

Comment cibler efficacement ses clients !



LES 16 QUESTIONS INCONTURNABLES
À POSER À SES CLIENTS POUR MIEUX LES
CONNAITRE

LE SONDAGE

Un des meilleurs moyens de rester à l'écoute de ses clients et de les fidéliser reste le sondage.

Voici une liste de sondages gratuits que vous pouvez utiliser pour :

- > Mieux connaître vos clients
- > S'assurer de la satisfaction de vos produits ou prestations
- > Améliorer l'expérience client

OUTILS DE SONDAGE

Google Form

Survey Monkey -> celui que j'utilise

Survio

Doodle

Comprendre ce qui se cache derrière chaque question !

Question 1 - Comment nous avez vous découvert ?

- Permet de comprendre sur quelle plateforme votre communication performe le mieux à l'instant T
- Cela ne signifie pas forcément que c'est la plus adaptée à votre cible

Conseil : Si la majorité de vos clients vient de la même plateforme, maximiser vos efforts en étant encore plus présente !

Question 2 - Depuis combien de temps nous suivez vous sur les réseaux sociaux ?

- Permet de savoir si votre communication attire de nouveaux abonnés (et donc si elle est efficace!)
- Permet d'adapter son contenu : les nouveaux abonnés n'ont pas les mêmes besoins d'informations que les anciens)

Conseil : Sur vos réseaux sociaux, privilégiez les contenus en story pour créer de l'engagement avec vos abonnés, et privilégiez les posts pour attirer de nouveaux abonnés (potentiels clients).

Question 3 - Quel intérêt portez vous à (votre secteur d'activité ?

- Permet de cerner quelle typologie de clients sera la plus facile à fidéliser
- Permet de savoir si du contenu éducatif sera à privilégier par rapport à d'autres types de contenus

Conseil : réponses de 1 à 3 (faire au moins 70% de contenus éducatifs reprenant les bases) - réponses de 4 à 5 (au moins 40% de contenus éducatifs).

Autres contenus : témoignages clients - résultats - partage d'expériences - citations.

Question 4 - Pour quelles raisons vous nous aviez contacté ?

- Permet de comprendre pourquoi le client s'adresse à vous en particulier
- Permet de cibler les personnes ayant le même problème en partageant les résultats des clients satisfaits

Conseil : Cela fait également ressortir les produits ou prestations qui sont peu demandés. Certaines décisions pourront être prises (supprimer les prestations qui rapportent trop peu et demandent beaucoup de temps par exemple).

Question 5 - Selon vous quels sont les adjectifs qui nous qualifient le mieux ?

- Permet de confirmer que votre personnalité est en phase avec la façon dont vos clients vous perçoivent

Conseil : Réutilisez ces points forts dans chacune de vos communications !

Question 6 - Qu'avez vous le plus apprécié lors de votre dernière visite / lors de notre dernière rencontre / lors de votre dernier achat ?

- Permet de connaître la raison N°1 qui fera que vos clients reviendront, et ce qui vous rend unique à leurs yeux.

Conseil : Cultivez votre différenciation dans vos différentes communications. Cela vous permettra de vous distinguer de la concurrence.

Question 7 - Quels sont vos centres d'intérêts principaux ?

- Permet d'envisager d'éventuels partenariats avec des marques pour lesquelles vos clients ont un intérêt certain.
- Permet de diversifier vos contenus

Conseil : Ces partenariats doivent rester cohérents par rapport à votre activité et également avoir les mêmes principes que celle de votre entreprise.

Question 8 - Sur quels réseaux sociaux passez vous le plus de temps ?

- Permet de savoir si vous communiquez au bon endroit
- Permet de privilégier un réseau plutôt qu'un autre

Conseil : Chaque plateforme fonctionne différemment, prenez le temps d'étudier son fonctionnement. Un même contenu peut être posté sur plusieurs plateformes mais le format reste différent.

Question 9 - Pour quelles raisons principales ?

- Permet d'adapter son contenu (professionnel ? Éducatif ? Divertissant ?)

Conseil : Si vos clients sont principalement sur les réseaux sociaux pour se divertir, vos contenus devront certes être éducatifs mais construits de manière à les divertir (format vidéo par exemple : court mais impactant).

Question 10 - Quel est votre secteur d'activité ?

- Permet de savoir qui sont vos clients
- Permet de savoir si vos produits ou services sont particulièrement apprécié d'un secteur en particulier et donc mieux comprendre ses habitudes de consommation

Conseil : Si la majorité de vos clients travaille dans l'évènementiel, il sera pertinent d'axer votre communication en leur faveur car c'est la cible qui vous apportera certainement le plus de CA.

Vous pourrez alors penser à vous spécialiser dans ce secteur.

Question 11 - Quel est votre budget mensuel pour (votre secteur d'activité) ?

- Permet de savoir si le prix de votre produit/service est adapté à votre cible

Conseil : Si votre prix est hors budget, pensez à une offre intermédiaire qui répondra au besoin de votre cible interrogée !

Concernant l'offre la plus élevée, mettez bien avant tous ses bénéfices (résultats plus rapides, gain de temps,...)

Question 12 - Êtes vous (salarié - entrepreneur,...)?

- Permet de savoir comment s'adresser à sa cible
- Permet de s'adapter aux contraintes de sa cible
- Permet de diversifier son contenu

Conseil : Un salarié n'a pas les mêmes problématiques qu'un entrepreneur. Ils peuvent avoir le même besoin par rapport à vos prestations mais des centres d'intérêts différents.

Question 13 - Quelle est votre tranche d'âge ?

- Permet de savoir qui est votre client idéal
- Permet d'adapter le ton de votre communication
- Permet d'anticiper certains besoins

Conseil : On ne s'adresse pas à une jeune femme de 20 ans comme à une femme de 55 ans ! Pensez y !

Question 14 - Êtes vous marié ?

- Permet de mieux connaître sa cible
- Mieux comprendre son train de vie

Conseil : Vous pourriez par exemple cibler votre communication auprès de ces Mr pour la journée de la femme ! Un beau cadeau à offrir à Mme.

Question 15 - Avez vous des enfants ?

- Permet de mieux comprendre le quotidien de votre client idéal
- Permet d'anticiper ses disponibilités

Conseil : Vous pourriez proposer des offres duo à l'occasion (mère/fille). Une offre qui fonctionne très bien pour l'une de mes clientes dermo analyste.

Question 16 - Quel est votre secteur géographique ?

- Permet de mieux connaître sa cible
- Connaître le potentiel de ses services

Conseil : Si vous êtes bien placé dans votre région en terme de localisation (facilement accessible), pensez à communiquer dessus, cela fait souvent une grande différence pour les clients !

Accès mental à votre produit/service

1. Comment nous avez vous découvert ?

- Instagram
- LinkedIn
- Youtube
- Facebook
- Tik Tok
- Votre entourage (bouche à oreille)
- Un évènement



2. Depuis combien de temps nous suivez vous sur les réseaux ?

- Moins de 3 mois
- Entre 3 et 6 mois
- Entre 6 mois et 1 an
- Plus d'1 an
- Je n'y suis pas

3. Quel intérêt portez vous à (votre secteur d'activité)



4. Pour quelles raisons nous avez vous contacté / consulté ?

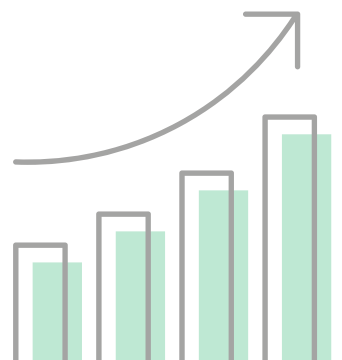
.....

5. Selon vous quels sont les adjectifs qui nous qualifient le mieux ?

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Authentique | <input type="radio"/> Généreuse |
| <input type="radio"/> Arrogante | <input type="radio"/> Simple |
| <input type="radio"/> Bienveillante | <input type="radio"/> Pédagogique |
| <input type="radio"/> Superficielle | <input type="radio"/> Spontanée |
| <input type="radio"/> Méthodique | <input type="radio"/> Altruiste |
| <input type="radio"/> Impulsive | <input type="radio"/> Exigeante |
| <input type="radio"/> Énergique | <input type="radio"/> Optimiste |
| <input type="radio"/> Ambitieuse | <input type="radio"/> Audacieuse |

6. Qu'avez vous le plus apprécié lors de votre dernière visite / lors de notre dernière rencontre / lors de votre dernier achat ?

.....

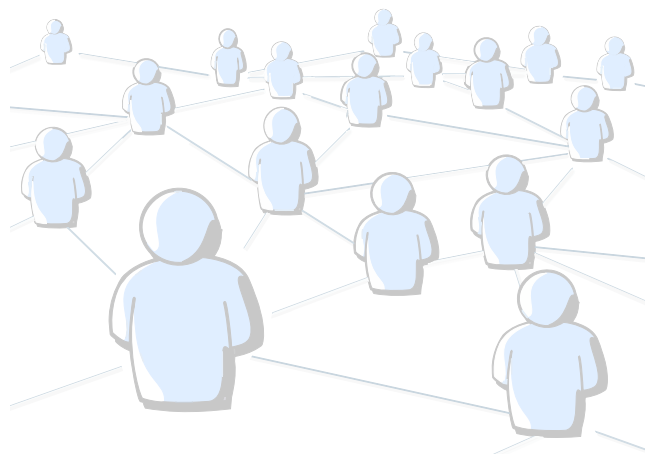


7. Quels sont vos centres d'intérêts principaux
(3 réponses maximum)

- Entreprenariat
- Mode
- Sport
- Nature
- Voyages
- Cuisine
- Développement personnel
- Lecture
- Luxe
- Autre
- Art
- Musique
- Bien-être

8. Sur quels réseaux sociaux passez vous le plus de temps ?

- Instagram
- LinkedIn
- Youtube
- Facebook
- Tik Tok
- Twitter
- Pinterest



9. Pour quelles raisons principales ?

- Échanger avec vos amie(s)
- S'informer
- Se divertir
- S'inspirer
- Travailler / Développer un business
- Faire partie d'une communauté

10. Quel est votre secteur d'activité ?

.....

11. Quel est votre budget mensuel pour
(votre secteur d'activité ?)

- 0 - 50€
- 50 - 100€
- 100 - 150€
- 150 - 200€
- Plus de 200€



12. Êtes vous ?

- Salariée
- Entrepreneure
- Salariée et entrepreneure
- Étudiante
- Femme au foyer
- Autre

.....



Informations démographiques

13. Dans quelle tranche d'âge vous situez vous ?

- Moins de 18 ans
- 18 - 25 ans
- 26 - 35 ans
- 36 - 45 ans
- 46 - 55 ans
- 56 ans et plus



14. Êtes vous marié ?

- Oui
- Non

15. Avez vous des enfants ?

- Oui
- Non

16. Quel est votre secteur géographique ?

- Auvergne Rhône Alpes
- Bourgogne Franche Comté
- Bretagne
- Centre Val de Loire
- Corse
- Grand Est
- Hauts-de-France
- Ile-de-France
- Normandie
- Nouvelle Aquitaine
- Occitanie
- Pays de la loire
- Provence Alpes Côtes d'Azur
- Autre (pays étranger)

.....

