

LE GUIDE

GAGNEZ PLUS EN EXIGEANT MOINS !
3 clés de réussite

Développé par



CONGRÈS

RE-CONNEXION 2022 de l'AHQ et de l'AQS

Chers membres de l'AQS et de l'AHQ,

La pénurie de main-d'œuvre touche durement les organisations du tourisme et de l'industrie du spa et cela affecte considérablement l'expérience de vos visiteurs.

Vous êtes plusieurs à vous poser la question :

Comment maximiser votre rentabilité sans en demander plus à votre personnel ?

En réponse à cet enjeu, voici le guide sommaire de notre méthode éprouvée incluant 3 clés de réussite pour augmenter votre potentiel de revenus dans un contexte de pénurie de main-d'œuvre.

Ce guide est un complément à ma conférence intitulée : « **GAGNEZ PLUS EN EXIGEANT MOINS ! 3 clés de réussite** ».

Vous retrouverez la conférence dans la trousse virtuelle offerte par le congrès RE-CONNEXION 2022.

MARILYNE ARCHAMBAULT

Fondatrice M Expérience

Formatrice agréée et consultante en optimisation d'expérience client spécialisée dans l'industrie de la beauté, du bien-être et du tourisme.

438-800-8999 • INFO@EXPERIENCEM.CA



Table des matières

- ✓ Qu'est-ce que la valeur vie d'un client ?.....p.4
- ✓ Pourquoi y porter attention?.....p.6
- ✓ Qu'est-ce que l'expérience client ?.....p.7
- ✓ 3 clés : gagnez plus en exigeant moins.....p.12
- ✓ Analysez.....p.13
- ✓ Optimisez.....p.15
- ✓ Collaborez.....p.17
- ✓ M Expérience.....p.24





LA VALEUR VIE CLIENT

Le valeur vie client ou *customer lifetime value (CLV)* est une notion de marketing qui permet de calculer la totalité des revenus que peut rapporter un client à une entreprise durant toute la durée de leur relation.

Calculons :

Valeur d'un achat **X** fréquence d'achat **X** durée de vie du client

Par exemple :

100\$ (achat) X 2 (fréquence d'achat) X 5 (durée)
= 1 000\$ (valeur vie client)



Pourquoi est-ce important de porter attention à la valeur vie client?

- ✓ Retenir un client existant **coûte 5 à 25 fois moins cher** que d'en acquérir un nouveau.
- ✓ Une **augmentation de 5 % de la fidélisation** de la clientèle peut **générer jusqu'à 25 % de bénéfices supplémentaires**.
- ✓ Les **clients fidèles ont tendance à dépenser davantage** lors de leurs achats.
- ✓ **Un habitué** demande généralement **moins d'assistance** de la part de votre personnel.

Ce qui veut dire que la valeur vie de vos clients est la base de votre rentabilité.

QU'EST-CE QUE L'EXPÉRIENCE CLIENT ?



L'EXPÉRIENCE CLIENT

se définit par la **perception et l'émotion** vécues à **chaque point de contact** (moment) où vos clients interagissent **avec votre entreprise**. Que ce soit avec une composante humaine, physique ou numérique.





Pour faciliter la compréhension de sa définition, nous avons regroupé l'expérience client en 4 grandes phases :



Le but recherché est de générer des perceptions et des émotions positives à chaque fois que vos clients entrent en contact avec votre entreprise. Pour y arriver, il est essentiel de placer vos clients au cœur de votre réflexion. En s'intéressant entre autres, à leurs habitudes de vie, leurs motivations, leurs besoins, leurs enjeux et leurs attentes, vous serez en mesure de mieux analyser et optimiser leur expérience client.

Il existe **plusieurs possibilités** d'augmenter vos revenus
sans exiger plus à votre personnel.



LA SOLUTION OPTIMALE ?

Chez Expérience, nous proposons **d'optimiser l'expérience des clients qui ont la meilleure valeur vie** pour votre entreprise sans négliger tout vos segments de clients.

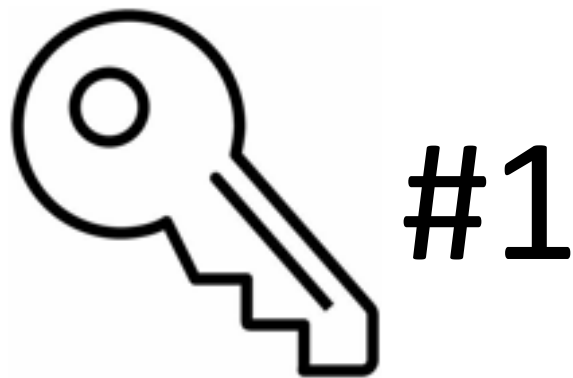
Découvrez dans ce guide, **les 3 clés de notre approche distinctive et éprouvée** pour **augmenter vos revenus sans en exiger davantage** à vos employés.





NOS 3 CLÉS :

1. Analysez
2. Optimisez
3. Collaborez

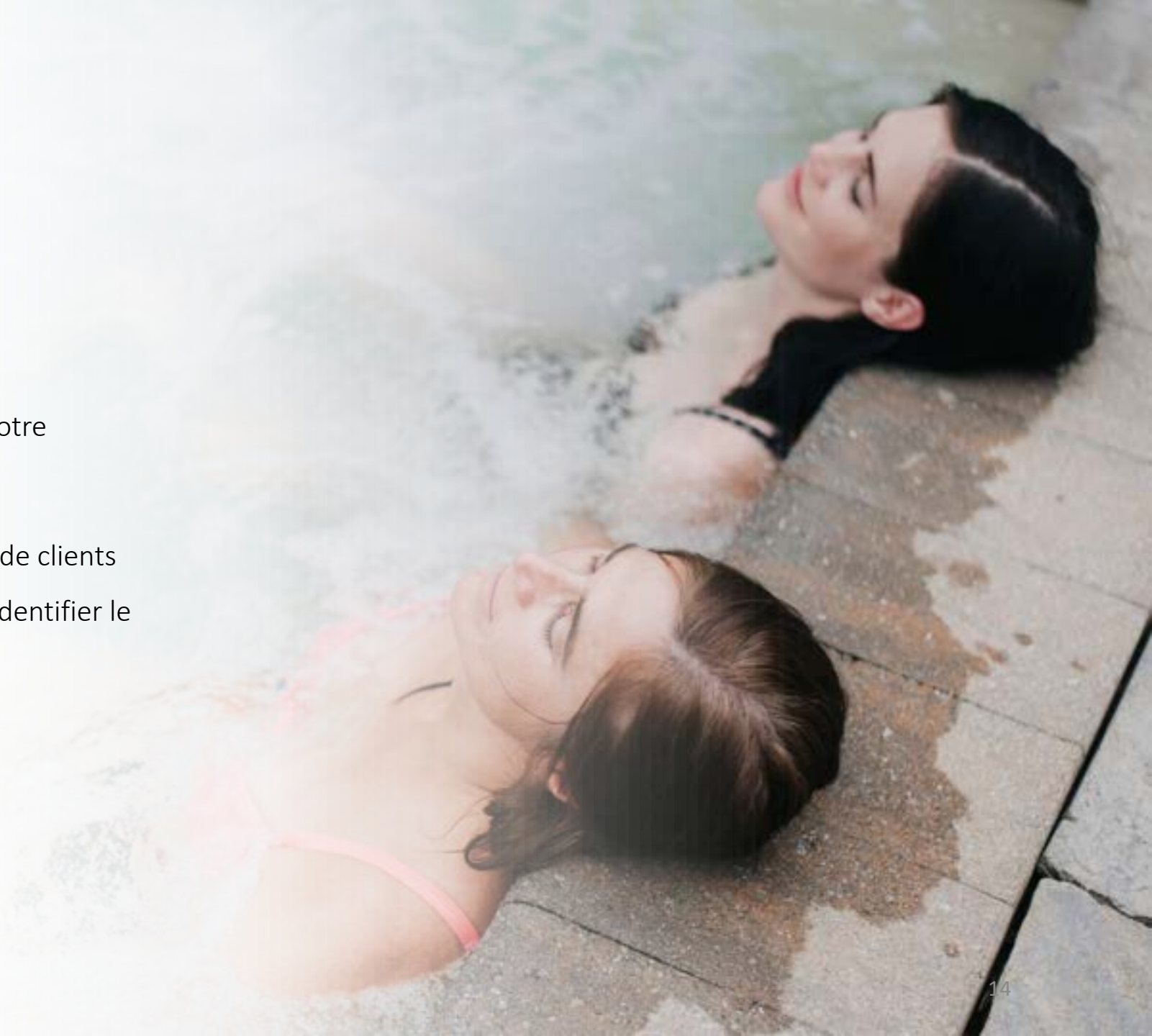


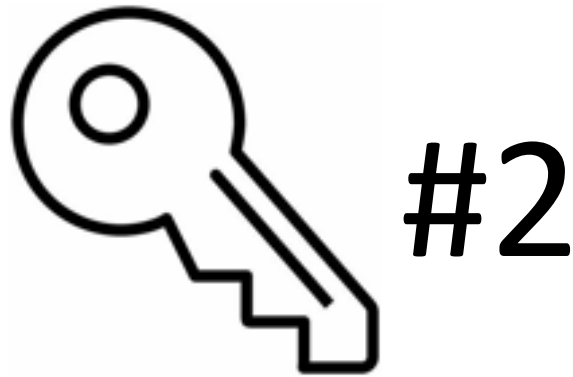
Analysez vos segments de clients
afin de trouver le segment le plus rentable



Chacun de vos clients a une valeur différente pour votre entreprise.

Calculez la valeur vie pour chacun de vos segments de clients (occasionnels, saisonniers et/ou récurrents) afin d'identifier le ou les segments les plus rentables.





Optimisez l'expérience de vos meilleurs clients afin d'augmenter leur valeur vie sans négliger les autres segments de clients.

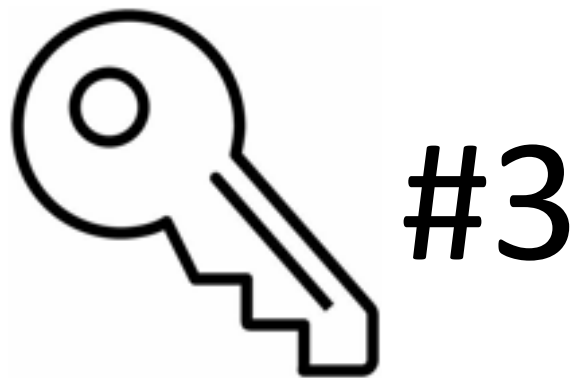


À l'étape d'optimisation, l'objectif est de trouver les opportunités d'augmenter la valeur vie de vos meilleurs clients dans chacune des phases de son expérience client. Retenez les stratégies qui auront le meilleur impact en exigeant le moins d'effort de la part de votre personnel.

Voici quelques questions à se poser pour y arriver :

- Quels sont les opportunités d'attirer plus de clients idéaux ?
- Quels sont les opportunités d'augmenter leur facture moyenne ?
- Quels sont les opportunités de créer plus de récurrence sur la durée ?





Collaborez en misant sur l'intelligence collective.



Le processus d'optimisation de votre expérience client peut représenter certains défis.

Il arrive fréquemment que les gestionnaires doivent amorcer cette réflexion seuls.

Certains se demandent quelles vont être les stratégies à privilégier pour obtenir les meilleurs résultats sans en demander davantage à leur personnel.


Pour ce faire, nous avons développé une approche collaborative unique qui font de vos gestionnaires, employés et clients des acteurs principaux dans le processus d'optimisation de votre expérience client :

- Un programme de formation et d'accompagnement incluant des ateliers collaboratifs et un plan d'action concret.

Après plusieurs années de recherche et d'essais, une panoplie de solutions sont offertes.

L'intelligence collective est celle qui performe le mieux.





En utilisant notre approche collaborative unique, vous obtiendrez un plan d'action réaliste, efficace et optimal.



COLLABORER, LES RÉSULTATS ESCOMPTÉS :

- ✓ Vous gagnez du temps.
- ✓ Les risques d'erreurs sont minimisés.
- ✓ Vous obtenez plus d'engagement de votre équipe.
- ✓ Vous bénéficiez d'une croissance des performances.

En conclusion,
GAGNEZ PLUS EN EXIGEANT MOINS !

Nos 3 clés de réussite :



Analysez
Optimisez
Collaborez



M Expérience a un service CLÉ EN MAIN pour atteindre vos objectifs :

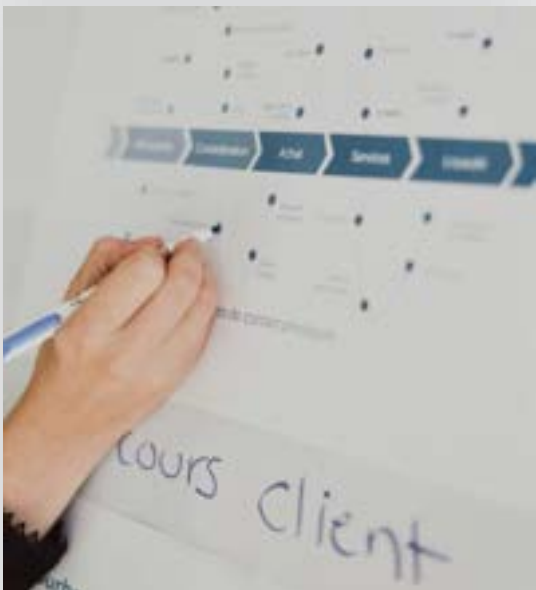
GAGNEZ PLUS EN EXIGEANT MOINS.

3 clés : analysez, optimisez et collaborez



À VOUS DE JOUER !

- ✓ Calculez la valeur vie de vos segments de clients.
- ✓ Participez à notre programme d'accompagnement et d'ateliers collaboratifs pour analyser et optimiser votre expérience client.
- ✓ Obtenez votre plan d'action concret pour gagner plus en exigeant moins.



M Expérience UN GAGE DE QUALITÉ

Depuis 2013, notre expertise dans la promotion, la vente et l'optimisation d'expériences bien-être et touristiques nous a permis d'aider plus de 80 entreprises à se distinguer et à maximiser leur rentabilité.

M Expérience est la référence lorsqu'il s'agit d'optimiser l'excellence en matière d'expériences liées au bien-être et à l'éveil des sens.

Nous avons développé une méthodologie éprouvée et basée sur une approche collaborative unique qui font de vos gestionnaires, employés et clients des acteurs principaux dans le processus d'optimisation de votre expérience client.



Nous demeurons disponibles pour toute question

438 800-8999 ext : 03

experiem.ca

