

SEPTEMBRE 2025 BULLETIN DE RICK

Le suivi des clients dans le commerce de détail, en particulier dans le secteur de l'ameublement, de l'électroménager et des matelas, est un moyen efficace d'établir des relations, de conclure davantage de ventes et d'augmenter la fidélisation de la clientèle. Voici les meilleures stratégies de suivi :

1. Remerciement dans les 24 heures

Un remerciement doit être envoyé dans les 24 heures. Cela permettra non seulement de confirmer la vente, mais aussi de donner à votre client la certitude que vous travaillez dans son intérêt

Comment : Cela peut se faire par SMS, message vocal, courriel ou appel téléphonique personnel. Il est toujours important de demander à votre client à la fin d'une vente quel moyen de contact il préfère pour le suivi.

Pourquoi cela fonctionne : En procédant ainsi, vous établissez une relation commerciale durable avec votre client.

2. Suivi du devis ou de la soumission (1 à 2 jours plus tard)

Quand l'utiliser : Si le client est parti avec une estimation mais ne s'est pas engagé.

Comment :

« Bonjour [nom du client], ici Rick (votre nom), je vous appelle au sujet du sofa [produit] que nous avons regardé ensemble. Il est toujours disponible, et je peux vous le réserver si vous êtes intéressé.

Bonjour [nom du client], je m'appelle Rick (votre nom), j'ai fait quelques recherches supplémentaires et j'ai trouvé un produit qui pourrait vous convenir dans notre entrepôt. Quel serait le meilleur jour et la meilleure heure pour vous pour venir le voir ? Je peux m'arranger pour qu'il soit exposé dans notre magasin.

Pourquoi cela fonctionne : Cela permet de maintenir la conversation et de rappeler au client ce qu'il a aimé ou ce qu'il recherchait, sans pression.

3. Suivi des commandes

Il est très important de tenir vos clients informés de l'état de leur commande. Par exemple : si la livraison d'un produit commandé par un client prend 8 semaines, nous devons le contacter au bout de 5 semaines pour lui faire savoir que nous suivons sa commande et que nous le tiendrons informé de tout changement. Cela renforcera votre crédibilité et montrera que votre magasin a toujours à cœur les intérêts de ses clients.

Comment : communiquez à nouveau avec le client selon le mode de communication qu'il a indiqué (appel, SMS, courriel, etc.).

Pourquoi cela fonctionne : cela permet de tenir vos clients informés et à jour. C'est plus efficace pour conserver la confiance des clients.

4. Suivi de la livraison / Vérification après 30, 60 et 90 jours

Quand l'utiliser : après la livraison du produit.



Comment :

« Bonjour [nom du client], je m'appelle Rick (votre nom), je voulais juste vérifier que votre [article] est bien arrivé et que vous en êtes satisfait.

Demandez-leur de laisser un avis ou un témoignage s'ils sont satisfaits.

Pourquoi cela fonctionne : renforce la fidélité et ouvre la porte à des ventes supplémentaires ou à des recommandations. Vous permettez également de rester informé de l'efficacité et du soin apporté par votre équipe de livraison, ainsi que de l'état dans lequel votre produit est arrivé chez le client.

5. Suivi à 30, 60 et 90 jours

Quand l'utiliser : après la livraison et l'installation.

Comment :

« Cela fait environ un mois que vous avez reçu votre nouveau matelas. Appréciez-vous les avantages de cet achat ? »
Recommandez des accessoires (par exemple, des oreillers, des produits d'entretien ou des compléments d'ameublement).

Pourquoi cela fonctionne : renforce le service client et vous donne l'occasion de discuter de ventes futures.

6. Promotions et offres VIP

Quand l'utiliser : tous les mois ou tous les trimestres.

Comment : Messages personnalisés à l'approche d'une vente ou d'un événement.

Exemple : « Bonjour [nom du client], je m'appelle Rick (votre nom), je voulais simplement vous informer en avant-première de notre événement spécial clients. De nombreux nouveaux produits seront présentés, ainsi que des offres de financement spéciales et des tarifs VIP. Nous espérons vous voir nombreux. Une excellente occasion de rappeler à un client un article qu'il avait repéré lors d'une précédente visite.

Pourquoi cela fonctionne : vous restez présent dans l'esprit du client et vous récompensez sa fidélité.

7. Demandez un commentaire ou une recommandation

Quand l'utiliser : après une livraison réussie et une expérience positive.

Comment :

« Pourriez-vous laisser un petit commentaire sur Google ? Cela aide vraiment les petites entreprises comme la nôtre. »
Offrez un petit cadeau (carte-cadeau, réduction) en échange d'une recommandation.

Pourquoi cela fonctionne : cela renforce la confiance et génère un nouveau trafic grâce au bouche-à-oreille.



Rick Gioia

FORMATION EN VENTE GSD

L'enthousiasme et la passion ont mené Rick Gioia dans l'industrie du meuble il y a presque 30 ans. En étant l'ancien propriétaire de Stratford Furniture and Sleep Centre, Rick a utilisé son approche en ventes et a ainsi maintenu 70% des parts de marché de la région dans la literie pendant 12 ans.

Heureusement pour nous, la générosité de Rick l'a amené à partager son énergie et son expérience d'abord comme conférencier motivant lors de séminaires à John F. Lawhon et ensuite comme membre de l'équipe GSD.

Rick se spécialise dans la formation et donne un zeste d'espoir à n'importe quelle équipe de vente!

CONSEIL DU MOIS DE RICK

En assurant le suivi auprès de nos clients, nous renforçons leur confiance et les incitons à revenir, tout en favorisant le bouche-à-oreille. N'oubliez jamais que vos clients ne représentent pas seulement un achat, mais une vie entière d'achats. Il est toujours plus facile de vendre à un client satisfait. N'oubliez pas que vous développez une activité au sein d'une activité. Faites en sorte que chaque client compte.