

# C comme ... Client

---

Tout le monde connaît la phrase : « le client est roi ! ». Il semble donc que pour une entreprise, le client ait un statut particulier, voire supérieur à celui de toutes les autres entités qui l'entourent.

Ce statut particulier est en fait dû au rôle crucial que joue un client dans une entreprise. En effet, une entreprise sans client n'existe pas. Il est donc nécessaire que pour vivre, une entreprise ait des clients, mais cette condition, quoique nécessaire, n'est hélas pas suffisante !

## Le client pour l'entreprise qu'est ce que c'est ?

Pour l'entreprise, le client est une entité qui lui permet d'exister pour deux raisons : tout d'abord, il permet à l'entreprise de se développer en fabriquant des produits ou en créant des services, mais aussi en lui donnant de l'argent en contrepartie des produits ou des services reçus.

Les deux points sont d'ailleurs liés car l'argent que l'entreprise reçoit lui permet de payer ses salariés, ses achats et ses partenaires pour pouvoir développer et fabriquer les produits et les services qu'elle vend à ses clients.

Cela met donc bien le client à une place centrale dans le fonctionnement de l'entreprise.

## Cas pratique

Le premier point qu'il faut bien prendre en compte est que ce n'est pas parce que le client utilise un produit ou un service d'une entreprise qu'il va le payer. Je ne parle pas ici des retards de paiement ou des litiges, mais bien du Business Model que l'entreprise va utiliser.

Prenons Google. Lorsqu'on utilise le moteur de recherche de ces derniers, on ne paie rien. En revanche, Google récupère nos données et les utilise pour vendre de la publicité ciblée. Ce résumé rapide du Business Model de Google permet de comprendre que le client peut ne pas payer directement pour utiliser les services de l'entreprise.

## ABECEDAIRE PRATIQUE DE L'ENTREPRENEUR

Ensuite, il fut une époque où on cherchait à vendre des produits à des clients. De nos jours, la démarche est inverse : on cherche à comprendre quels sont les besoins ou les problèmes que le client peut avoir dans sa vie courante ou son travail et on va lui proposer des solutions. Tout l'enjeu est de proposer des solutions qui soient monétisables, autrement dit que le client soit prêt à payer pour elles !

De plus, il ne faut jamais oublier une chose : un client est infidèle par nature. Ou, pour être précis, on peut dire que si l'entreprise ne fait rien pour garder son client, celui-ci ira voir ailleurs. Ainsi, la tendance naturelle à l'infidélité du client ne se concrétise que lorsque l'entreprise est défaillante, c'est-à-dire qu'elle n'offre plus la solution au besoin du client.

Enfin, le client peut s'avérer un vendeur hors pair ! S'il est satisfait du service qu'il a reçu ou du produit qu'il a acheté, il va en parler autour de lui. Ce produit ou ce service vont le valoriser au sein de sa communauté et c'est la raison pour laquelle il va vouloir (inconsciemment) jouer les évangélistes, se positionnant comme celui qui a été le premier à l'avoir ...

### **Alors, comment gérer ses clients ?**

Avant de gérer ses clients, il faut les identifier et bien comprendre quels sont leurs attentes. Il est en effet très important que le client sente qu'on a compris son problème et qu'on a une solution à lui proposer.

Ensuite, il faut faire en sorte que la solution proposée lui confère tellement de bien-être ou d'avantages qu'il est prêt à payer pour elle !

Mais tout ne s'arrête pas là car une fois le client satisfait, il va falloir mieux le connaître et identifier d'autres besoins chez lui ou, éventuellement, d'autres besoins chez ses proches.

En fait, dire que le client est roi est une erreur car cela supposerait obéir au doigt et à l'œil à ses exigences. En réalité, il faut considérer le client comme un ami qu'on a envie d'aider. Cela suppose donc que l'entreprise s'intéresse à lui et qu'elle construise son offre à partir de ses besoins ...