Traitez-vous vos clients comme des gens réels ?

Que savez-vous vraiment du marketing relationnel ? Cela va un peu plus loin que d'essayer de fidéliser des clients pour gagner plus d'argent. Cela concerne votre manière de communiquer avec vos clients et prospects. Traitez-vous vos clients comme des gens réels ? Ou bien les considérez-vous comme de statistiques ?

Le pire pour un entrepreneur serait de considérer ses clients comme de simples numéros dans une liste de transactions. Si c'est votre cas vous n'arriverez jamais à construire une relation clientèle où chacun y trouve vraiment son compte.

Vous devez donc changer de point de vue et commencer par vous rappeler que vos clients sont de vrais personnes, même si vous ne les voyez jamais comme cela peut être le cas avec internet. Pensez à la manière dont vous aimeriez être traité quand vous faites un achat sur internet, et commencez à appliquer cela à votre propre activité.

Une manière simple de commencer un marketing relationnel consiste à remercier et apprécier vos clients. Cela ne s'arrête pas à un simple merci. Cela implique que vous devez en apprendre plus sur vos clients pour leur fournir ce dont ils rêvent. Montrez-leur qu'ils vous intéressent : c'est la base de toute relation.

Tout client vous considère pour que vous lui apportiez de la valeur et une certaine forme de bénéfices. Pourquoi doivent-ils acheter chez vous et qu'obtiennent-ils en retour ?

Commencez à réfléchir sur comment vous pouvez fournir de la valeur à vos clients (et à vos prospects). Pouvez-vous leur envoyer des informations intéressantes tous les mois ? Pouvez-vous les récompenser avec des offres temporaires ou des réductions ?

Le marketing relationnel reste du markerting, mais avec quelque chose en plus : l'élément humain. Vous devez communiquer et interagir avec votre clientèle. Vous ne pouvez vous contenter de rester caché derrière votre site internet ! Etre un bon entrepreneur c'est montrer qui vous êtes, ce que vous faites et pourquoi. Si vous êtes fier de votre entreprise, montrez-le !

Il y a de la concurrence alors marquez votre originalité et sortez du lot. Utilisez les smartphones, les réseaux sociaux, les emails, skype, les forum etc... Essayez d'intégrer tout cela dans vos activités commerciales.

Les emails restent un outil d'actualité pour construire une vraie relation avec vos clients. Il est ainsi facile d'envoyer un message de remerciement ou une carte d'anniversaire, de voeux. Ce sont les petites attentions qui comptent. Vous appréciez quand les gens vous manifestent de la bienveillance et des remerciements, n'est-ce pas ? Alors pourquoi ne pas faire de même avec vos clients ?