



SYNTHÈSE



L'accueil omnicanal

1. Moyens utilisés pour prendre contact avec un interlocuteur identifié

Dans un contexte omnicanal, chaque point de vente doit se distinguer au niveau de l'accueil et de la qualité relationnelle qu'il entretient avec ses clients.

L'omnicanal permet de répondre aux attentes et aux comportements des clients qui deviennent de plus en plus connectés. Le client pourra donc être accueilli selon différents moyens, *via* :

- Facebook
- Twitter
- Messenger
- Tiktok
- WhatsApp
- Instagram
- Snapchat
- LinkedIn
- Pinterest
- Par mél
- Sur le site marchand
- Au téléphone
- En face à face en boutique

2. Obligation du/de la professionnel/le

La/le professionnel/le doit identifier son interlocuteur/trice et personnaliser son accueil. Il/elle doit se montrer disponible, poli(e), courtois(e). Il/elle doit adapter sa réponse à la demande (écrite ou orale).

3. Objectifs

Le/la professionnel/e doit viser

- **La satisfaction du client** : un client satisfait en parle à 2 ou 3 personnes et incitera d'autres personnes à venir dans le point de vente.
- **La fidélisation** : le fait de fidéliser un client coûte moins cher que d'en conquérir un autre.
- **La rentabilité de l'organisation** : un client satisfait multipliera ses achats et cette récurrence entraînera des ventes, donc augmentera le chiffre d'affaires.