

# Approche client en distribution

Les 5 A

**CINQ ÉTAPES POUR UNE APPROCHE  
CLIENT RENTABLE !**

*Pr. Normand Bourgault, D.B.A.*



## Vente directe et circuit court

Le Samedi 28 janvier 2012

Centre communautaire Tétreau, 361 chemin Lucerne à Gatineau

### *Plan de la conférence*

1. **De la théorie bien pratique !**
  - Le marketing des services
2. **Le protocole de services : comment ça marche, les 5 A, en restauration ?**
3. **L'écriture d'un protocole de services de 5 A pour l'autocueillette à la ferme**
4. **Mission exploratoire formative: les 5 A en photos !**

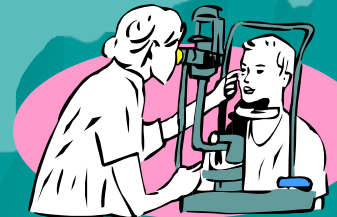
# Objectif de la présentation

À l'aide des 5 A du marketing de services,  
décrire comment planifier « l'expérience  
client » pour son entreprise.

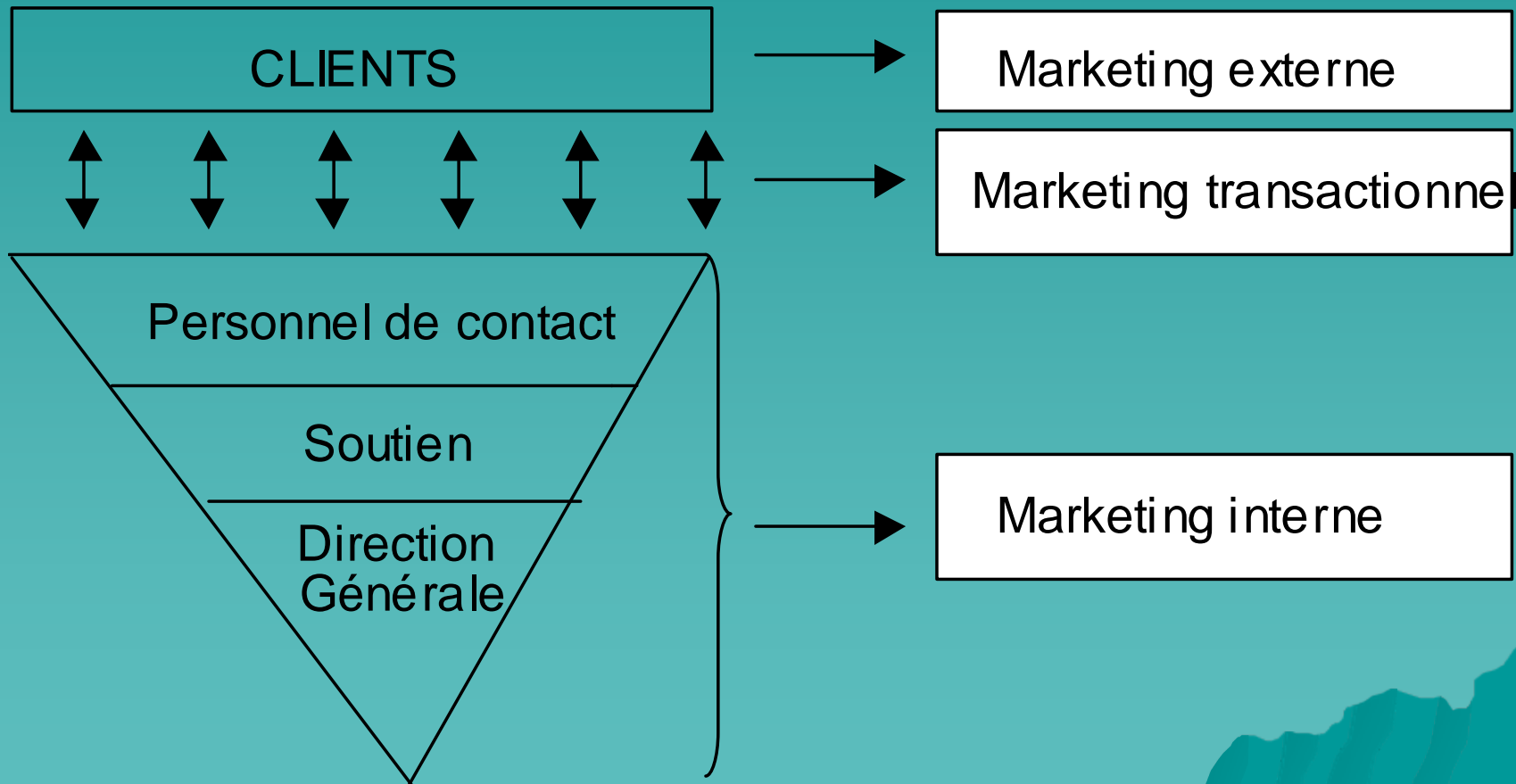


# Marketing des services

Un **service** est une expérience temporelle vécue par le client lors de son interaction avec le personnel de l'entreprise ou un support matériel et technique.



# Marketing des services



# Caractéristiques d'un service

- **Simultané** : Produit en même temps que consommé
- **Intangible** : Ne peut être stocké
- **Périssable** : Produit après la vente
- **Client engagé** : Totalemment impliqué dans le processus de prestation de service.
- **Variable** : Performance non standardisée qui dépend de qui rend le service, quand et où il est rendu.

Immatériel et inséparable du client !

# Identifier les attentes relationnelles

## ◆ Caractériser les clients

– Qui ils sont?

◆ Seul, couple, famille, groupe

– Ce qu'ils attendent?

◆ Pressés – chalands – nonchalants...

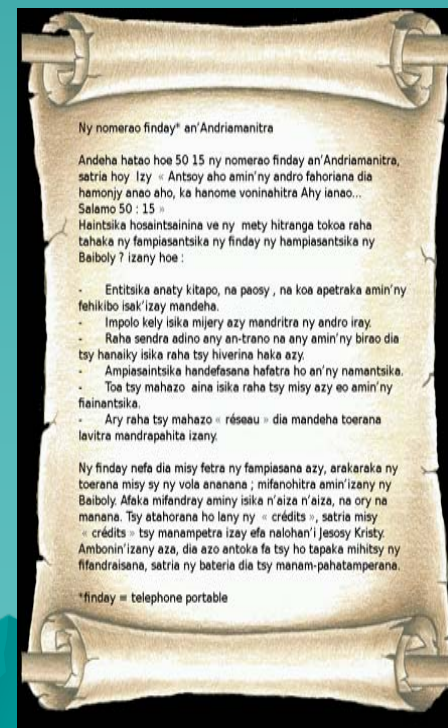
◆ Acheter – discuter – se recréer...

◆ Ambiance chaleureuse – formelle - guindée...



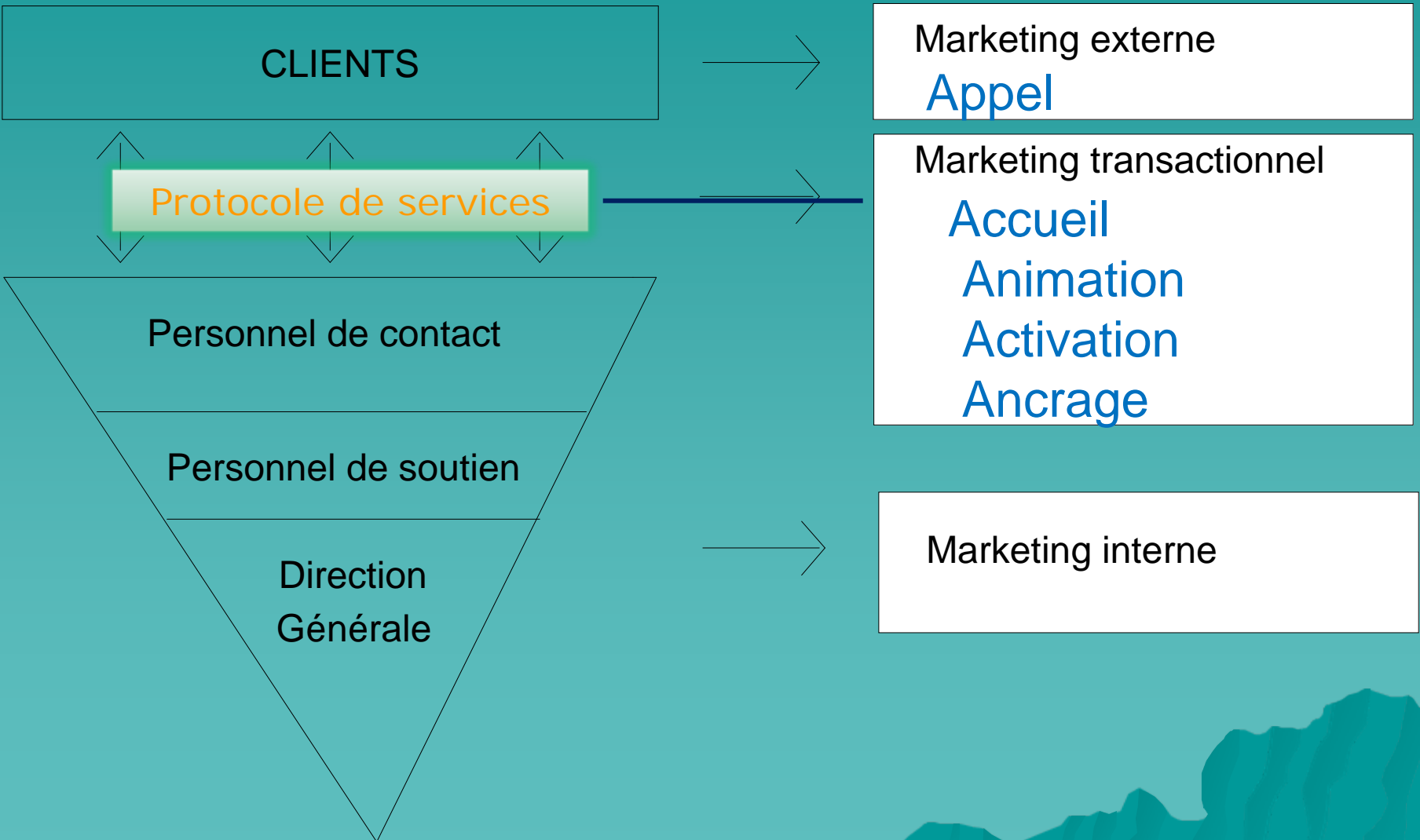
# Définir la relation offerte

- ◆ Choisir le ou les clients types à desservir
  - Définir « l'expérience client seul »
  - Définir « l'expérience client-famille »
- ◆ Décrire chaque « expérience client dans un **protocole de services** »
  - Décrit « l'expérience unique »
  - Décrit le service offert, étape par étape
  - Décrit la forme des relations (familier - amical – formel...)
  - Décrit le contenu des étapes
  - Décrit les occasions de profit
  - Outil de formation du personnel
- ◆ Former le personnel
- ◆ Évaluer la prestation de services





# Marketing des services



# Rédaction d'un protocole de services

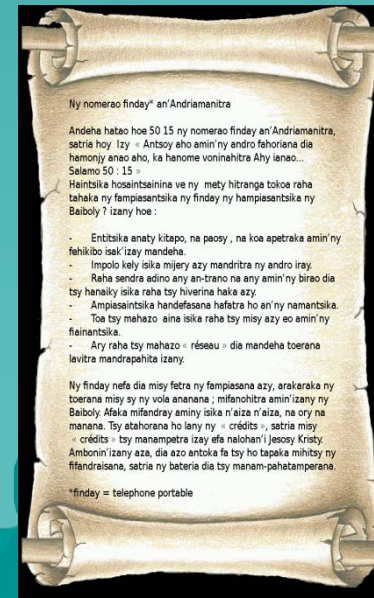
L'approche des 5 A  
(pour ne rien oublier)

Exemple de protocole pour un restaurant

# Appel

L'expérience client débute dès que le client est en route vers notre entreprise. Il est pris en charge par l'affichage de proximité à 15 kilomètres de notre place d'affaires.

Les panneaux indicateurs le guident jusqu'à l'entrée du stationnement.



# Appel

## ◆ Pour aider à se rendre chez nous

- Ministère des transports – affiches bleues
- Pancartes privées
- GPS



# Accueil (restaurant)

Le stationnement est bien identifié ainsi que l'entrée de la clientèle.

Une indication invite le visiteur à attendre sa prise en charge par une hôtesse.

Elle le salue et s'adresse à lui avec chaleur, respect **et sourire** en utilisant le « vous » de courtoisie.

Elle l'invite à exprimer sa préférence pour une section ou une autre du restaurant. Elle lui offre un journal.



# Accueil (restaurant)

Elle l'accompagne à une table qui correspond aux critères exprimés. Si ladite table n'est pas prête, le client sera invité à s'installer au comptoir-bar en attendant.

Occasion d'affaires !

Il y sera accompagné par l'hôtesse qui le confiera aux soins de la serveuse du bar.

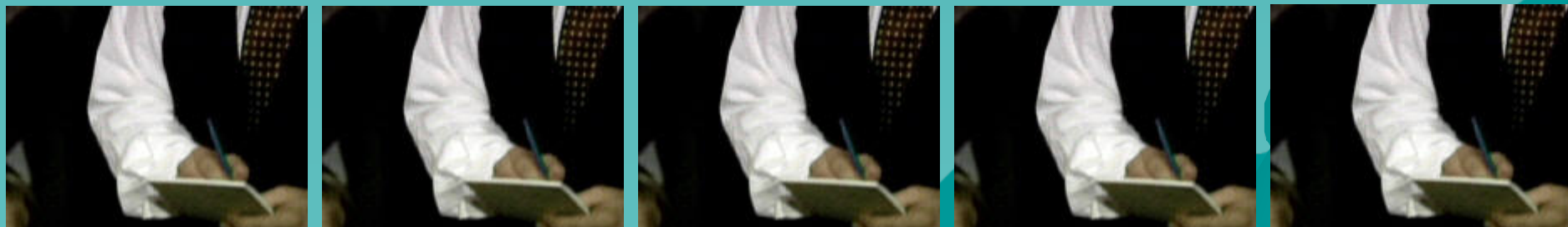
L'hôtesse invite ensuite le client à sa table et transporte les breuvages.



# Animation (restaurant)

**Apéro** : À la table, l'hôtesse remet le journal au client ainsi que la carte des vins et la carte des repas.

Elle lui présente le serveur de la section par la formule « Vous serez servi par \_\_\_ qui viendra prendre votre commande dans quelques instants. »



# Animation (restaurant)

Le serveur se présente et demande au client s'il souhaite un apéritif.

Devant un refus, il suggère l'apéro du mois en promotion, sans insister.

Occasion d'affaires !





# Animation (restaurant)

Le cas échéant, il apporte l'apéritif.

Il indique au client qu'il le laisse consulter la carte des repas tout en lui rappelant la table d'hôte ou les plats promotionnels de la semaine qui auront été indiqués au serveur lors de la réunion hebdomadaire des serveurs avec le maître de salle.

Occasion d'affaires !



# Activation (restaurant)

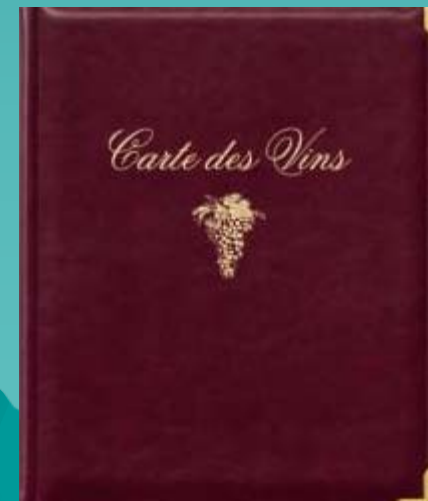
**Prise de commande :** Le serveur se présente à la table avec le panier pain – beurre et demande au client s'il a fait son choix.

Au besoin, le serveur rappelle au client les choix prescrits par le maître de salle ainsi que les accompagnements recommandés.

Le serveur s'informe du choix de vin et, le cas échéant, conseille selon les choix prescrits par le maître de salle. Ces choix respectent l'harmonie des plats et des vins.




Formation des serveurs !



# Activation (restaurant)

**Service du vin :** La bouteille, le sceau à glace recouvert d'une serviette de table blanche pour les vins blancs et les verres sont apportés sur un plateau afin d'éviter que le vin ne soit « remué ».



Formation  
du personnel  
de contact !

Le serveur dépose le plateau sur la table, et présente la bouteille au client afin d'avoir son approbation. « C'est bien ce ... que vous désirez ? » Il place les verres à la droite de l'assiette de service, vis-à-vis la pointe du couteau.

# Ancrage (restaurant)

...

Après avoir remercié le client de sa visite, le serveur remet au client le dépliant présentant les apéros, les plats et les vins promotionnels de la semaine suivante.

Évaluation du personnel de contact !



# Rédaction d'un protocole de services

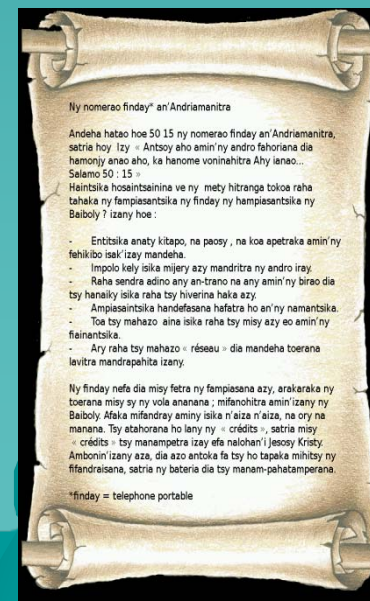
L'approche des 5 A  
(pour ne rien oublier)

Exemple de protocole pour  
l'autocueillette à la ferme

# Travail de rédacteur

## Vous êtes le rédacteur !

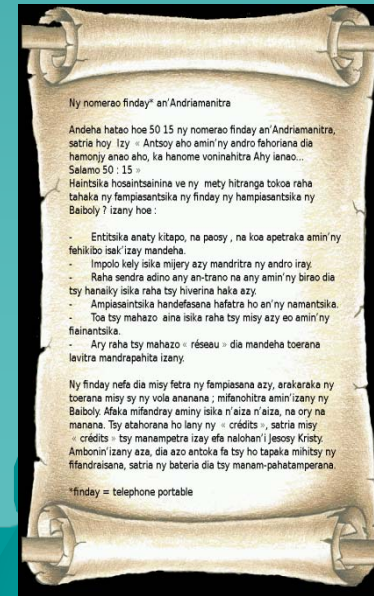
- Autocueillette de pommes
- Ouvert de la fin juillet à la mi-octobre
- Entreprise en milieu rural
- Reçoit des familles
- Reçoit des groupes
- Quelques animations sur le terrain



# Travail de rédacteur

Intérêt du client

Intérêt du pomiculteur

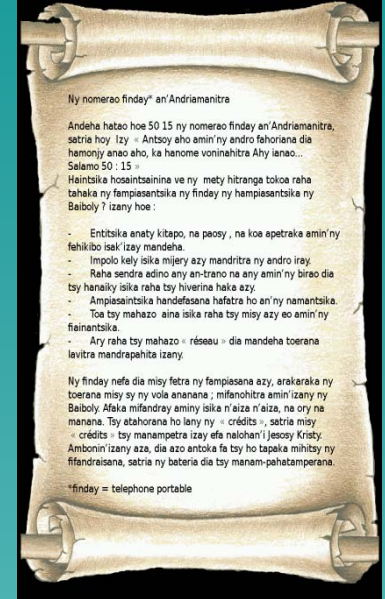


Concilier... et réconcilier...

# Appel

L'expérience client débute dès que le client est en route vers notre entreprise. Il est pris en charge par l'affichage de proximité à 15 kilomètres de notre place d'affaires.

Les panneaux indicateurs le guident jusqu'à l'entrée du stationnement.





# Accueil (autocueillette)

Le stationnement est bien identifié ainsi que l'entrée de la clientèle.

À l'entrée du stationnement, le client découvre... ?



# Accueil (autocueillette)

À l'entrée du stationnement, le client découvre...

- Les heures d'affaires
- Le tarif des activités
  - Prix d'entrée ?
- Les règles de bonne conduite sur le terrain
- Une illustration du parcours.

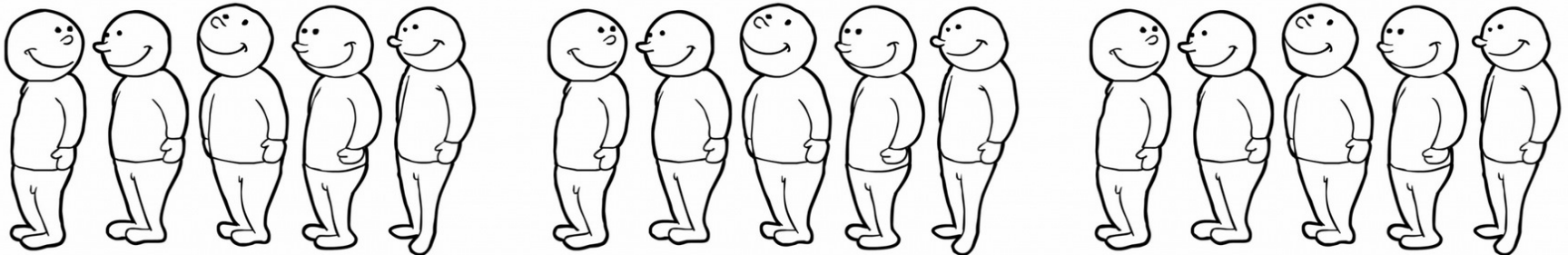


# Accueil (autocueillette)

On guide le client à la rencontre du personnel de contact...

- Le parcours est indiqué clairement par des flèches.
- Organiser une file d'attente équitable
- Informer du temps d'attente
- Prévoir des divertissements lors de l'attente

Occasion  
d'affaires !



# Accueil (autocueillette)

À l'entrée le caissier ...

- ... est aussi animateur.
- Il salue et s'adresse aux clients avec chaleur, respect **et sourire** en utilisant le « vous » de courtoisie.
- Il décrit les animations et vend les billets.



Occasion  
d'affaires !

# Animation (autocueillette)

S'il n'y a pas d'activité autre que la cueillette, les animations pourraient être ...

- Costumes
- Explications ou démonstrations de techniques de cueillette
- Panneaux d'interprétation
- Produits exposés
- Objets de cueilleur (sécateur, couteau, sel...)
- Dégustation des variétés de pomme à cueillir
- Indications de cueillette
- Itinéraire dans le verger
- Moyen de contrôle du temps passé dans le verger



Occasion  
d'affaires !

Le protocole inclut le laius complet d'animation aux clients

# Activation (autocueillette)

Remise du matériel de cueillette contre paiement ou dépôt. Possibilité d'augmenter la vente...

- Location ou vente de matériel « de luxe » du cueilleur
  - Échelle « de luxe », panier plutôt que sac...
- Recettes
- Carte des « spécialités » de la boutique
- Prime de quantité (plutôt que rabais)
- Coupons de dégustation « dans le verger »
- Aire de pique-nique en location...

Affichage et étalage complètent le laius d'animation

# Activation (autocueillette)

Au retour du client du verger: Paiement si dépôt prélevé. Possibilité d'augmenter la vente ?

- Boutique de produits transformés
- Coupon de dégustation gratuite à la boutique
- Passage de sortie « par la boutique » de produits transformés
- Carte des « spécialités » de la boutique
- Prime de quantité (plutôt que rabais)



# Ancrage (autocueillette)

Après avoir remercié le client de sa visite,  
la personne de contact s'assure de ...

- Invitation pour la nouvelle cuvée
- Questionnaire d'évaluation de la visite
- Fiche client avec adresse courriel

Évaluation du  
personnel de  
contact !

Jamais de rabais monétaire.  
Cela tue la valeur perçue des produits et services





Le protocole permet de  
planifier les occasions  
d'augmenter le chiffre  
d'affaires !

Le protocole permet de  
planifier la formation des  
employés

Le protocole permet de  
planifier l'évaluation des  
employés...

pour leur perfectionnement !

# Mission exploratoire formative

Les 5 A mis en œuvre... et en photos

Les A... à retenir !