



Une gestion des clients maîtrisée : un atout de valeur pour la transmission

Au moment de la transmission d'entreprise, le portefeuille client constitue un élément recherché par les potentiels acquéreurs. Aujourd'hui nous abordons une caractéristique fondamentale d'une entreprise à succès : la gestion efficace des clients.

La force de vente d'une entreprise représente un élément important dans la création de valeur. Lors d'un projet de transmission, il est impératif de rassurer l'acheteur sur la capacité des responsables commerciaux à participer efficacement au développement des affaires.

Outre certaines qualités humaines immédiatement reconnaissables chez un bon commercial, il faut également retrouver une ou plusieurs personnes sachant anticiper les attentes des prospects et des clients afin de démarquer pro-activement l'entreprise des concurrents. Les sociétés les plus en avance sont celles qui maîtrisent l'ensemble du processus de gestion de la clientèle. Afin d'y parvenir systématiquement, l'entreprise peut se munir d'outils plus ou moins évolués en fonction des besoins, des ressources et de la taille du chiffre d'affaire.

Les outils informatiques stratégiques de type « Customer Relationship Management » (CRM) deviennent de plus en plus indispensables en permettant de :

1. Maintenir une base de données « intelligente » des interactions avec le client ainsi que de leurs informations ;
2. Répondre aux attentes et mieux identifier les préférences des clients ;
3. Assurer la rétention des clients.

Notre société tend vers l'hyper-connectivité des acteurs entre eux. Dans ce cadre-là, il devient fondamental d'analyser le plus finement possible toute l'information récoltée. A l'ère de ce qu'on appelle aussi le « Big DATA », clients et fournisseurs doivent redoubler d'effort pour suivre cette tendance du « tout gérer tout de suite ».

Au final, on comprend que le capital-client à l'état brut est important, et prend de la valeur quand l'entreprise fait preuve d'une gestion intelligente de ses clients.

On retrouve la plus-value d'une gestion-client maîtrisée dans la revente aux clients. S'approprier une clientèle fidèle et apportant un chiffre d'affaire récurrent représente le rêve de tout chef d'entreprise. Le cédant est forcément la pierre angulaire du développement des affaires, mais c'est encore une fois à lui de prouver que l'environnement dans lequel l'entreprise évolue lui permettra de soutenir un niveau de vente similaire à l'avenir.