

Comment fidéliser ses visiteurs ?

DES VISITEURS SONT VENUS CHEZ VOUS... BRAVO!

Maintenant, comment les fidéliser pour qu'ils reviennent sur votre domaine, participent aux activités que vous proposez et rachètent du vin ?

La gestion du fichier client

Savoir dans quelle tranche d'âge se situe votre clientèle vous permet d'adapter les propositions en conséquence.

Pour compléter votre fichier, n'hésitez pas à questionner vos clients. Il ne s'agit pas de les soumettre à un interrogatoire. Généralement, ils donnent volontiers leur profession et leur âge.

Pour avoir des infos à tous les coups, expliquez le bénéfice qu'ils ont à répondre à vos demandes "nous vous tiendrons informés de l'actualité du domaine" "nous nous inviterons au prochain salon près de chez vous", etc.



Organiser son fichier clients soulève deux questions :

- De quelles informations ai-je besoin ?
- Et pour quoi faire ?

Mieux vaut se limiter à quelques informations présentant un réel intérêt par rapport à vos objectifs, mais les détenir pour chacun de vos clients : nom, adresse, coordonnées téléphoniques... sans oublier l'adresse e-mail, réduisant les temps et les coûts de communication.

Des renseignements complémentaires vous permettront à la fois de cibler vos mailings et d'affiner votre stratégie : âge, profession, régularité des achats...

La structuration du fichier client :

Les fichiers peuvent être structurés :

- Par critère géographique (zone, département, région)
- Par critère de circuits de distribution (particuliers, professionnels)
- Par type de clients (particuliers, clubs, associations, CE...)

Chaque client possède une fiche qui regroupe les informations le concernant classées en 3 parties :

- L'état civil et les coordonnées commerciales
- Les observations sur le comportement d'achat du client, ses préférences...
- L'historique des relations commerciales : nombre et qualité, CA réalisé, produits vendus, attentes...

Exemple de fiche client "particuliers" :

État civil	
Prénom
Nom
Adresse
Tel fixe / tel mobile / fax
Courriel
Profession	
Origine du 1^{er} contact	
Mode de paiement	
Age	sexe
Observations : goûts, habitudes	

DURÉE DE VIE DU FICHER CLIENTS

La durée de vie du fichier clients est un élément clé de la démarche commerciale.

Une fiche sans mouvement pendant 30 mois est retirée du fichier actif et placée dans le fichier passif.

Cette décision doit être prise selon la durée de garde du vin en cave.

Chronologie des achats :

Dates	Type ou lieu du contact	Besoins et raison de l'achat	CA	Type de produits en Quantité	Observation

Mettre en place des enquêtes de satisfaction

Une enquête de satisfaction vous permet d'avancer.

L'enquête de satisfaction sert à :

- Bâtir la stratégie de votre entreprise
- Vérifier la qualité de vos services actuels
- Comprendre pourquoi les visiteurs ont aimé venir chez vous
- Vérifier l'intérêt de vos clients pour un nouveau service, un nouveau produit, une nouvelle adaptation, etc.

Tout en conservant vos différences, votre savoir faire, l'enquête permet d'obtenir l'avis de vos clients.

Exemple de fiche :

Avec cette enquête, le vigneron cherche à :

- Recenser les visiteurs pour communiquer avec eux tout au long de l'année
- Vérifier que ses investissements en publicité et envoi de mailings sont rentables
- Mesurer la qualité de l'accueil de son équipe
- Recenser des améliorations.

Gestion des fichiers :

- En cas de gestion informatique de votre fichier, n'oubliez pas de respecter les termes de la loi "Informatique et libertés" et de mentionner les coordonnées permettant à vos visiteurs d'exercer leurs droits.

Plus d'infos : www.cnil.fr



Gardons le contact!

**Puis-je conserver vos coordonnées pour vous communiquer nos promotions, vous tenir informé de notre actualité, vous inviter sur nos salons, nos portes ouvertes ?...
Oui ? Alors je vous remercie de compléter cette fiche.**

Date de votre visite :

Vos coordonnées :

Nom :

Prénom :

Adresse :

Téléphone :

Mail :

Comment nous avez-vous connus :

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Restaurant | <input type="checkbox"/> Invitation, mailing |
| <input type="checkbox"/> Guide, palmarès concours | <input type="checkbox"/> Bouche-à-oreille |
| <input type="checkbox"/> Publicité | <input type="checkbox"/> Déjà client |

Autre :

Votre avis nous intéresse !

Avez-vous apprécié les vins offerts à la dégustation ?

- ++ + 0 - --

Avez-vous apprécié l'accueil qui vous a été réservé ?

- ++ + 0 - --

Que souhaiteriez-vous nous voir améliorer au niveau de cette visite / dégustation ?

Merci de votre visite

Conformément à la loi "informatique et libertés" du 6 janvier 1978, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification aux informations qui vous concernent. Si vous souhaitez exercer ce droit et obtenir communication des informations vous concernant, veuillez vous adresser à **ADRESSE DU DOMAINE**.

Source : Qualenvi L'engagement durable des Vignerons Indépendants

UN CLIENT INSATISFAIT MAIS QUE VOUS AVEZ CONSIDÉRÉ REVIENT TOUJOURS.

Alors, donnez à vos clients la possibilité de faire part de leur insatisfaction.

Lorsqu'un client se plaint, si vous prenez en compte "son problème" (et même si vous ne répondez pas favorablement à sa requête...), vous le garderez.

LE TRUC EN PLUS :

Fidélisez vos employés.

Laissez vos salariés s'exprimer.

Dans toutes les entreprises, il y a des moments où l'ambiance de travail est plus tendue que d'autres, où les discordes se font sentir...

Pour assainir les critiques non constructives et les non dits, proposez à votre personnel de remplir les enquêtes de satisfaction en se mettant à la place du client

Vous pouvez leur donner cette consigne : "Selon vous, quelles réflexions pourrait faire un visiteur en venant au domaine ?"

LE CONSEIL DES VIGNERONS INDÉPENDANTS : FAIRE DE SES CLIENTS DES PARRAINS

Invitez vos clients à venir accompagnés des amis, de la famille, etc. :

"Invitez vos amis à découvrir notre domaine"

Pour cela, créez des formules pour tous :

- Visite des vignes à pied, à cheval, à vélo, etc.
- Randonnée pédestre de découverte des terroirs de la propriété
- Après-midi découverte avec une collation.