

## ASSURER LE SUIVI DE LA RELATION

À la suite de la prise de commande, le commercial doit s'assurer de la livraison dans le respect des délais impartis, de la facturation et de la satisfaction du client.

## Éditer une facture

La facture est une note détaillée des prestations ou des marchandises vendues. Pour être valable, elle doit comporter un certain nombre de mentions obligatoires.

**WORLD COMPAGNIE**  
22 avenue Voltaire  
13000 Marseille  
France

**FACTURE N° 123**

Conditions de règlement, délais, acomptes...

Identification de l'acheteur

Destinataire :  
Acheteur : SA Spirit  
Contact : Michel ALI  
31 rue de la Forêt  
13100 Aix-en-Provence  
France

Date de la facture 08/01/N  
Référence de la facture 123  
Numéro de client 456  
Paielement dû 08/02/N  
Modalité de paiement 30 jours  
Emis par Pierre Legrand  
Contact client Michel ALI  
Date de la vente/prestation 02/01/N

Date de la vente et de la facturation, numéro de facture

Informations additionnelles  
Service après-vente : Garantie 1 an

Description	Quantité	Unité	Prix unitaire HT	Taux TVA	Montant TVA	TOTAL TTC
Main-d'œuvre	25	Heure	60,00	20 %	300,00	1 800,00 €
Produit	10	Pièce	103,99	20 %	207,98	1 247,88 €
Totaux HT, TTC, montant de la TVA					TOTAL HT	2 539,90 €
					Remise 5 %	127,00 €
					Net commercial	2 412,90 €
					TVA	482,58 €
					TOTAL TTC	2 895,48 €

Nature, marque, référence des produits

**World Compagnie**  
22 avenue Voltaire  
13000 Marseille  
France  
N° SIREN ou SIRET : XXX  
N° TVA intracommunautaire : FRXX999

**Contact**  
Pierre Legrand  
Téléphone : +33 4 92 99 99 99  
Mail : pierre@worldcompagnie.fr  
www.worldcompagnie.fr

**Détails bancaires**  
Banque BNP Paribas  
Code banque 100000000  
N° de compte 12345678  
IBAN FR23411240234  
SWIFT/BIC FRHHCXX1001

Numéro de TVA intracommunautaire

**Identification du vendeur**

- Nom et prénom pour un entrepreneur individuel
- Dénomination sociale pour une société et numéro SIREN ou Siret
- Numéro RCS pour un commerçant



## II Maintenir une relation durable pour accompagner le client

La satisfaction ne suffit pas à fidéliser un client. Le commercial doit mettre en place une relation suivie personnalisée, permettant de pérenniser la relation avec son client. Différents outils peuvent l'y aider, selon l'objectif recherché.

Objectifs	Explications	Outils
<b>Connaître son client</b>	Récolter et actualiser les données sur son client (identités, coordonnées, historique des commandes, des rendez-vous...).	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Logiciel CRM</li> <li>– Data client</li> </ul>
<b>Informar, « nourrir » son client</b>	Informar le client sur la vie de l'entreprise, ses produits, le secteur d'activité...	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Rendez-vous de suivi, centre d'appels, services <i>online</i></li> <li>– Envois de mails, newsletter, e-books, tweets, webinaires (en B to B)...</li> <li>– Diffusion de contenus sur les réseaux sociaux, blog d'entreprise, marketing automation (ex. : Mautic)</li> </ul>
<b>Récompenser son client</b>	Récompenser son client pour encourager la dynamique d'achat et lui montrer la reconnaissance de l'entreprise.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cadeaux (objets publicitaires, chèques cadeaux...)</li> <li>– Invitations à des événements</li> <li>– Remises</li> <li>– Offres promotionnelles</li> </ul>
<b>Impliquer son client</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Impliquer le client pour l'engager dans une relation de confiance.</li> <li>– Partager des valeurs et co-crée des nouvelles solutions.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mise en place d'un système de recommandation ou de parrainage</li> <li>– Plateformes collaboratives</li> <li>– Enquêtes de satisfaction, suggestions...</li> </ul>

## III Régler les litiges et les réclamations

Les plaintes et les réclamations des clients sont souvent les signes d'une dégradation de la relation client et de dysfonctionnements au sein de l'entreprise que le commercial doit gérer pour maintenir la relation avec son client.

Pour régler un litige, le vendeur doit suivre un certain nombre d'étapes :

<b>Écouter le client</b>	<p>Le commercial doit laisser le client décrire l'origine de la réclamation sans l'interrompre. Il existe plusieurs types de litiges :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– le litige qualité regroupe les contestations concernant la qualité des biens et/ou des services réalisés ;</li> <li>– le litige prix concerne un différentiel de prix entre celui facturé et celui négocié par le client ;</li> <li>– le litige administratif concerne les problèmes de documents manquants ou mal rédigés (factures, bons de commande, liste de colisage...) ;</li> <li>– le litige de date d'événement (par exemple, une facture émise alors que le matériel n'a pas été envoyé au client) ;</li> <li>– le litige matériel manquant s'appuie sur des différences entre ce qui a été facturé et ce qui a été réellement livré ;</li> <li>– le litige « double facturation » concerne une même livraison facturée deux fois.</li> </ul>
<b>Reformuler</b>	La reformulation permet au commercial de reprendre les raisons du mécontentement du client et de vérifier qu'il a bien identifié le type de litige.
<b>Trouver une solution</b>	<p>Dans un premier temps, le commercial doit vérifier si la réclamation est fondée en posant des questions au client afin d'identifier l'origine du problème.</p> <p>Si la réclamation est recevable, le commercial doit reconnaître les erreurs commises et faire preuve de réactivité en contactant les services concernés au sein de son entreprise.</p> <p>Si elle n'est pas valable, il doit expliquer au client que la réclamation provient d'une incompréhension, d'une erreur ou d'une mauvaise manipulation de sa part.</p> <p>Dans les deux cas, le vendeur devra trouver une solution pour remédier au problème identifié.</p>
<b>Faire un geste commercial</b>	Pour s'excuser auprès du client mécontent, le commercial peut proposer de remplacer le produit défectueux (ou le service) par un nouveau, un autre produit équivalent, un avoir, des avantages (remise, bon de réduction).