



# Gérer votre relation clients

## Qu'est ce que la GRC?

La Gestion de la Relation Client (GRC) ou, en anglais, Customer Relationship Management (CRM) est l'ensemble des outils et techniques destinés à capter, traiter, analyser les informations relatives aux clients et prospects. L'objectif est de les **fidéliser en leur offrant le meilleur service**.

La GRC doit être envisagée comme une stratégie d'entreprise où deux buts essentiels sont poursuivis : **augmenter les bénéfices et accroître la satisfaction du client**.

**Pour un professionnel du tourisme, établir une relation de confiance avec le voyageur dès la première étape est un enjeu majeur.**

### AVANT le séjour

#### Côté client

- Identifie son besoin, rêve
- Recherche un établissement
- Compare les offres

#### Côté professionnel

- Être présent sur les sites institutionnels de destination
- Avoir un site internet séduisant, informatif et adapté pour les mobiles
- Avoir recours à la publicité
- Bien référencer votre site Internet
- Entretenir votre e-reputation
- Avoir un système de réservation en ligne simple et efficace

### PENDANT le séjour

#### Côté client

- Se déplace
- Voyage
- Visite

#### Côté professionnel

- Tenir ses promesses clients
- Fournir des services supplémentaires comme accès WIFI gratuit
- Personnaliser votre service
- Impliquer vos visiteurs sur les réseaux sociaux
- Séduire vos clients avec des offres valables uniquement sur place

### APRÈS le séjour

#### Côté client

- Évalue son séjour
- Parle de vous

#### Côté professionnel

- Bouche à oreille version 2.0 : Suivre les sites d'avis, les blogs et répondre aux clients
- Utiliser votre e-reputation comme un outil promotionnel
- Entretenir votre relation clients
- Animer vos réseaux sociaux

Voici quelques exemples d'actions concrètes à mettre en place à chaque étape du cycle du voyageur pour entretenir votre relation clients (liste non exhaustive et à personnaliser selon vos envies)

## Rêver

Connaître vos clients  
et les catégoriser



Proposer une newsletter sur votre site internet. L'inscription via un formulaire vous permet de recueillir les adresses emails et de les catégoriser dans un fichier clients.

## Planifier

Informier efficacement  
vos clients



Durant cette étape, vos clients potentiels vont comparer les offres. Être présent sur les sites d'avis et les comparateurs sera alors un atout. Les informations diffusées doivent être exactes et mises à jour. Si le voyageur est dirigé sur votre site internet, il doit y trouver toutes les informations nécessaires à la réservation ainsi que vos coordonnées pour vous contacter.

## Réserver

Simplifier les étapes de  
la réservation



Une réservation facilitée en 3 clics permet de réduire le taux d'abandon. Vous pouvez, par exemple, mettre en place un système de relance des visiteurs n'étant pas allés au bout de leurs réservations sur votre site internet (abandon en cours de réservation). Vous pouvez aussi, installer un module de chat sur votre site Internet. Cela peut encourager les futurs clients à entrer directement en contact avec vous et lever les derniers freins à l'achat.

## Séjourner

Fournir un service de  
qualité correspondant  
aux attentes du client



En personnalisant votre service, vous augmentez vos chances de satisfaire au mieux vos clients et de générer une expérience positive. De plus, n'oubliez pas que votre équipe est l'élément clé de la relation clients. Veillez au bien-être de vos salariés autant qu'à celui de vos clients.

## Partager

Fidéliser vos clients



Prenez l'habitude de demander les adresses email de vos clients avec l'accord d'envoyer des emails/newsletters. Vous pouvez également les inciter à vous suivre sur vos réseaux sociaux et à partager des photos de leur séjour, pour entretenir la relation après leur départ. Vos clients peuvent devenir des ambassadeurs de votre établissement. Mesurez leur degré de satisfaction grâce à l'envoi d'un email les invitant à laisser leur avis sur le site de votre choix.

## Points Clés

Mettre en place des actions à chaque étape du processus d'achat vous permettra d'augmenter votre chiffre d'affaire ainsi que la satisfaction client.



## Bon à savoir

Conquérir un prospect coûte 6 fois plus cher que de fidéliser un client !