



**Si vous n'avez pas de
process client, alors
vous manquez des
opportunités d'affaires**



Bienvenue à la conférence

Designer le process client



Je suis
Florian Chambolle

CEO de

810

Agence 810

WEB & MARKETING DIGITAL



C'est ma 1ère conférence solo à un WordCamp 🤔



Se démarquer ou mourir



Se démarquer ou mourir



+/- 20 000 agences en activité [↗](#)

+ 1M de freelances en dev web [↗](#)

Se démarquer, oui mais comment ?

1 - avec une proposition de valeur forte

et

2 - avec un travail sur la valeur perçue de votre offre



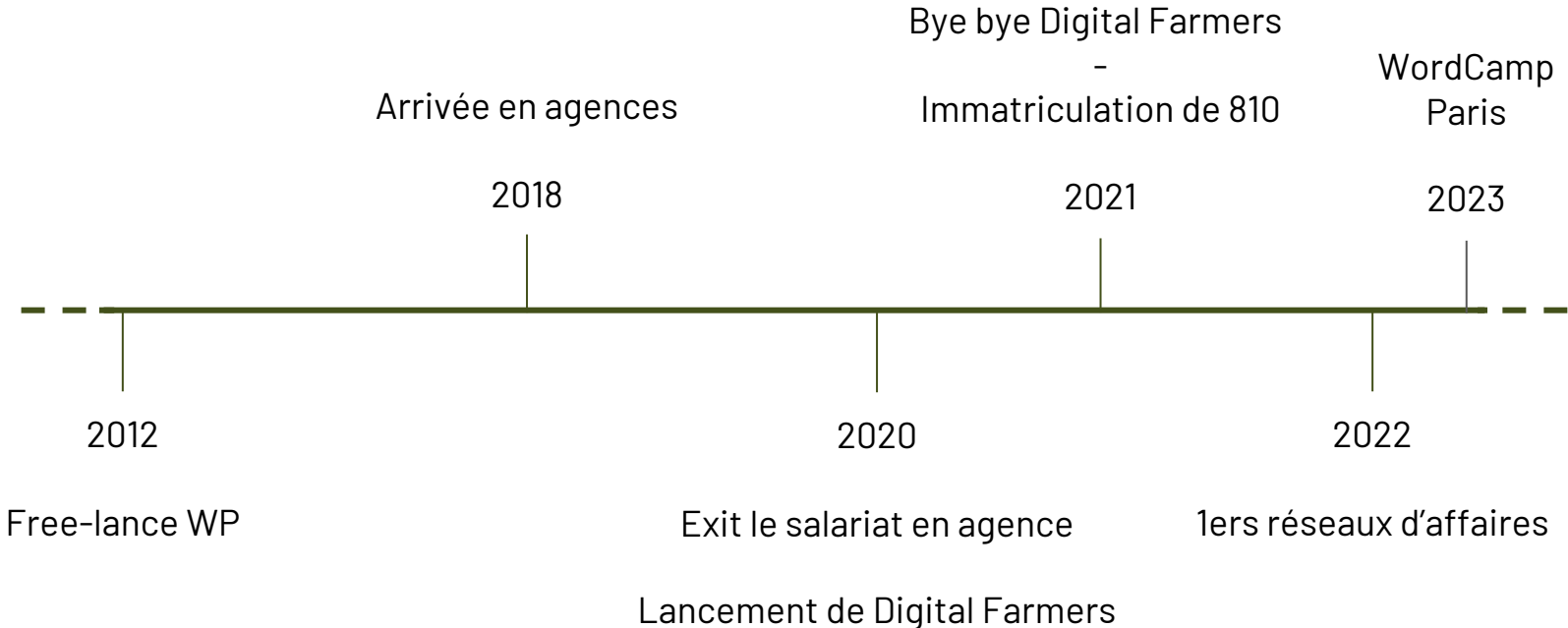


Comment en sommes-nous arrivés là ?

Bref retour en arrière



Back in time



Focus : septembre 2020

1er client pour l'agence Digital Farmers

Projet à 4 chiffres, classique, MAIS...

Rien ne se passe comme prévu 🤔

Focus : novembre 2020

1er “gros” client pour l’agence Digital Farmers

Projet à 5 chiffres

Nous sommes fiers et nous avons appris de notre tout premier client, MAIS...

Rien ne se passe comme prévu 😱



So, what else ?



Création des 1ers process client

Fin 2020 - Début 2021

Mais pas pour les bonnes raisons...

Conséquences ?

Nous n'étions pas user centric et pourtant ça a fonctionné



État des lieux début 2021

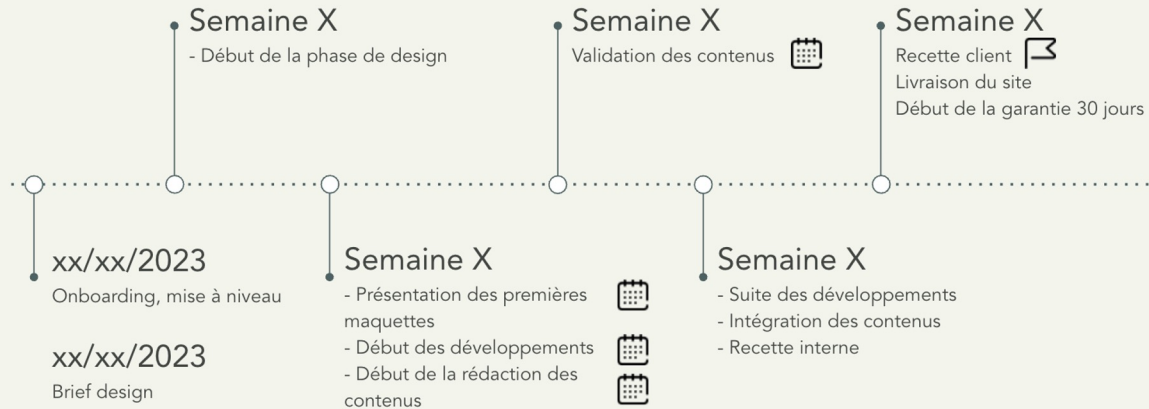
1 onboarding client de 30 minutes qui présente :

- le projet
- le macro planning
 - les différentes phases du projet
 - les temps forts où le client doit prévoir d'être disponible / fournir des livrables
- les outils et moyens de communication



Exemple de macro-planning

2 - Déroulement du projet



Bonus : l'e-mail personnalisé

Double effet Kiss-Cool :

- toute l'équipe projet a accès aux échanges mails
 - circulation de l'information
 - transparence
- le client se sent davantage inclus dans le projet et avec l'agence



Bonus : l'e-mail personnalisé



L'effet starbucks



État des lieux début 2021

1 atelier de mise à niveau qui propose de reprendre les fondamentaux :

- de ce qu'est un site (anatomie d'une page web...)
- de l'optimisation des images
- de l'organisation des textes
- du SEO
- du marketing digital



Conséquences

Les clients prennent des prestations complémentaires parce qu'indirectement ils intègrent que :

- nous faisons d'autres types de prestations
- notre métier c'est pas "juste" de "faire des sites"
- que même "faire un site" ça prend plus qu'1 journée



Passage à la vitesse supérieure

Fin 2021 - Début 2022

Les process rendaient service à nos clients

Les process nous rendaient service

Nous ne savions pas qu'ils pouvaient déclencher des signatures de contrats avec des nouveaux clients



Mise en place de nouveaux outils



Figma

Moins :

- il a fallu apprendre à utiliser un nouvel outil

Plus :

- courbe d'apprentissage rapide
- outil collaboratif pour travailler avec les partenaires Et les clients



Plutio

Moins :

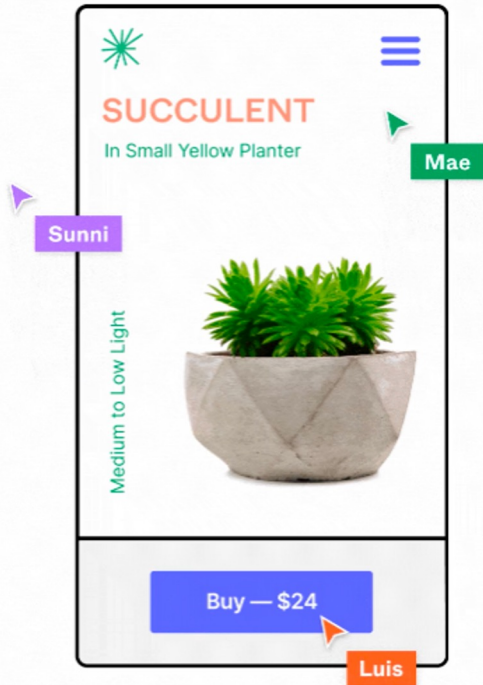
- outil peu connu donc pas beaucoup de tutos
- apprendre à utiliser l'outil

Plus :

- une bonne communauté utilisateurs
- un outil qui mêle portail client | CRM | gestion de projet



Mise en place de nouveaux outils

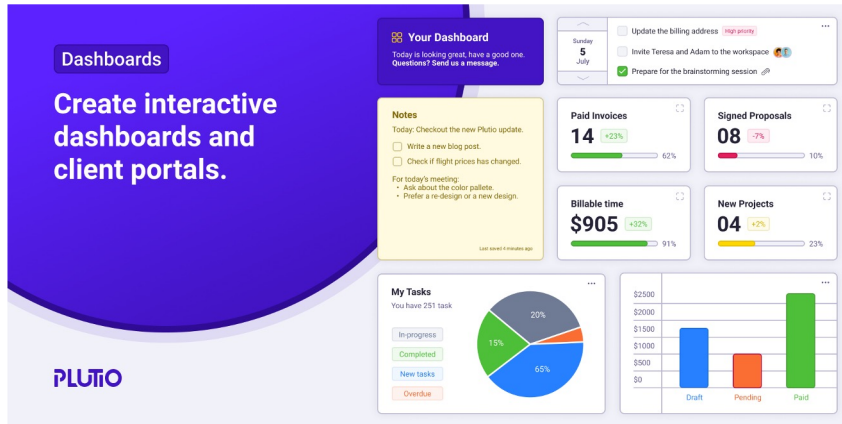


source media : figma.com

- Conception interne
- Collaboration avec des webdesigner / UI / UX externes
- Partage pour le développement
- Annotations en interne
- Annotations du client



Mise en place de nouveaux outils



source media : plutio.com

Pour le client :

- Portail client
- Vue sur l'avancée de son projet
- Chat avec l'équipe projet
- Signature électronique des devis et documents (PV..)
- Regroupement de ses factures et devis



Ajout de nouveaux process

Mise en place d'un off-boarding projet

RDV bilan à 6 mois après la livraison du projet

Bonus : nous présentons notre démarche client en avant-vente



Conséquences

Les outils :

- fluidifient le travail
- fluidifient la communication avec nos partenaires
- fluidifient la communication avec les clients

Les process :

- permettent toujours de faire des ventes complémentaires
- permettent de faire plus de ventes complémentaires qu'avant
- attirent de nouveaux clients



Exemple sur un RDV à 6 mois

Votre trafic **organique**



Notre objectif initial

- Rendre compte au client
- Le conforter dans son choix



Ce qui en a découlé

De manière ponctuelle :

- une stratégie social media
- une formation social media
- un audit SEO

Sur le long terme:

- une stratégie SEO
- rédaction web



La phrase qui fait un choc

"Vous n'étiez pas les moins chers mais vos process ont fait pencher la balance"

"C'est carré, c'est comme ça que je veux travailler"

Pourquoi ?

- Les process rassurent
- Ils crédibilisent
- Ils augmentent la valeur perçue



La valeur perçue



VS



Le parcours client

1 - J'ai un besoin

2 - Je recherche un prestataire

3 - Je fait le choix du prestataire

4 - J'achète

5 - Lancement du projet

6 - Déroulement du projet

7 - Fin du projet

8 - Communication post projet



Pensez vos process client avant de vous lancer

- Analysez votre marché et vos clients cibles
- Définissez clairement votre proposition de valeur unique
- Évaluez vos ressources et vos compétences internes
- Identifiez les moments clés du parcours client
- Anticipez les défis et les obstacles potentiels
- Déterminez les indicateurs clés de performance (KPI)
- Planifiez la communication et la formation de votre équipe



Comment créer vos propres process client

- Identifiez les objectifs de votre process client
- Cartographiez l'expérience client actuelle
- Identifiez les points de friction et les opportunités d'amélioration
- Concevez les étapes clés du process client
- Implémentez les outils et les bonnes pratiques appropriés
- Communiquez et formez votre équipe
- Mesurez les résultats et ajustez en fonction des retours



Marketez votre process pour l'avant-vente

- Valorisez votre proposition de valeur unique
- Mettez en avant vos études de cas et témoignages clients
- Présentez votre process client dans vos supports marketing
- Partagez votre expertise à travers du contenu éducatif
- Utilisez les réseaux sociaux pour promouvoir votre process client
- Impliquez vos partenaires et ambassadeurs de marque
- Montrez comment votre process client répond aux besoins de votre audience cible





Agence 810

WEB & MARKETING DIGITAL

Agence spécialisée web conversions

hello@agence810.fr

02 59 50 38 38





MERCI !



À vos
questions

