

LES DIFFÉRENTS BESOINS DES CLIENTS

Définition

Diagramme de KANO

Explications

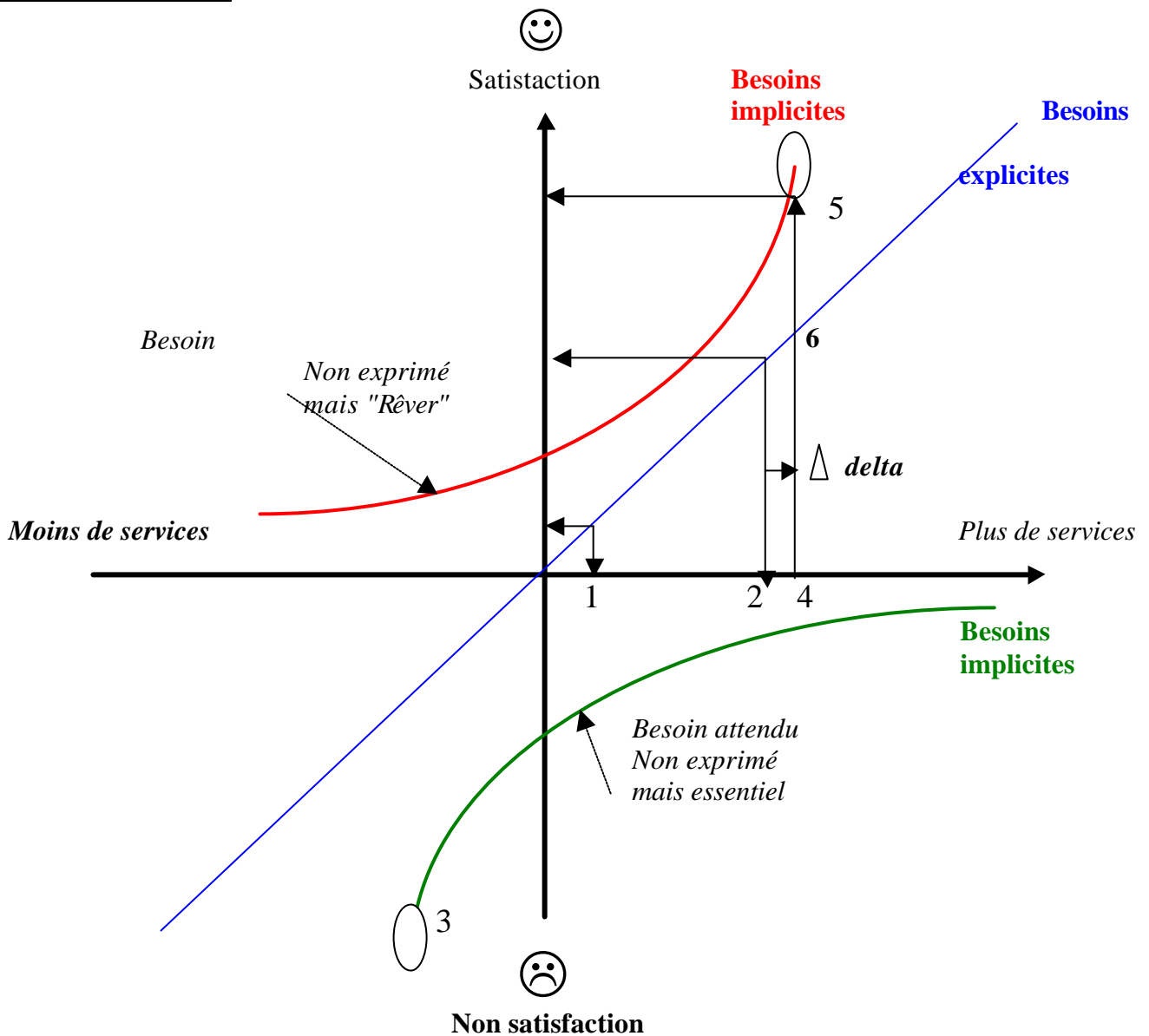
Conclusion

Définition des besoins

La notion de besoin joue un rôle fondamental dans l'explication de la dynamique du comportement. Dans la conception la plus répandue, et aussi la plus ancienne, le besoin résulte d'un déséquilibre, dont la base est physiologique, entre l'organisme et le milieu : ce déséquilibre engendre une activité qui vise à le réduire. Les objets de nature à permettre la réduction du besoin sont des incitateurs et déterminent une activité de recherche visant à se les procurer. La notion d'incitation traduit l'aspect dynamique du besoin, du double point de vue du déclenchement de l'activité et de son orientation.

Source: *Encyclopædia Universalis France S.A. 1995.*

Diagramme de KANO



Préambule:

Les besoins de services ne sont pas directement ou clairement exprimés par les utilisateurs. C'est un postulat qu'il faut bien connaître pour agir en conséquence. Il faut donc rechercher l'ensemble des besoins explicites, implicites (Latents) ou rêvés afin de satisfaire au mieux le client. Le diagramme de Kano nous explique bien comment nos besoins sont exprimés et le plaisir que nous en retirons à les satisfaire.

Explications du diagramme:

Besoins explicites: (Droite bleue)

La satisfaction du client est proportionnelle aux services rendus et clairement exprimé.

Cas 1: Petit besoin de service exprimé, petit service rendu, petite satisfaction (En relation avec l'importance du service rendu)

Cas 2: Grand besoin exprimé, grand service rendu, grande satisfaction. (La promesse du service est tenue et est conforme à toutes les attentes exprimées)

Remarque: Dans ces deux cas nous sommes simplement dans une situation de réponse à la demande uniquement.

Besoins implicites: *C'est le cas des services.*

Cas 3 (Courbe Verte)

Nous sommes dans le cas 2 mais un besoin attendu fortement mais non exprimé n'est pas satisfait. En conséquence nous passons dans la zone **3**, Le client est fortement insatisfait.

Remarques:

- **On perd un client** et on ne sait pas pourquoi car on pense lui avoir rendu son service mais un besoin non exprimé mais "*essentiel*" n'a pas été satisfait.
- La seule façon de récupérer ce client est **l'enquête de satisfaction**.
- Il y a nécessité de mettre en place des **indicateurs de détection** de perte de clients

C'est le pire des cas « On croit avoir rendu service et on perd le client »

Cas 4 (Courbe Rouge)

Nous sommes dans le cas : un besoin exprimé et un besoin rêvé et non exprimé sont satisfaits.
Ce service supplémentaire (*delta*) apporté réponds aux deux types de besoins et satisfait le client au-delà de ses espérances. Nous sommes dans la zone **5**.

C'est la situation: "***Ils l'ont rêver ont l'a fait***"

Remarques:

- C'est un levier important de **différenciation** chez les clients par une offre de services.
- Remarques :
 - Attention: Ce besoin "rêvé" et sa satisfaction le fera passer dans les besoins explicites lors de la prochaine demande du client. (Point 6 sur le diagramme)
 - Gestion du petit service complémentaire :
 - Nécessité d'être créatif
 - Trouver un service « personnalisé » au client (perçu comme une attention toute particulière)
 - Penser au risque d'escalade « delta+delta+delta » et aux conséquences financières, temps, etc....

C'est la situation rêvée « nous nous différencions, fidélisons le client et faisons en conséquences barrage aux concurrents »

En conclusion:

Il est très important dans une études des besoins des clients de chercher à connaître en plus des besoins explicites, les besoins implicites car les conséquences sur la satisfaction des clients sont considérables. (Nous pouvons basculer en zone 3 insatisfaction ou en zone 5 hyper-satisfaction)

L'écoute toujours l'écoute

En terme de satisfaction 😊 des clients les critères sont par ordre de priorité :

- **1** Disponibilité, proximité, réactivité

APTITUDE A ETRE LA AU BON MOMENT

- **2** Qualité de la relation (empathie, écoute, assertive, connaissance du client)

VALEUR AJOUTE DES COMMERCIAUX
SAVOIR ETRE

- **3** Compétences techniques

SAVOIR FAIRE , MAITRISE DE SON METIER

Remarque :

les critères de satisfaction sont décidés hiérarchisés et appréciés par le client

Satisfaire c'est une écoute, une volonté, un engagement permanent et une remise en cause,
c'est un art.