



DELMOA CONSEIL

GUIDE PRATIQUE GRATUIT

LES FUITES INVISIBLES

10 erreurs qui font perdre des clients aux PME

Repérer les erreurs d'organisation qui réduisent vos ventes, votre fidélisation et vos recommandations, et savoir par où commencer.

Pour les dirigeants de PME, d'entreprises de services et les artisans
delmoaconseil.com

À l'intérieur de ce guide

10

points de friction à vérifier dans votre **parcours client**

!

les **signaux d'alerte** qui montrent qu'un dossier risque d'être oublié

→

les **actions prioritaires** à mettre en place dès cette semaine

7

jours : un **plan d'action** pour réduire tout de suite les pertes invisibles

Comment utiliser ce guide

Ce document n'est pas un cours théorique. C'est un **outil de diagnostic**.

1

Lisez l'introduction

2 minutes

2

Répondez à l'auto-diagnostic

3 minutes

3

Parcourez les 10 erreurs et cochez les situations qui vous concernent

15 minutes

4

Mettez en œuvre le plan d'action

7 jours

À la fin, vous saurez où votre entreprise perd probablement des opportunités, et vous aurez un **plan concret pour agir**.

Des pertes qui ne font pas de bruit

Chaque semaine, des entreprises perdent des opportunités sans recevoir de réclamation ni de signal d'alerte.

Un appel non rappelé, un devis jamais relancé, une information mal transmise ou une réclamation traitée trop tard **peuvent suffire à faire choisir un concurrent**.

Pris isolément, ces incidents paraissent mineurs. **Répétés, ils finissent par coûter cher**. Et le plus souvent, ces pertes restent invisibles : les clients ne vous expliquent pas pourquoi ils partent, ils choisissent simplement quelqu'un d'autre.

Ce guide vous aide à repérer les **dix points de friction les plus fréquents** du parcours client, et à mettre en place des actions simples pour les réduire.

Auto-diagnostic : combien de ces situations vous concernent ?

Cochez les cases qui correspondent à votre réalité aujourd'hui.

- ☐ Il arrive qu'une demande client reste **plusieurs jours sans réponse**
- ☐ Les devis sont envoyés, mais personne ne sait précisément **quand ils doivent être relancés**
- ☐ Les informations sur un même client sont **dispersées** (mails, téléphones, carnets, mémoires individuelles)
- ☐ Les **réclamations** n'ont ni responsable désigné, ni délai de traitement défini
- ☐ Les anciens clients sont rarement, voire **jamais recontactés** après la fin des prestations
- ☐ Vous ne mesurez pas régulièrement la **satisfaction client**
- ☐ Les bonnes pratiques reposent surtout sur **l'expérience et la mémoire** des équipes
- ☐ Chaque service gère sa relation client de son côté, **sans vision globale** du parcours

Votre résultat

Comptez les cases cochées.

0 à 2

Situation plutôt maîtrisée.

Quelques ajustements suffisent souvent.

3 à 5

Plusieurs pertes invisibles sont probables.

Un plan d'action structuré est utile.

6 et +

Un diagnostic plus approfondi est conseillé.

Votre organisation mérite d'être regardée dans son ensemble.

Ce score n'est pas une mesure scientifique. Il sert uniquement à vous situer et à **prioriser vos actions**.

Les 10 erreurs passées en revue

01 Répondre trop lentement aux demandes

02 Envoyer un devis puis attendre

03 Ne pas centraliser les informations clients

04 Considérer une réclamation comme un problème

05 Ne contacter les clients qu'en cas de besoin

06 Penser que tout le monde suit les dossiers

07 Ne pas mesurer la satisfaction client

08 Oublier les anciens clients

09 Ne pas formaliser les bonnes pratiques

10 Croire que la relation client est l'affaire du seul commercial

01

ERREUR 1 SUR 10

Répondre trop lentement aux demandes

LE PROBLÈME EN UNE PHRASE

Les demandes clients ne sont **pas traitées assez rapidement** pour rester dans la course.

Signaux à vérifier dans votre entreprise

- ☐ Des appels ou des mails restent plusieurs heures, voire plusieurs jours, **sans accusé de réception**
- ☐ Les équipes considèrent qu'une réponse « dans la journée » ou « demain » est **normale**, même pour un prospect chaud
- ☐ Vous ne savez pas **combien de demandes** arrivent chaque semaine, ni combien reçoivent une réponse sous 4 heures

CE QUE VIT LE CLIENT

Si votre entreprise met déjà plusieurs jours à répondre avant même la signature, le client imagine **un suivi encore plus lent** une fois le chantier ou la prestation engagés.

Action cette semaine

Fixez une règle claire : accusé de réception immédiat, réponse sous 24 heures maximum, objectif idéal sous 4 heures.

Un simple message du type « J'ai bien reçu votre demande, je reviens vers vous aujourd'hui » suffit souvent à rassurer et à garder l'attention du prospect.

CHECKLIST RAPIDE

- ☐ Délai maximal de réponse défini et connu de tous
- ☐ Modèle de message d'accusé de réception prêt à l'emploi
- ☐ Une personne responsable du suivi des demandes entrantes

02

ERREUR 2 SUR 10

Envoyer un devis puis attendre

LE PROBLÈME EN UNE PHRASE

Le devis est considéré comme la **dernière étape**, alors qu'il devrait être le début d'un suivi.

Signaux à vérifier dans votre entreprise

- ☐ Une fois le devis envoyé, **l'équipe attend** que le client revienne de lui-même
- ☐ Personne ne sait précisément **quand** un prospect doit être relancé
- ☐ Les raisons des **non-signatures** ne sont pas enregistrées

CE QUE VIT LE CLIENT

Le client peut interpréter votre silence comme un **manque d'intérêt**, et avancer avec un concurrent plus présent.

Action cette semaine

- Associez systématiquement une **prochaine action** et une date à chaque devis envoyé.
- Mettez en place un **calendrier de relance simple** : J+3 ou J+5, puis J+10, puis un message de clôture.

CHECKLIST RAPIDE

- ☐ Chaque devis a un responsable de suivi identifié
- ☐ Date de première relance indiquée dans le dossier
- ☐ Trame de message de relance disponible, et motif de refus enregistré si le client ne signe pas

03

ERREUR 3 SUR 10

Ne pas centraliser les informations clients

LE PROBLÈME EN UNE PHRASE

Les informations sur un même client sont **dispersées** entre plusieurs supports et plusieurs personnes.

Signaux à vérifier dans votre entreprise

- ☐ Le client doit répéter **plusieurs fois** les mêmes informations lorsqu'il appelle
- ☐ Les collaborateurs ne retrouvent pas **l'historique des échanges** ou des demandes
- ☐ Certaines informations importantes n'existent que dans la **mémoire d'une personne**

CE QUE VIT LE CLIENT

Le client a l'impression que **personne ne connaît vraiment** son dossier, et commence à douter de votre organisation.

Action cette semaine

Choisissez un **outil unique** (CRM, tableau partagé, dossier client structuré) et commencez à y centraliser les informations essentielles.

Exigez que **chaque contact important** soit noté : demande, engagement, date, interlocuteur.

CHECKLIST RAPIDE

- ☐ Un outil principal identifié pour centraliser les informations clients
- ☐ Champs obligatoires définis (coordonnées, historique, demandes en cours)
- ☐ Règle : « Un client ne raconte jamais deux fois la même histoire. »

04

ERREUR 4 SUR 10

Considérer une réclamation comme un problème

LE PROBLÈME EN UNE PHRASE

Les réclamations sont vues comme des difficultés, et non comme des **occasions de renforcer la confiance**.

Signaux à vérifier dans votre entreprise

- ☐ Les équipes voient les réclamations comme des « dossiers qui **posent problème** »
- ☐ Aucune **procédure claire** n'existe pour les traiter
- ☐ Les délais de réponse **varient** selon les personnes et les périodes

CE QUE VIT LE CLIENT

Le client ne retient pas seulement l'erreur initiale, mais surtout la manière dont **vous avez réagi (ou pas)**.

Action cette semaine

- | **Désignez un responsable** des réclamations.
- | Définissez un **délai maximal** de première réponse et un délai de résolution cible.
- | Prévoyez un **message type** d'accusé de réception et de suivi.

CHECKLIST RAPIDE

- ☐ Procédure de traitement des réclamations écrite et connue
- ☐ Interlocuteur identifié pour chaque réclamation
- ☐ Vérification de la satisfaction après résolution

05

ERREUR 5 SUR 10

Ne contacter les clients qu'en cas de besoin

LE PROBLÈME EN UNE PHRASE

La relation client est active pendant la vente ou la prestation, puis **disparaît** presque totalement.

Signaux à vérifier dans votre entreprise

- ☐ **Aucun contact** n'est prévu après la fin du chantier ou de la prestation
- ☐ Les clients ne reçoivent **ni message** de suivi, ni conseil, ni actualité
- ☐ Les nouveaux projets viennent surtout de **nouveaux clients**, rarement d'anciens

CE QUE VIT LE CLIENT

Le client pense que vous n'êtes **plus intéressé** par ses besoins, et se tourne vers des entreprises plus présentes.

Action cette semaine

- | Prévoyez un **message de suivi** quelques semaines après la prestation.
- | Ajoutez un **point de contact** annuel ou semestriel pour les clients importants.

CHECKLIST RAPIDE

- ☐ Message type de suivi après prestation rédigé
- ☐ Liste des clients à recontacter dans les 30 prochains jours
- ☐ Calendrier de contacts réguliers pour les clients stratégiques

06

ERREUR 6 SUR 10

Penser que tout le monde suit les dossiers

LE PROBLÈME EN UNE PHRASE

Aucun responsable clair n'est désigné pour chaque demande, ce qui crée des zones d'incertitude.

Signaux à vérifier dans votre entreprise

- ☐ Des demandes sont évoquées **à l'oral ou par mail** sans responsable identifié
- ☐ Certaines relances ne sont pas faites parce que « **quelqu'un d'autre** devait s'en occuper »
- ☐ Les clients **doivent relancer** pour obtenir des informations qui devraient être disponibles

CE QUE VIT LE CLIENT

Le client a l'impression que **personne ne s'occupe** vraiment de son dossier, et ne sait pas à qui s'adresser.

Action cette semaine

- Attribuez systématiquement** un responsable à chaque demande client.
- Formalisez** les actions à réaliser et leurs échéances.

CHECKLIST RAPIDE

- ☐ Règle : « Un dossier suivi par tout le monde est un dossier suivi par personne. »
- ☐ Responsable identifié pour chaque dossier en cours
- ☐ Revue hebdomadaire des dossiers sans responsable

07

ERREUR 7 SUR 10

Ne pas mesurer la satisfaction client

LE PROBLÈME EN UNE PHRASE

L'entreprise pense connaître la satisfaction de ses clients **sans la mesurer** réellement.

Signaux à vérifier dans votre entreprise

- ☐ La satisfaction est jugée sur **quelques retours positifs** ou sur l'absence de réclamations
- ☐ Aucun **indicateur régulier** n'est suivi (note, taux de recommandation, retours qualitatifs)
- ☐ Les **clients insatisfaits** partent sans avoir jamais exprimé leur mécontentement

CE QUE VIT LE CLIENT

Le client pense que son avis **n'a pas d'importance**, et ne prend pas la peine de le donner.

Action cette semaine

- Ajoutez une **question simple** après chaque prestation : « Sur une échelle de 0 à 10, quelle note donneriez-vous à notre prestation, et pourquoi ? »
- Analysez les **retours récurrents** et partagez-les avec les équipes.

CHECKLIST RAPIDE

- ☐ Question de satisfaction intégrée à la fin de chaque prestation
- ☐ Personne responsable de la collecte et de l'analyse des retours
- ☐ Action corrective prévue pour les notes basses

08

ERREUR 8 SUR 10

Oublier les anciens clients

LE PROBLÈME EN UNE PHRASE

L'énergie commerciale se concentre sur la conquête, tandis que les **anciens clients sont peu sollicités**.

Signaux à vérifier dans votre entreprise

- ☐ **Aucun processus** n'existe pour identifier et recontacter les clients inactifs
- ☐ Les **anciens clients** ne reçoivent ni conseils, ni actualités, ni prise de nouvelles
- ☐ Les **nouveaux projets** viennent rarement de clients déjà connus

CE QUE VIT LE CLIENT

Le client pense que vous n'êtes **plus intéressé** par ses besoins, et se tourne vers des entreprises qui entretiennent la relation.

Action cette semaine

- | Listez les **clients sans activité** depuis 6 à 12 mois.
- | Prévoyez un message de **reprise de contact**, sans objectif commercial immédiat.

CHECKLIST RAPIDE

- ☐ Liste des clients inactifs établie
- ☐ Message type de reprise de contact rédigé
- ☐ Objectif : contacter un nombre défini d'anciens clients chaque semaine

09

ERREUR 9 SUR 10

Ne pas formaliser les bonnes pratiques

LE PROBLÈME EN UNE PHRASE

Les méthodes de travail reposent surtout sur l'**expérience individuelle**, sans support partagé.

Signaux à vérifier dans votre entreprise

- ☐ Quand une personne clé s'absente ou part, une **partie du savoir-faire** disparaît avec elle
- ☐ Les réponses et les méthodes **varient** selon les interlocuteurs
- ☐ L'intégration des nouveaux collaborateurs est **longue et repose sur l'oral**

CE QUE VIT LE CLIENT

Le client constate des **écarts de traitement** selon la personne qu'il a en face de lui.

Action cette semaine

- Identifiez deux ou trois **processus clés** (traitement d'une demande, gestion d'un devis, suivi d'une réclamation).
- Décrivez leurs étapes principales et les **bonnes pratiques** associées sur une page simple.

CHECKLIST RAPIDE

- ☐ Liste des processus prioritaires à formaliser
- ☐ Premier processus documenté et partagé avec l'équipe
- ☐ Revue et mise à jour prévues chaque trimestre

10

ERREUR 10 SUR 10

Croire que la relation client est l'affaire du seul commercial

LE PROBLÈME EN UNE PHRASE

La relation client est vue comme une affaire commerciale, alors qu'elle se construit à **chaque interaction**.

Signaux à vérifier dans votre entreprise

- ☐ **Seuls les commerciaux** sont sensibilisés à la relation client
- ☐ **Les autres services** (administration, production, intervention) ne se sentent pas concernés
- ☐ Le client vit des **incohérences** entre la promesse commerciale et l'expérience réelle

CE QUE VIT LE CLIENT

Le client juge l'entreprise **dans son ensemble**, pas seulement le commercial avec qui il a signé.

Action cette semaine

- Partagez avec **toutes les équipes** quelques retours clients, positifs comme négatifs.
- Définissez **2 ou 3 standards** de qualité communs (délai de réponse, formulation des mails, gestion des retards).

CHECKLIST RAPIDE

- ☐ Réunion courte pour expliquer l'impact de chaque métier sur l'expérience client
- ☐ Standards de qualité communs identifiés
- ☐ Exemples de bonnes pratiques partagés avec tous

Votre plan d'action en 7 jours

Une action ciblée par jour, une trentaine de minutes chacune. À la fin de la semaine, les fuites les plus coûteuses sont déjà réduites.

Jour 1

Cartographier les demandes et devis en attente

- ☐ Listez toutes les demandes clients non traitées ou en cours
- ☐ Listez tous les devis envoyés sans réponse
- ☐ Identifiez le responsable de suivi pour chacun

Jour 2

Fixer un délai maximal de réponse

- ☐ Définissez un délai maximal de réponse pour les demandes entrantes
- ☐ Rédigez un modèle de message d'accusé de réception
- ☐ Communiquez la règle à toute l'équipe

Jour 3

Un responsable par dossier

- ☐ Attribuez un responsable clair à chaque dossier en cours
- ☐ Créez un tableau simple de suivi (dossier, responsable, prochaine action, date)

Jour 4

Un calendrier de relance des devis

- ☐ Mettez en place un calendrier type de relance (J+3/J+5, J+10, clôture)
- ☐ Ajoutez la prochaine action et sa date dans chaque dossier de devis

Jour 5

Reprendre contact avec d'anciens clients

- ☐ Listez 5 à 10 anciens clients à recontacter
- ☐ Envoyez un message de prise de nouvelles, sans objectif commercial immédiat

Jour 6

Mesurer la satisfaction

- ☐ Ajoutez une question de satisfaction à la fin de vos prestations
- ☐ Testez-la sur trois clients récents et notez leurs retours

Jour 7

Choisir ses priorités et ses indicateurs

- ☐ Choisissez 2 ou 3 actions prioritaires à renforcer dans les semaines à venir
- ☐ Définissez un indicateur simple à suivre chaque semaine (demandes répondues sous 24 h, devis relancés, anciens clients contactés)

Le conseil de la fin

Ne cherchez pas à tout corriger en même temps. Deux ou trois habitudes bien tenues valent mieux que dix bonnes résolutions oubliées le mois suivant.

Vous avez reconnu plusieurs situations ?

Il est probable que **votre entreprise perde déjà des opportunités** sans le savoir.

La bonne nouvelle : il n'est généralement **pas nécessaire de transformer toute votre organisation**. Quelques ajustements ciblés, un suivi mieux structuré et une vision plus claire du parcours client donnent souvent des résultats rapides.

Faisons le point ensemble, en 20 minutes

- ◆ Identifier les principales **fuites** de votre parcours client
- ◆ Prioriser les **actions** les plus utiles pour votre entreprise
- ◆ Définir les premiers **leviers** à activer dans les 30 prochains jours

Réserver mon échange gratuit (20 min)

En visio, sans engagement. Aucun audit ni engagement commercial n'est nécessaire pour ce premier échange.



Delmoa Conseil accompagne les PME, les entreprises de services et les artisans dans l'organisation de leur relation client et de leur suivi commercial, avec une approche pragmatique et orientée résultats. Plus de 20 ans d'expérience au cœur des services clients. À distance, partout en France.

delmoaconseil.com · delphineachard@delmoaconseil.com