

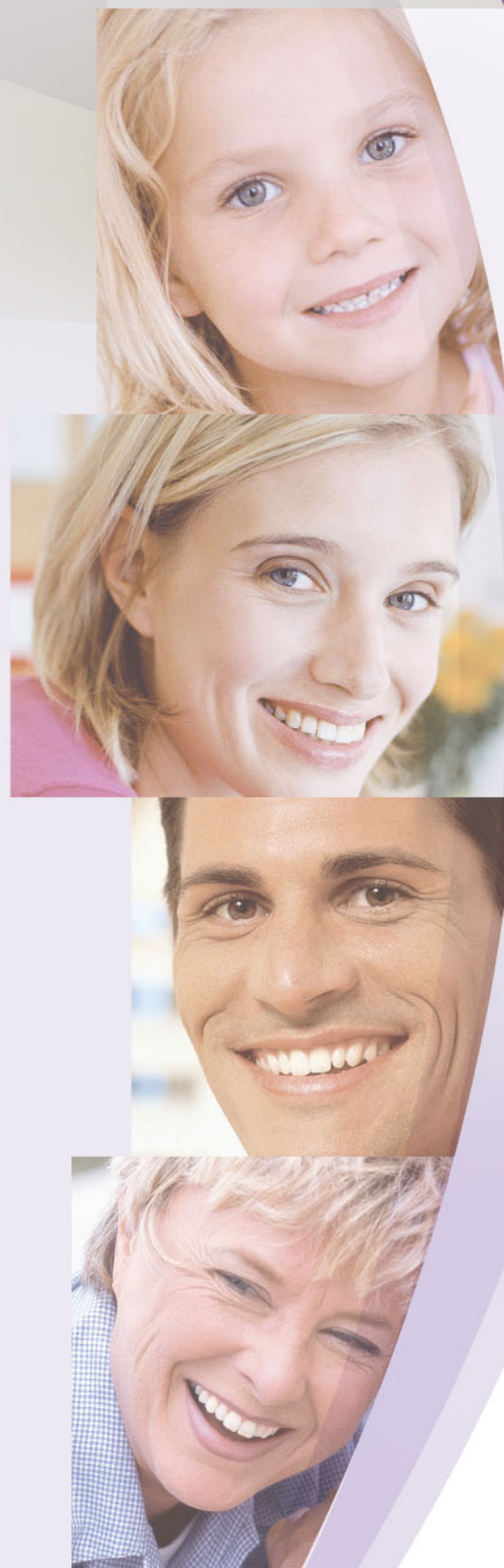
Une solide expérience

dans le domaine de la relation
avec les consommateurs
d'un grand groupe international,
a donné la volonté à Marie Salvage
de créer QualiConso.

Elle décide de mettre son expérience
à la disposition d'entreprises
dont l'objectif est de donner une place
prioritaire à la qualité de leurs services
auprès des consommateurs.

Marie Salvage a créé et fait vivre,
dans cet important groupe, le service
consommateurs qui a été couronné
par l'obtention du Trophée du meilleur
service Consommateurs français.

Cette expérience s'est complétée
par la gestion de cas sensibles
anticipant ainsi d'éventuelles crises
pouvant fortement entacher
l'image du Groupe.



Comment optimiser vos relations avec vos consommateurs ?

Quelles solutions pour traiter leurs demandes et répondre au mieux à leurs attentes ?

Comment les fidéliser et en recruter de nouveaux ?

Les missions de QUALICONSO

- ◆ L'audit
- ◆ Le conseil
- ◆ La formation
- ◆ La mise en place
du service
Consommateurs
- ◆ La possibilité de mise à disposition
d'un call center.
- ◆ Visites et appels mystères.



Objectifs et Enjeux du service Consommateurs

**Au-delà de son influence
sur l'image de marque,
il répond à 6 objectifs
de l'entreprise :**

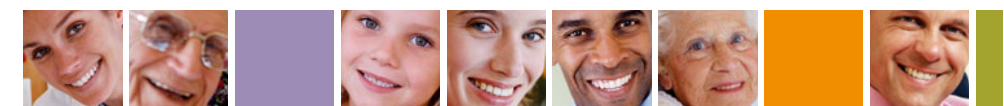
- ◆ améliorer la satisfaction du client,
- ◆ améliorer la qualité des produits et
des services,
- ◆ fidéliser les clients et
en recruter de nouveaux,
- ◆ assister le service Recherche et
Développement,
- ◆ accroître le chiffre d'affaires,
- ◆ anticiper les crises.





Pourquoi

un service Consommateurs ?



Vous ne pouvez vous permettre
de l'ignorer !

Le service
Consommateurs
est un élément clé
de
la relation client.

Être « **orienté Client** »
est aujourd'hui un facteur
de succès essentiel
pour l'entreprise.
Or, le service Consommateurs
fait **partie intégrante**
de cette stratégie.

Placer le Client au cœur
des stratégies de l'entreprise
est primordial et incontournable.
Le besoin de transparence et
de proximité de la part
des consommateurs se fait
de plus en plus ressentir et
le marketing services
constitue l'un des moyens
de différenciation.

Il est
à son écoute tout
au long de son expérience
avec la marque.

Il offre à
l'entreprise
des opportunités
de business et
de fidélisation.

Qu'attend

le consommateur
de votre entreprise,
de votre marque ?

**Aujourd'hui, le consommateur veut connaître
parfaitement le produit qu'il consomme ou utilise.**

Il exige :

- 👍 Une information précise, complète et diversifiée,
des conseils, recommandations, ...
des relations proches et personnalisées,
un besoin de transparence.
- 👍 C'est en partie, grâce aux remarques des consommateurs
que les produits/services peuvent être améliorés
de façon à répondre le plus justement à leurs besoins.
- 👍 Chaque consommateur est unique.
Il faut l'écouter, le comprendre et rechercher
les causes possibles de ses insatisfactions.
- 👍 Il est nécessaire d'adapter la réponse
au langage des produits.

Un consommateur mécontent fait beaucoup de dégâts.

Il « contamine » 11 autres consommateurs.

Il est donc important de lui donner les moyens de faire part
de ses remarques ou mécontentements à l'entrepreneur
afin que celui-ci prenne en compte ces observations et
puisse en tirer les conséquences...

En effet, un consommateur satisfait peut
se transformer en **fidèle**
porte-parole !

Le saviez-vous ?



Que vous
apporte
QualiConso ?

- 👉 Un ensemble d'outils
qui vont vous permettre d'assurer
un traitement en temps réel de
toutes les demandes et réclamations
faites par vos clients.
- 👉 La capacité d'affecter vos ressources
en fonction des urgences et des priorités.
- 👉 Un outil de pilotage de la qualité de service
et du respect de vos engagements.
- 👉 L'anticipation et la formalisation du
traitement de l'information.
- 👉 La mise en place du processus de
relations du consommateur
avec l'entreprise, la marque.





La solution pour gérer
vos relations avec
vos consommateurs

Tél. 06 25 11 73 74
marie.salvage@qualiconso.fr