

## LA STRATÉGIE DU SERVICE À LA CLIENTÈLE

Un élément important de la stratégie de vente est le service à la clientèle. L'entreprise qui exporte devra avoir une idée claire de la façon dont elle envisage de fournir le service à ses clients avant de pouvoir utiliser efficacement les agents, les distributeurs ou les fournisseurs. Voici quelques-uns des problèmes à envisager quand on élabore une approche au service à la clientèle.

- Est-ce que l'entreprise qui exporte a une idée précise des besoins des clients sur le marché cible? Comment a-t-elle su ce que sont ces besoins?
- Quelle combinaison de produits et de services l'entreprise envisage-t-elle d'offrir à ses clients?
- Ses offres sont-elles adaptées aux besoins du client d'une façon quelconque? Si oui, comment détermine-t-elle ce qu'il faut adapter? Qui procède à l'adaptation?
- Comment le produit offert se rend-il aux clients? Y a-t-il des problèmes de livraison à résoudre?
- Qui s'occupe du traitement des commandes sur le marché cible?
- Quelles procédures et quelles exigences de traitement des commandes suppose-t-il?
- Quelles sont les conditions normales de traitement d'une commande? Est-il possible de faire un traitement spécial comme une livraison rapide ou de combler les commandes en souffrance? L'entreprise impose-t-elle des frais d'entreposage pour les commandes retardées?
- Quelles sont les conditions de paiement acceptées? L'entreprise fait-elle crédit? Quand les factures sont-elles normalement exigibles?
- L'entreprise peut-elle s'occuper des demandes et des besoins particuliers? Si oui, quel en est le coût? Cela agit-il sur les délais de livraison? Qui s'occupe des demandes spéciales?
- L'entreprise assurera-t-elle le service après-vente à ses clients? Si oui, qui le fera? Comment cela sera-t-il géré?
- Comment le soutien après-vente est-il assuré?
  - Sur place;
  - numéro de téléphone sans frais;
  - téléphone ordinaire; ou
  - autres?
- Existe-t-il des politiques et des procédures pour définir le soutien après-vente?
- Est-ce que l'entreprise offre des garanties? Qui s'en occupe? Comment les respectera-t-elle en cas de réclamation? Y a-t-il une politique sur les garanties?
- L'entreprise a-t-elle une politique sur les retours? Qui s'occupe des réclamations et des retours? Qui s'occupe des situations particulières?
- L'entreprise offre-t-elle d'autres types de soutien?
- Où le soutien est-il assuré dans la chaîne des ventes?
- L'entreprise recueille-t-elle les réactions de ses clients? A-t-elle un mécanisme de suivi des commandes? Mesure-t-elle la satisfaction des clients? A-t-elle mis en œuvre des mécanismes pour tenir compte de l'apport des clients?