

## Customer Centricity

### Expérience Client et Performance Commerciale

Les crises se succèdent et bouleversent les habitudes des clients – Digital, Sanitaire, Politique et militaire – le monde se transforme, les « clients » aussi. En quelques années, le « sens » donné à la proposition de valeur et l'amélioration de l'expérience client sont devenus essentiels à la performance durable des entreprises. Les technologies et la qualité humaine des nouvelles organisations sauront, peut-être, mettre en place cela.

### Comment acquérir et fidéliser les clients volatils et devenir incontournable sur son marché ?

Les crises apportent des opportunités sans précédent pour les entreprises qui sauront les saisir. Pour cela, elles devront adapter leur proposition de valeur pour l'inscrire dans les aspirations profondes de leurs cibles, offrir une expérience client customisée et enchantresse et transformer leur organisation et approche commerciale.

### Redéfinir sa proposition de valeur pour donner du sens et créer l'adhésion



Les consommateurs, en quête de sens, ont besoin de sécurité et sont sensibilisés aux questions environnementales et sociales. Ils sont désormais des diginautes confirmés prompts à adopter des offres digitalisées, capables de leur faire gagner du temps ou de simplifier leur quotidien.

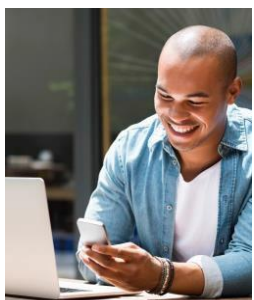
Être reconnu aujourd'hui ne suffit plus. Les entreprises doivent renforcer l'adhésion à leur marque en adaptant leur proposition de valeur aux nouvelles attentes et aspirations de leurs clients.

### Utiliser l'expérience client comme levier de croissance

Les clients, aujourd'hui, comparent les expériences avant les marques. Ils sont devenus sensibles au prix et avides de commodité. Savoir susciter l'enchantement client est devenu une obligation pour les entreprises au risque de voir leurs clientèles partir. Pour cela, elles doivent savoir exploiter les remontées clients, tirer parti de la donnée, adapter leurs offres, innover rapidement et promouvoir une culture client auprès de leurs collaborateurs.



### Adapter son approche commerciale aux nouveaux usages



Les fonctions commerciales doivent se réorganiser au plus vite pour être en mesure de répondre à ces mutations. Le client motive désormais presque entièrement son achat sur la base de ses recherches en ligne et des avis clients.

Le nouveau vendeur B2B collabore avec le marketing. Il est digital, omnicanal et empathique. Il automatise une partie de ses activités. Il peut souvent être remplacé par de l'e-commerce pour les achats non stratégiques ou récurrents.

## Ils nous font confiance

BNP Paribas, NATIXIS, CNP, Blablacar, Klesia, Blackfin Capital Partners, Engie, EDF, M-iTrust, Hôpitaux Parisiens Saint Joseph, Ring Capital, Coface, CNAV, Société Générale, Crédit Agricole, Orange, AccorHotels (Wojo)...



GE Healthcare



## Une intelligence collective, riche de talents et de partenaires

La communauté de PremiumPeers dispose de plus de 600 experts qui vous accompagnent pour organiser et mettre en œuvre un programme de transformation efficace, en considérant, avec vous, tous les facteurs de réussite.

### Proposition de valeur



- Capturer les signaux faibles et remontées clients
- Adapter offre, proposition de valeur et image de marque aux nouvelles attentes clients
- Assurer la cohérence de marque à tous les points de contacts
- Accompagner l'innovation grâce à l'expérimentation

DÉFINIR ET EXÉCUTER UNE STRATÉGIE DE CROISSANCE COMMERCIALE



### Expérience client

- Créer des personæ cibles
- Mise en place de suivi des remontées clients, e-réputation et signaux faibles
- Modéliser et refondre des parcours et expériences clients omnicanaux
- Accélérer la stratégie data et exploiter le marketing prédictif Optimisation du ZMOT, FMOT, SMOT
- Créer des stratégies de fidélisation et de rétention client

### Performance commerciale



Transformer l'organisation commerciale des entreprises :

- compétences, management, process, outils
- Développer une approche Social Selling, ABM et de marketing d'influence
- Insuffler une culture d'entreprise customer-centric, agile et engageante et promouvoir l'employee advocacy
- Suivi de la performance et amélioration continue

## Maximiser votre performance client grâce à l'expérience de nos talents

Nos modes d'intervention vont de l'apport d'expertise et du support aux projets jusqu'à la direction de projet et au management de transition. Tous les membres de PremiumPeers, ont structuré et conduit sur le terrain, des projets complexes et variés de transformation stratégique, digitale ou opérationnelle. Ils s'appuient sur des méthodes d'analyse, de gestion de projet et d'amélioration de la performance éprouvées et connaissent les outils les plus innovants.

Vous souhaitez rendre votre organisation commerciale plus performante et améliorer l'expérience de vos clients ? [Contactez-nous.](#)



**Thierry**

Digitaliser la croissance



**Thibault**

Vendre à l'ère du digital



**Benoît**

Réussir la transformation commerciale



**Isabelle**

Parfaire l'expérience client



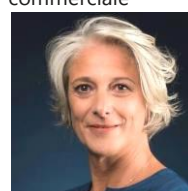
**Jean-Michel**

Déployer un réseau



**Jacques**

Innovier et donner du sens



**Sophie**

Orchestrer la croissance



**Martine**

Accroître les parts de marché