

# COMMENT REPENSER SA RELATION CLIENT A L'HEURE DU CORONAVIRUS ?



# Comment reconstruire une meilleure relation client en cette période complexe ? Quelles questions se poser ? Que mettre en place après la crise ?



Compte tenu de la situation de crise actuelle et le confinement imposé, on peut donc se demander comment les marques peuvent faire pour garder le lien et maintenir l'attachement de leurs clients, surtout quand il s'agit de produits et services qui ne sont pas de première nécessité et dans un contexte particulier avec des besoins différents.

**Les équipes marketing, confrontées à cette situation inédite, doivent mettre à profit cette période pour définir un plan B en matière de relation client** afin de s'engager dans une communication plus positive et apaisante avec leurs consommateurs.

**#1**

**PASSER**

**DU PRISME DE LA MARQUE**

**AU PRISME DU CLIENT**

La gestion de la marque passe par une claire définition stratégique de son identité, composée d'un prisme à 6 facettes :

## Physique

L'ensemble des caractéristiques objectives de la marque

## Personnalité

La façon de parler de la marque

## Relation

La relation entre les clients et la marque

## Culture

Un système de valeur

## Reflet

L'image de l'acheteur auquel la marque semble s'adresser

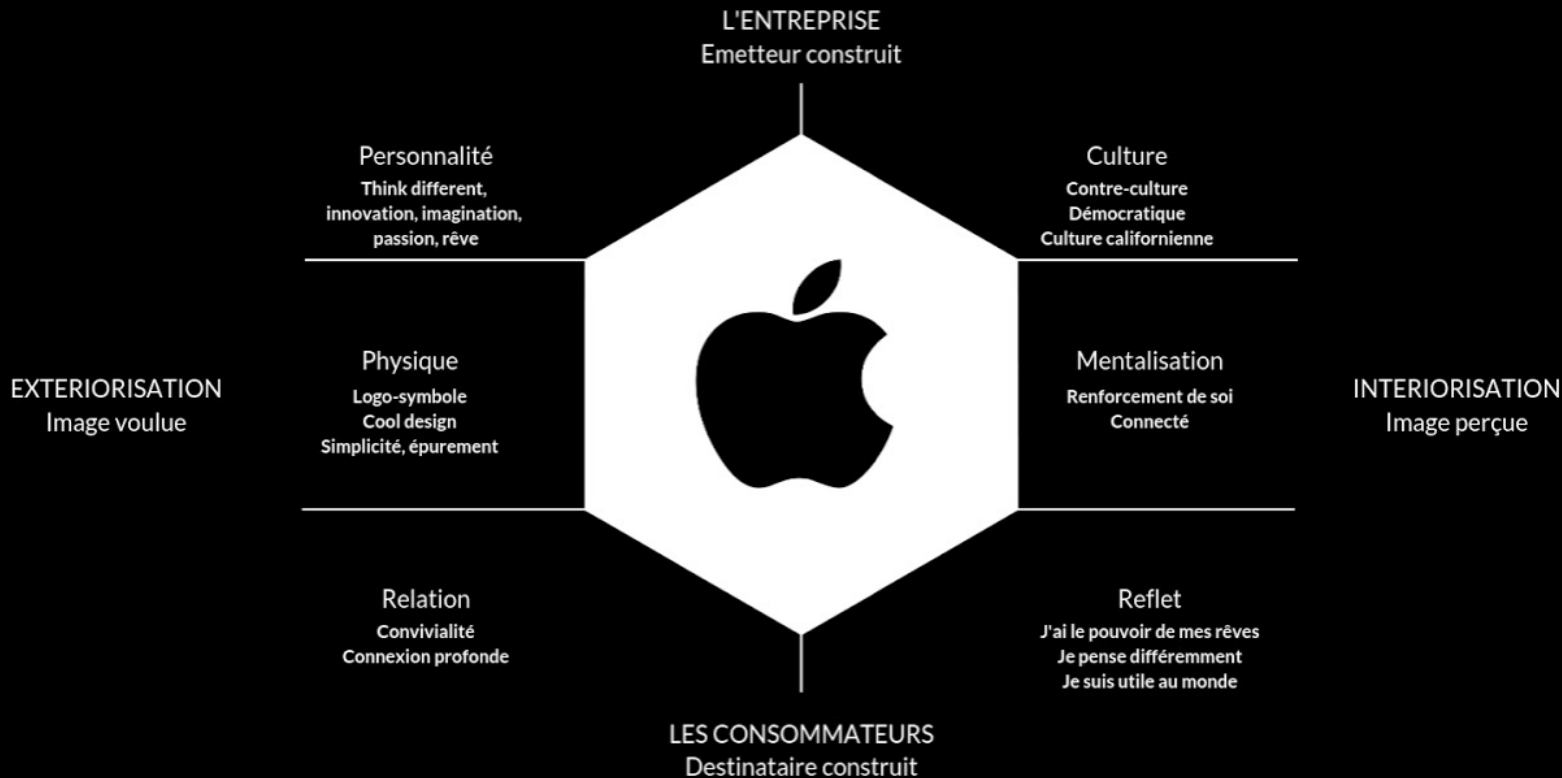
## Mentalisation

La façon dont le consommateur de la marque se caractérise



Quand la stratégie est bien élaboré et cohérente, **une plateforme de marque entraîne l'entreprise dans un cercle vertueux de création de valeur.**

## Le prisme d'identité Apple



Aujourd'hui, les entreprises qui créent de la valeur, génèrent l'idée qu'à leur tour, les clients exprimeront leur gratitude en continuant d'utiliser leurs produits et services.

**En effet, il apparaît plus facile de justifier son offre, car le client est prêt à payer pour une entreprise dont il a pu tester la générosité et la qualité en période de crise.**



**#2**

**ADHERER A LA RSE ET ETRE  
UNE MARQUE ENGAGEE**



Cette période sera difficile pour de nombreux consommateurs. Prouver que votre entreprise peut avoir des répercussions positives sur la société n'est pas seulement ce qu'il convient de faire : c'est aussi investir sur une image de marque positive à terme. **Chaque interaction avec vos clients et vos partenaires est une occasion de montrer le véritable visage de votre organisation, d'être fidèle à votre marque et à votre raison d'être.**



**#3**

**RASSURER ET INFORMER  
VOS CLIENTS**



**FAITES PREUVE D'EMPATHIE**, Face aux mauvaises nouvelles et informations anxiogènes, la communication de marque doit donc désormais passer par une phase rassurante donnant la priorité à des messages pratiques, comme les mesures sanitaires prises par l'entreprise pour protéger ses salariés et ses clients.

A yellow poster with the Delicia logo in the top right corner. The text reads "5 activités pour occuper les petits". In the center, a white-bordered oval contains two children dressed as superheroes. To the left of the oval are two blue handprints. To the right is a white sunburst and a paint palette. Below the oval, a list of activities is provided. At the bottom, a white banner contains the hashtag #Partageonslesbonsgestes next to a cluster of colorful pencils.

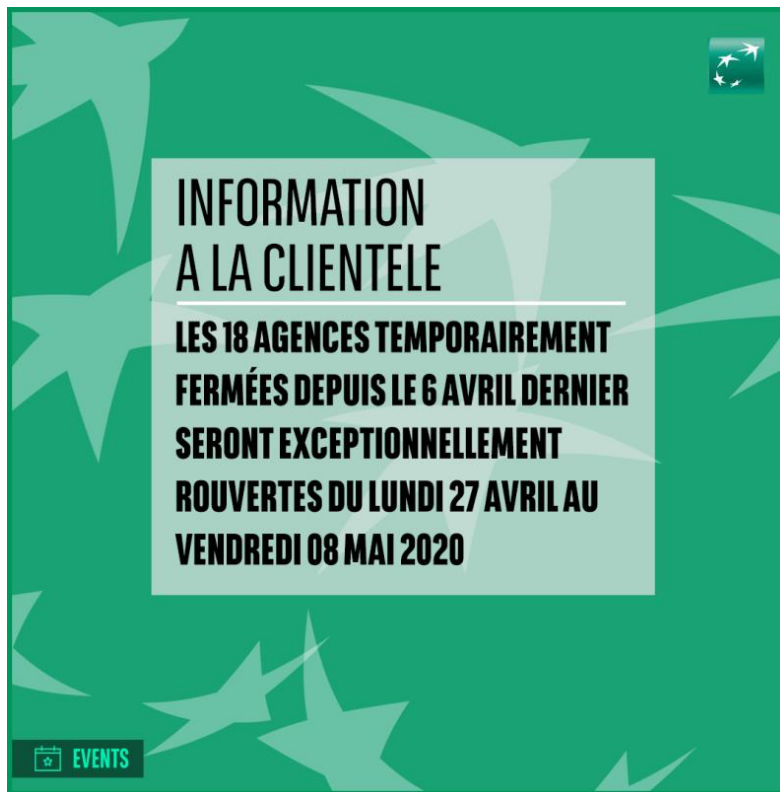
5 activités  
pour occuper les petits

Delicia

Reconstituer trois puzzles mélangés -  
Dessiner leur autoportrait - Retrouver leurs jouets  
cachés - Lancer un concours de Lego -  
Leur demander de vous préparer un spectacle

#Partageonslesbonsgestes

Mais les marques peuvent également aller sur le terrain de l'empathie, en mettant en avant des visages souriants, des initiatives positives et des bonnes nouvelles.



**PASSER PAR UNE PHASE D'INFORMATION**, les marques doivent également informer leurs clients de leurs difficultés opérationnelles. Pour les marques encore en mesure d'accueillir ou de livrer des clients, il ne faut pas hésiter à évoquer les tensions sur les chaînes d'approvisionnement, des stocks limités ou des délais de livraison rallongés. Les consommateurs sont parfaitement prêts à accepter ces perturbations passagères.

**#4**

**TOUT METTRE EN OEUVRE  
POUR PRENDRE SOIN  
DE VOS CLIENTS FIDELES**



Toutes les entreprises comptent des clients particulièrement fidèles ; **aussi, vous devriez déterminer les services et les ressources que vous offrirez à ces clients précieux.** Même si tous vos clients sont importants, la décision de prendre soin de ces clients d'abord pourrait s'imposer.


**#5**


**MISER SUR LES RESEAUX  
SOCIAUX POUR RENFORCER  
L'ENGAGEMENT**




**Webinars**  
**Orange Business**

**Thème: Quel accompagnement d'Orange pour ses clients B2B dans le cadre de la crise Coronavirus (COVID-19) ?**

 Orange Côte d'Ivoire

 @CI\_Orange

**#TousEngagés**

Vous rapprocher de l'essentiel 

L'engagement par le biais des réseaux sociaux est un excellent moyen de mettre votre marque sur le devant de la scène, tout en offrant de la valeur à vos clients. Ici, la créativité est de mise ! Renforcez l'esprit de communauté et prenez simplement des nouvelles de vos followers, leur demander ce qui leur manque ou partager des astuces peuvent faire la différence.



**#6**

**SAISIR L'OCCASION POUR  
VOUS TOURNER VERS  
L'AVENIR**



**RESTEZ CHEZ VOUS,  
VOS BIÈRES VIENNENT À VOUS**

WWW.BRASSIVOIRE.CI  
**COMMANDE EN LIGNE**

En savoir plus

Quels sont les moments que vous pouvez améliorer dans la vie des gens grâce à vos offres? Quelles sont les nouvelles offres bonifiées et novatrices que vous pouvez mettre en marché aujourd'hui et qui favoriseront votre relance à l'issue de la crise de la COVID-19? **Il est temps d'examiner ces possibilités et de les intégrer à la feuille de route de vos offres futures.** Témoignez à vos clients toute l'importance que vous leur accordez en faisant passer leurs intérêts en premier.

Besoin d'information ?  
Contactez-nous



**225 66 67 44 46**



**DECIDEUR**



**contact@decideur.ci**