« Recruté en tant que commercial chez une entreprise de marketing direct, vous avez entamé une action de prospection en ciblant la direction d'une école de formation supérieure pour proposer le service de distribution des imprimés sans adresses (ISA) de leurs flyers puisque la rentrée scolaire s'approche et que l'école aura certainement besoin de prospecter de nouveaux clients.

Via téléphone, vous êtes parvenus à prendre rendez-vous avec le directeur de l'école pour lui expliquer en effet l'intérêt de ce service d'autant plus que son institution n'est pas liée par un contrat de service à aucun fournisseur (information recueillie à partir de la secrétaire).

Le jour J vous vous êtes déplacés à l'école pour vous entretenir avec le directeur pour être surpris du comportement inattendu de ce dernier qui s'est montré complètement furieux, agressif en adressant différentes insultes à votre société l'accusant d'escroquerie, de non professionnalisme, de manque de sérieux……

Vous comprendrez en effet, que le directeur avait déjà contacté les services de l'entreprise il y a deux ans pour une prestation de 10000 DH dont l'objectif de faire la promotion de son école.

Toutefois, le directeur s'est rendu compte après contrôle effectué par ses soins, que la zone de distribution précisée (plusieurs quartiers du centre-ville où réside une clientèle potentiellement porteur). N'a pas été touchée ce qui est contraire au terme du marché passé avec l'entreprise (une équipe de l'école s'est déplacée d'ailleurs sur la zone de distribution convenue pour demander à certains habitants si la distribution a été bel et bien effectuée pour sortir avec le résultat que l'action n' pas eu lieu).

Pire encore, le directeur a obtenu les preuves que les flyers de l'entreprise ont été tout simplement largués dans une décharge publique.

Frustré par ce comportement irresponsable des agents de distribution de l'entreprise de Service, et muni de ses preuves, le directeur a dressé une lettre de réclamation une semaine après pour demander remboursement au service commercial sans recevoir de réponse.

Plusieurs tentatives de relances par téléphone vis-à-vis du responsable du service commercial ont été faites, néanmoins cette démarche n'a abouti sur aucune suite.))

Un flyer : est un tract au format papier qui est distribué ou déposé dans des endroits de passage pour promouvoir un évènement.

TAF :

1. Expliquer les concepts en gras

2. Donner une définition du géomarketing

3. Expliquer les pertes cumulées par le directeur de cette école suite au comportement irresponsable des agents de distribution de l'entreprise prestataire de service ?

4. Quelles sont à votre avis les mesures de contrôle qualité que l'entreprise de service devait elle engager pour s'assurer de la satisfaction du client ?

5. Expliquer les conséquences prévisibles de cette insatisfaction sur l'avenir de l'activité commerciale de l'entreprise ?

6. Pensez-vous qu'une enquête devrait avoir lieu pour vérifier les propos de ce directeur et définir les responsabilités ?

7. Comment devriez-vous vous comportez pour contenir la frustration de ce client ? et quelles réponses devriez –vous lui donner pour neutraliser son agressivité ?

8. Quelles sont les actions que vous devriez prendre incessamment pour rassurer ce client mécontent ?

De retour à l'entreprise, vous avez interrogé le responsable du service commercial si dans telle date, ce client avait effectivement adressé une demande d'indemnisation, vous vous êtes rendus compte ensuite que les propos de ce directeur étaient vrais et que malheureusement aucune mesure n'a été prise jusqu'à maintenant alors que la réclamation a été bel et bien enregistrée.

A. Expliquer les dysfonctionnements constatés dans le service commercial ?

B. Quelles sont les conséquences de ses dysfonctionnements sur l'image de l'entreprise ?

C. Quel est l'intérêt pour l'entreprise de répondre dans les délais requis à la réclamation de son client ?

D. Quelle devrait être, à l'époque la démarche que l'entreprise devait entreprendre pour éviter la perte de ce client ?

E. A présent, quelles sont les actions que vous envisagerez prendre pour réconcilier ce client ?

F. Quelles sont les mesures qu'il fallait prendre à l'égard des agents de distribution pour les dissuader de répéter un comportement pareil ?

G. Expliquer en quoi est-il nécessaire d'avoir :

a. Un suivi des réclamations clients (pour s’assurer de la suite réservée à cette action) ?

b. D’avoir des indicateurs de suivi de la satisfaction client

c. De mettre en place une démarche qualité ?

d. De s’intéresser aux clients mécontents pour améliorer la démarche commerciale de l’entreprise ? H. En guise de conclusion, expliquer l’importance d’avoir un service gestion relation client au sein de l’entreprise ?