



N°3 Types de clientèles

Une conception simplifiée du commerce permet d'établir que les rapports d'un commerçant sont basés sur deux facteurs : clients et fournisseurs.

Tous les deux sont l'essence même de cette activité, dont la nécessité est de fabriquer ou de se procurer le produit aux meilleures conditions, et le but, de le vendre aux acheteurs en stimulant leur désir d'acheter.

Il est évident, que pour être un bon commerçant il faut acheter ou produire bien et cela au coût le plus bas pour pouvoir vendre aux conditions les plus intéressantes, c'est-à-dire en tirant de cette opération un gain licite.

Examinons maintenant l'élément le plus délicat à traiter, c'est-à-dire la clientèle.

Elle est formée du grand public qui évidemment a les possibilités, les goûts, et les désirs les plus divers. Il est alors nécessaire d'agir avec chacun d'une façon différente et de chercher à connaître au plus vite leur façon de penser, leur mentalité, de manière à les satisfaire, en sauvegardant bien entendu, ses propres intérêts.

En partant de cette première idée, nous pouvons ranger les clients dans les catégories suivantes :

- confiants
- normaux et peu exigeants
- méfiants et tatillons
- avarés et économes
- techniciens et très exigeants
- désagréables et insatisfaits
- amis, parents, connaissances.

Cela ne peut être une classification parfaite parce que la personnalité humaine n'est pas rigide et que de l'une à l'autre il n'y a parfois que des nuances.

Mais souvenez-vous que tous les clients exigent comme condition première d'être bien traités. Personne n'aime être trompé : aussi agissez toujours avec la plus grande loyauté.

La seule chose permise au commerçant est de cacher parfois la vérité mais pas de la changer.

Enfin, lorsque vous promettez, essayez de tenir coûte que coûte vos promesses.

Pensez-y bien, avant de vous prononcer sur la date d'un travail ou sur le coût d'un produit que vous devez encore acheter à votre tour.

Le client apprécie beaucoup la ponctualité et n'aime pas les surprises dans les prix.

S'il s'agit de réparations, donnez l'importance qu'elle mérite à l'appareil de chacun, même s'il s'agit d'un vieux modèle ou d'un modèle démodé.

Pensez que chacun de nous a tendance à s'attacher à ses objets personnels et n'aime pas les voir se déprécier.

Si la réparation n'est pas possible, employez tout votre savoir pour le faire comprendre au client, en lui proposant peut-être un appareil plus moderne pour le remplacement.

En faisant voir au client que vous vous intéressez à lui, vous aurez sa sympathie qui vous sera ensuite fructueuse sous la forme d'une bonne publicité gratuite. Ce sont des règles élémentaires mais nécessaires, qui ont fait la fortune de plus d'un commerçant.

Une certaine simplicité aussi attire toujours l'estime d'une grande partie de la clientèle. De plus ces qualités sont nécessaires, non seulement dans le commerce, mais aussi dans tous les rapports avec nos semblables.

Etudions maintenant les caractéristiques particulières des catégories dans lesquelles nous avons classé la clientèle. Déjà, en lisant cette classification, vous vous êtes fait une idée de la personnalité de chacun.