



Chapitre 2 - COMMENT GÉRER VOTRE ENTREPRISES

2.1. ORIENTATION CLIENT

Orientation Client

Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne. Cette publication reflète les points de vue seulement de l'auteur et la Commission ne peut être tenue pour responsable de toute utilisation qui pourrait être faite de l'information qui y est contenue.

L'orientation client devrait être reflétée, tout d'abord, dans la mission de votre entreprise. Il est essentiel de toujours garder à l'esprit que la mission de votre entreprise doit répondre aux **besoins de vos clients**. Pour cette raison, il est très important de formuler **la mission de votre entreprise** en fonction des besoins de vos clients.

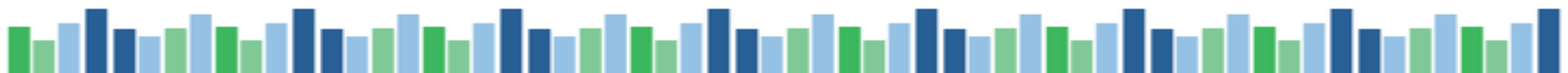
Comprendre les besoins de vos clients est un facteur clé de la réussite de votre entreprise. Afin de rendre votre entreprise axée sur le client, il est indispensable de veiller à ce que le satisfier (vos produits et / ou services) que vous offrirez réponde véritablement à un besoin et attire vos clients potentiels. Vous devez également vous rappeler que les différents types de clients peuvent avoir des besoins différents ou trouver des résultats différents attrayants. Cela devrait vous conduire à «segmenter» vos clients potentiels dans le but de clarifier leurs relations possibles avec votre entreprise.



La réalisation de cette analyse de marché ne nécessite pas de dépenses exceptionnelles. Voici quelques exemples des méthodes que vous pouvez utiliser:

- Donnez des démonstrations de vos services ou organisez un échantillon de vos produits pour voir comment ils sont reçus.
- Recherchez sur Internet des données statistiques sur la consommation de produits similaires.
- Observez ce que les autres entreprises comme la vôtre vendent, en les abordant comme clients.
- Plus important encore, vous pouvez parler à des personnes dans l'endroit où vous allez configurer votre entreprise ou les personnes que vous considérez comme ayant des caractéristiques en commun avec les clients que vous viserez.

Une fois que vous avez déterminé si le satisfieur ou les satisfaits considérés sont adéquats, vous devez prendre une autre étape pour assurer votre orientation client. L'identification précise de vos **points forts** et ceux de votre plan d'affaires et d'identifier vos **faiblesses** et celles de votre plan vous permettra de percevoir avec plus de clarté la façon de les surmonter ou de minimiser leur impact sur le développement de l'entreprise.





Vous devez informer périodiquement vos clients pour savoir si leurs besoins ont changé et si les satisfactions que vous leur offrez répondent adéquatement à leurs besoins. Une approche souple est probablement celle qui favorisera le succès de votre entreprise: votre entreprise doit changer et être capable de s'adapter.

