



Accueil : Esprit de Service

publié le 05/06/2015

Descriptif :

Enchantement du consommateur par l'expérience client et design de service public

L'expérience client, garante de loyauté [↗](#)

Comment gérer sa relation client pour créer de la loyauté ? Pour répondre à cette question, voici une synthèse des approches de Bianca Barbucci, experte en marketing et expérience client, et Joëlle Namer, spécialiste en marketing.

Tout d'abord, il ne faut pas oublier qu'il est nécessaire de tracer le chemin critique du point de vue du client afin de bien comprendre les scénarios d'interaction entre lui et la marque : son expérience commence bien avant la transaction, puis continue lors de l'utilisation effective des produits ou des services, ainsi que dans le service à la clientèle.

En matière de fidélisation, c'est la qualité de l'expérience client qui sera réellement décisive. « Une expérience client adéquate est le minimum ; une expérience client supérieure est ce qui distinguera le commerce et lui vaudra la loyauté et une augmentation du chiffre d'affaires. ».

Les professionnels se réfèrent souvent aux taux de satisfaction de leurs clients, mais d'autres indicateurs sont à suivre. On pensera surtout aux indicateurs de fidélisation ou de la « stabilité » du client, tant dans la durée de la relation qu'il entretient avec la marque, que dans la fréquence de ses achats ou la valeur cumulative de ses transactions.

L'insatisfaction est également un vecteur majeur de la relation client. Problème traité ou frustration du client à son comble ? Il a été prouvé que la loyauté d'un client dont une insatisfaction a été résolue efficacement est supérieure à celle d'un client n'ayant jamais connu de problème...

Source : Infopresse

Nespresso mise sur l'enchantement du client

"Il n'y a pas vraiment d'innovation au service marketing. Nous préférons parler de création" explique Nathalie Gonzalez, directrice marketing de Nespresso. Pour la marque, cette notion s'applique aux produits, aux machines, mais surtout aux services proposés, sans cesse améliorés au travers de l'écoute client, étape indispensable pour savoir comment enchanter l'expérience client encore. Chez Nespresso, plus de 7 collaborateurs sur 10 travaillent en direct avec les clients. La marque aime prendre soin de ses clients, comme par exemple avec l'envoi l'année dernière d'étuis personnalisés aux membres les plus fidèles du Nespresso Club. Retours positifs par email, publications de posts et photos sur les réseaux sociaux, envois de cadeaux en retour... : l'opération fut un succès !

Dans cette lignée, Nespresso permet aux clients de « cueillir » lui-même ses capsules sur les murs colorés de ses dernières boutiques. Une expérience de libre-service qui a également inspiré la création du « Cube », une boutique... cubique (3m x 3m x 3m), exclusivement réservée aux membres du club. La création est définitivement au cœur de l'entreprise, un bel exemple à suivre pour mettre l'innovation au service de ses clients !

Source : E-marketing

Le design de service s'invite dans les bibliothèques

Fini les bibliothèques poussiéreuses ! La bibliothèque départementale du Bas-Rhin (BDBR) s'attaque au design de

service public, avec l'aide de 24 étudiants du DSAA design In situ lab de l'académie de Strasbourg.

Superpublic, un espace parisien dédié à l'innovation dans les politiques publiques, est revenu sur ces expériences de design de service public. Ce terme sous-entend l'idée de co-construction du service public, loin de la démarche descendante habituelle. Les étudiants sont donc partis en résidence, dans les villages, pour interroger les usagers sur leurs attentes tout en prenant compte du contexte local actuel (contraintes budgétaires, équipements environnants, etc.). Les outils provient eux aussi d'une logique de co-construction : un vélo de La Poste pour aller à la rencontre des habitants afin de recueillir leurs doléances, des classes maternelles organisant des ateliers pour la signalétique, une brocante a été organisée pour se débarrasser d'ouvrages en trop. Toutes ces initiatives ont poussé la BDBR elle-même à repenser son action. "Les projets d'établissements en cours de construction intégreront le design de service dans notre mission d'ingénierie", annonce Anne-Marie Bock, directrice de la bibliothèque. Cette nouveauté implique un travail de réflexion sur l'évolution des postes. "C'est l'ingénierie de demain" rajoute-t-elle.

Source : La gazette des communes



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.