dispersés et différents, le CRM peut répondre à vos besoins de gestion des données. L'objectif de ce type de logiciel est de gérer des informations qui autrement seraient difficiles à appréhender.

- **Quelle est la fréquence d'achat de vos clients et qu'achètent-ils ?**

Si vos clients achètent régulièrement des produits ou des services associés, un outil CRM peut être indispensable pour savoir qui achète quoi, avec quelle fréquence ainsi que le moment de l'année où ces achats auront lieu.

- **Savez-vous analyser la performance de votre activité ?**

Pour le savoir, il suffit de se poser quelques questions. Les ventes moyennes sont-elles en augmentation ou en baisse ? Qu'en est-il de la satisfaction client ? Les campagnes marketing sont-elles efficaces ou au contraire mal ciblées ? Il existe de nombreuses raisons pouvant expliquer les difficultés, et l'une d'elles est certainement le fait que les informations clients soient devenues trop nombreuses et dispersées pour être gérées efficacement. Dans ce cas, un CRM peut vous aider.

- **Pratiquez-vous des actions commerciales redondantes ?**

Il s'agit par exemple de l'appel d'un client par deux commerciaux différents. Dans cet exemple, le client sera moins enclin à concrétiser un acte d'achat car il percevra une faible qualité de la relation client, lui faisant perdre son temps. Un logiciel CRM peut facilement optimiser vos actions commerciales et vous permettre d'éviter, notamment, des cas de « concurrence » interne.

- **Comment communiquez-vous avec vos clients ?**

Si vous communiquez régulièrement avec vos clients, en face à face, par téléphone, par e-mail ou via des intermédiaires, c'est-à-dire en utilisant plusieurs canaux de communication, une solution CRM peut s'avérer indispensable pour maintenir des relations cohérentes avec vos clients.

Conseils pratiques

Sur la mise en place d'un logiciel CRM. Assurez-vous bien qu'il s'intégrera facilement avec les applications existantes dans votre entreprise. Assurez-vous également que tous les employés sauront l'utiliser rapidement, qu'ils en comprendront son importance et qu'ils seront prêts à partager les données.

Pour aller plus loin

Consultez les fiches pratiques Fidélisation clients :

Du CRM à la fidélisation clients : définition et enjeux
Mieux connaître ses clients pour mieux les fidéliser
Maîtriser l'information pour une meilleure fidélisation
Relation clients et technologies