

Infographie Au-delà des ventes : 7 raisons pour lesquelles la véritable expérience client commence après l'achat



La réussite des clients est essentielle à la satisfaction et à la fidélité à long terme, mais 37 % des entreprises ne disposent pas d'une stratégie clairement définie.¹ Voici 7 raisons pour lesquelles l'engagement après la vente est tout aussi important que l'acquisition :

1 Les attentes grimpent en flèche

93 % des équipes de service clientèle déclarent que les attentes des clients sont plus élevées que jamais²



Deux tiers des clients

estiment que les entreprises ne répondent pas assez rapidement à l'évolution des besoins³

2 La fidélité est une cible mouvante

Plus d'un tiers des clients ne sont pas fidèles aux marques⁴



70 % des clients sont prêts à quitter le navire pour un clic⁵

3 La fidélisation porte ses fruits

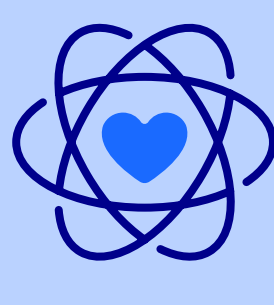
Les organisations doivent acquérir **3 nouveaux clients** pour compenser la perte d'un seul client⁶



Les clients satisfaits sont **20 à 30%** plus susceptibles de rester et coûtent moins cher à conserver⁷

4 Les clients fidèles règnent en maîtres

80 % de la création de valeur provient de l'exploitation de nouveaux revenus auprès des clients existants pour les entreprises dont la croissance est la plus florissante⁸



Les clients fidèles ont une valeur à vie plus élevée comparée aux acheteurs ponctuels ou occasionnels

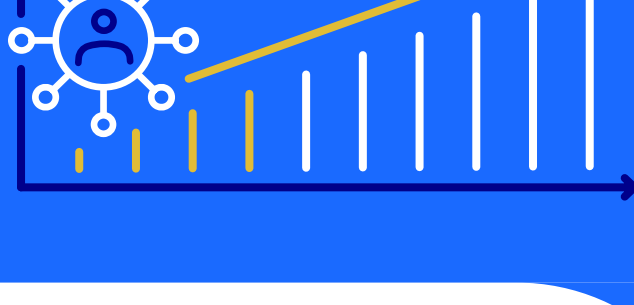
5 La puissance de la communication après-vente

Une communication permanente peut susciter ou ruiner la satisfaction des clients



Les entreprises augmentent leur chiffre d'affaires **41 % plus rapidement**

lorsqu'elles se concentrent sur l'amélioration de l'expérience client par le biais de communications omnicanales⁹.

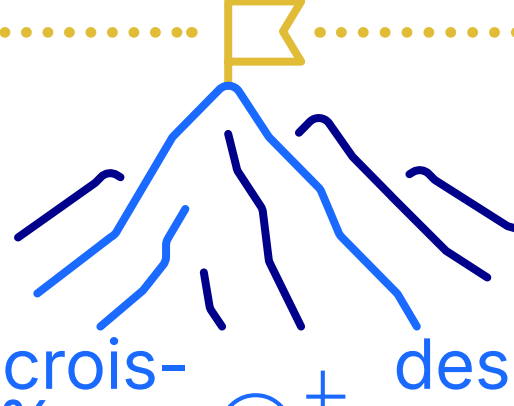


6 Investir dans la réussite des clients change la donne

Les entreprises fidélisent **2,2 fois plus** de clients par an lorsqu'elles privilégient la réussite client tout au long du parcours client¹⁰



Les entreprises présentent, en moyenne, un taux d'accroissement **10 % plus élevés**



et des taux de fidélisation **2 % plus élevés**

lorsqu'elles monétisent la réussite de leur client¹¹

7 Vos concurrents l'ont compris

Les rôles dans la réussite client enregistrent une **croissance de 34 %** d'une année à l'autre¹²



Les revenus récurrents **augmentent de 9 %**



lorsque les entreprises confient la responsabilité de la réussite des clients au service clientèle à des fins de fidélisation et de revenus, plutôt que de laisser cette tâche aux vendeurs¹³

Découvrez les secrets de l'engagement client après la vente.

Lancez-vous

1 SurveySparrow, Planning for Customer Success Strategies 2021 : Takeaways from State of CS 2020
 2 Forbes, 15 Stats About Post-Covid Customer Service, 2022
 3 Harvard Business Review, Keeping Up with Customers' Increasingly Dynamic Needs, 2022
 4 Forbes, The Death Of Brand Loyalty, 2023
 5 Salesforce, State of the Connected Customer 4th Ed.
 6 McKinsey & Company, On Experience-Led Growth : Focusing on existing customers to unlock growth, 2023
 7 Ibid.
 8 McKinsey & Company, Experience-led growth : A new way to create value, 2023
 9 Aspire Customer Communications Services, The Future of CX in 2024
 10 Forrester, Customer-Led Growth Is Getting More Attention Among B2B Firms : Should You Care ?, 2023
 11 LinkedIn, The Iceberg of Customer Success Profitability & Scale, 2022
 12 LinkedIn, 2020 Emerging Jobs Report
 13 LinkedIn, The Iceberg of Customer Success Profitability & Scale, 2022