



1

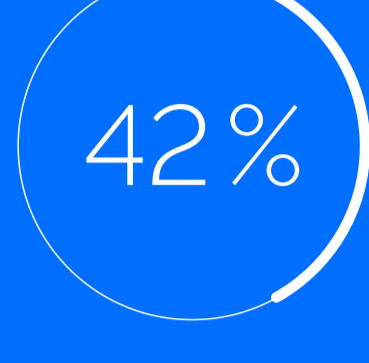
LA FIDÉLISATION CLIENT EST CAPITALE EN BTOB...



des entreprises en BtoB considèrent **assez ou très importante** la **fidélisation de leurs clients professionnels**.

2

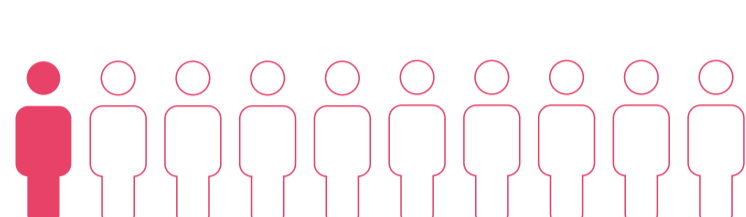
C'EST D'ABORD ET AVANT TOUT UN LEVIER DE DÉVELOPPEMENT



des entreprises interrogées indiquent que la **fidélisation sert avant tout à développer le business** avec leurs clients existants.
36% des entreprises citent la **rétenion**.

3

DE NOMBREUSES DÉMARCHES SONT ENGAGÉES... MAIS PEU SONT ABOUTIES



9 entreprises sur 10 ont initié une démarche de fidélisation client... mais seulement **1 sur 10 l'a réellement menée à terme**.

4

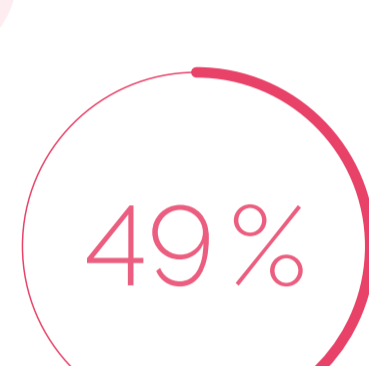
ET LE NIVEAU DE FIDÉLISATION DES CLIENTS RESTE PEU CONNU



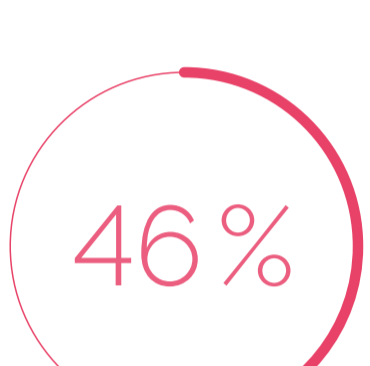
des entreprises seulement **connaissent très bien** le **niveau de fidélisation** de leurs clients professionnels.

5

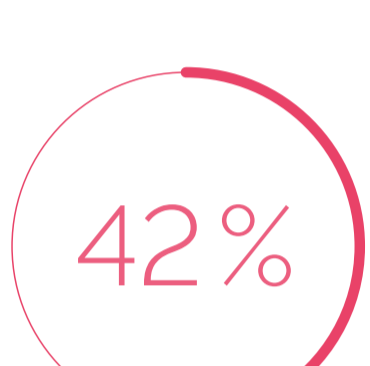
TROIS INDICATEURS SONT UTILISÉS POUR MESURER CETTE FIDÉLISATION



Taux de satisfaction



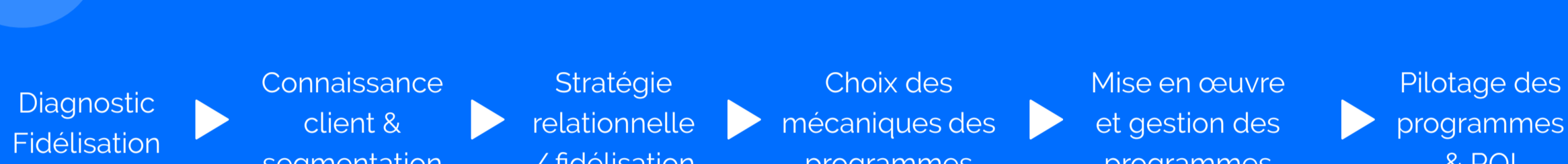
RFM



Évolution du CA ou marge

6

LES 6 ÉTAPES D'UNE DÉMARCHÉ DE FIDÉLISATION CLIENT EN BTOB



7

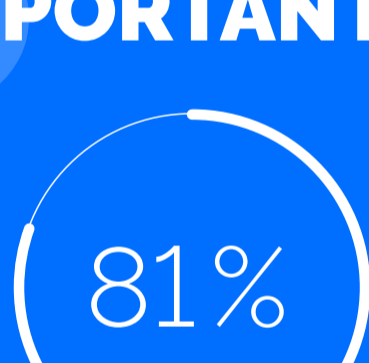
LE NIVEAU DE MAÎTRISE EST GLOBALEMENT SOUS-ÉVALUÉ



seulement des entreprises BtoB déclarent **très bien maîtriser** l'intégralité de la démarche de fidélisation client.

8

DEUX ÉTAPES SONT CONSIDÉRÉES COMME TRÈS IMPORTANTES DANS LA DÉMARCHÉ DE FIDÉLISATION



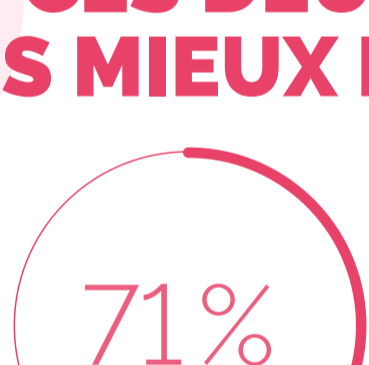
Connaissance client & segmentation



Stratégie relationnelle & fidélisation

9

ET CES DEUX ÉTAPES SONT AUSSI LES MIEUX MAÎTRISÉES...

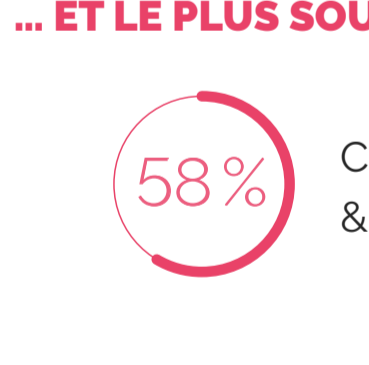


Connaissance client & segmentation

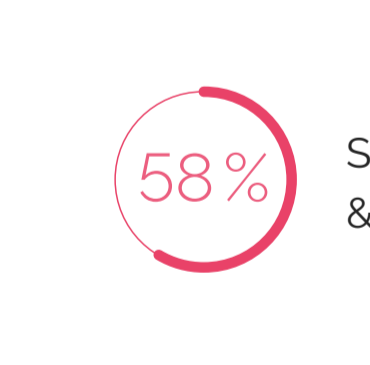


Stratégie relationnelle & fidélisation

... ET LE PLUS SOUVENT EXTERNALISÉES



Connaissance client & segmentation



Stratégie relationnelle & fidélisation

10

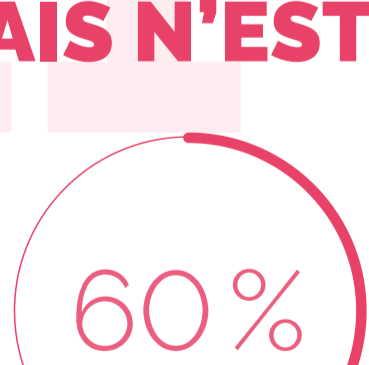
LES PRÉREQUIS DÈMEURENT POUR FIDÉLISER EN BTOB



des entreprises citent **la qualité de l'offre produits / services** comme élément principal pour fidéliser leurs clients BtoB.
Suivi par le **service client** 16% et la **personnalisation de la relation** 14%.

11

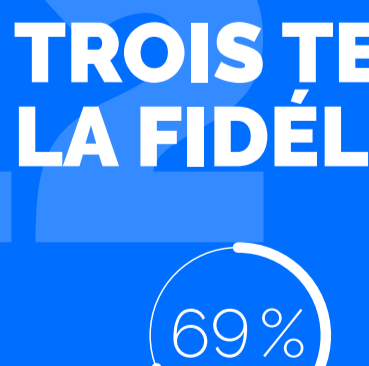
LE TRANSACTIONNEL RESTE NÉCESSAIRE MAIS N'EST PLUS SUFFISANT



des entreprises notent « **les services premium** » autour de l'accompagnement métier parmi les actions de fidélisation BtoB les plus pertinentes.
S'ensuit **en 2° position tout ce qui relève des avantages financiers** : remises commerciales, RFA, produits offerts, points cadeaux.

12

TROIS TENDANCES SONT OBSERVÉES SUR LA FIDÉLISATION CLIENT BTOB D'AUJOURD'HUI



Relation personnalisée



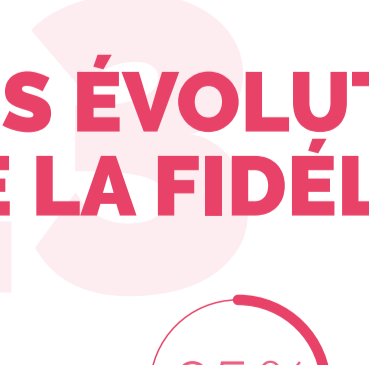
Rôle de la marque et des contenus



Services premium et exclusifs

13

LES ÉVOLUTIONS QUI VONT IMPACTER L'EFFICACITÉ DE LA FIDÉLISATION BTOB DE DEMAIN



L'accès à la connaissance client par les outils technologiques



L'exploitation de l'intelligence client (segmentation clients, scoring...)



Le développement de l'e-commerce pour les INDIRECTS (28%) & Les moyens de communication multicanal pour les DIRECTS (22%)