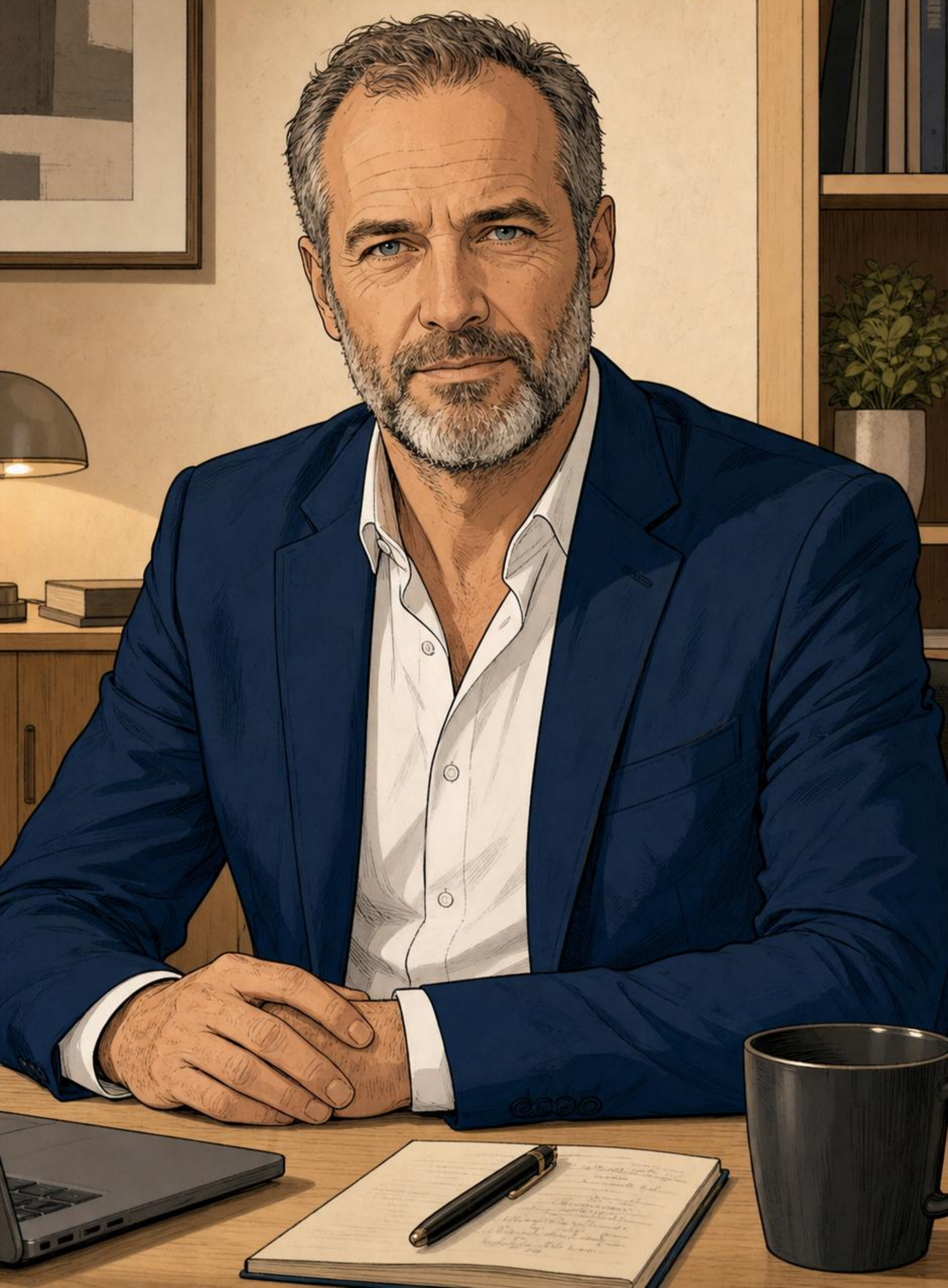


Vos clients satisfaits  
sont votre meilleur canal  
d'acquisition. Mais vous les  
laissez partir sans leur  
demander de parler de vous.





Je dépense  
50 000 euros par an  
en prospection. Mais  
mes meilleurs clients  
partent et je ne leur  
demande jamais de  
recommander.

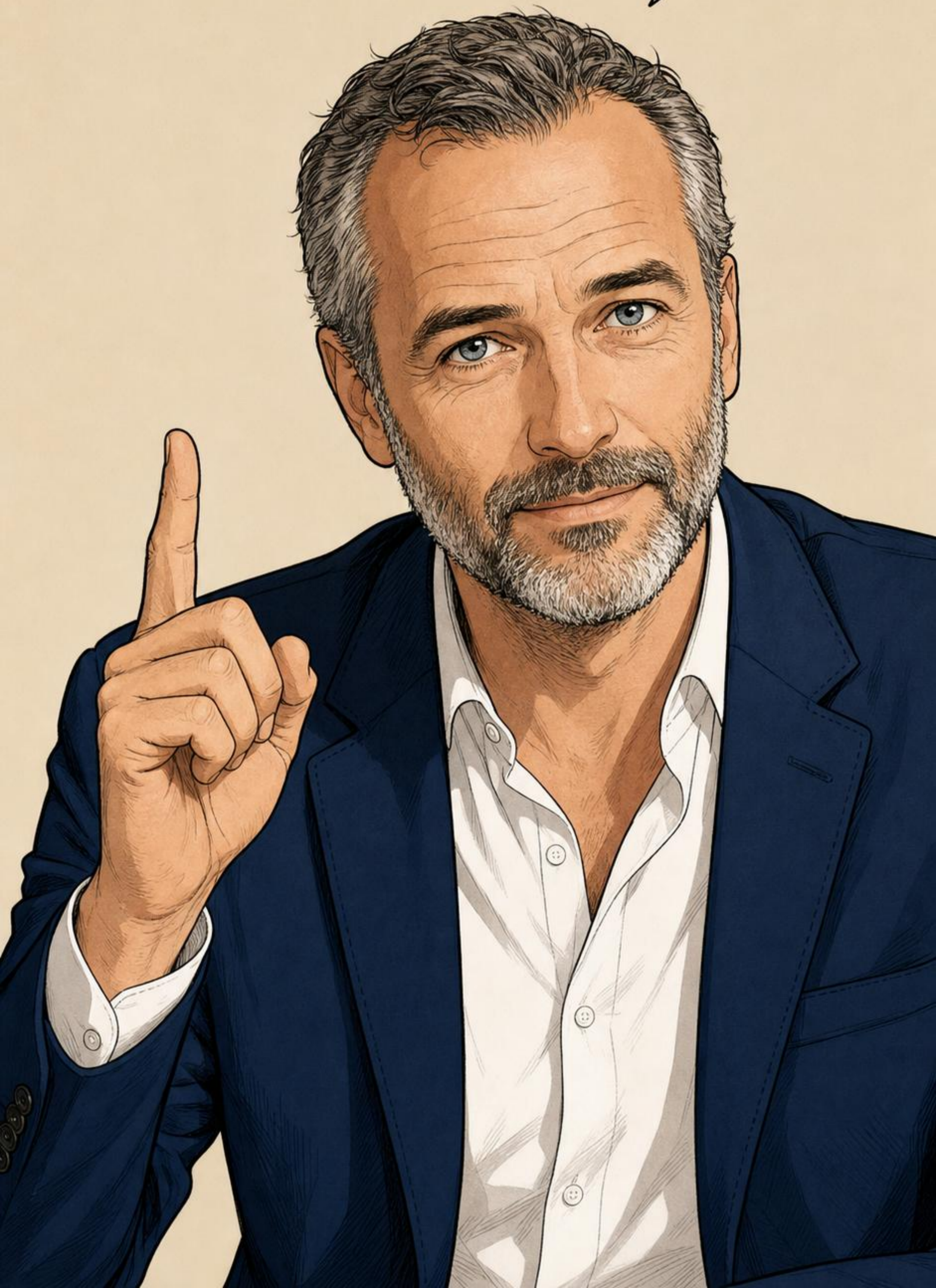
Tu investis  
à l'acquisition et tu  
négliges la rétention.  
C'est le levier le plus  
accessible.

Action 1 : le débrief J+30.

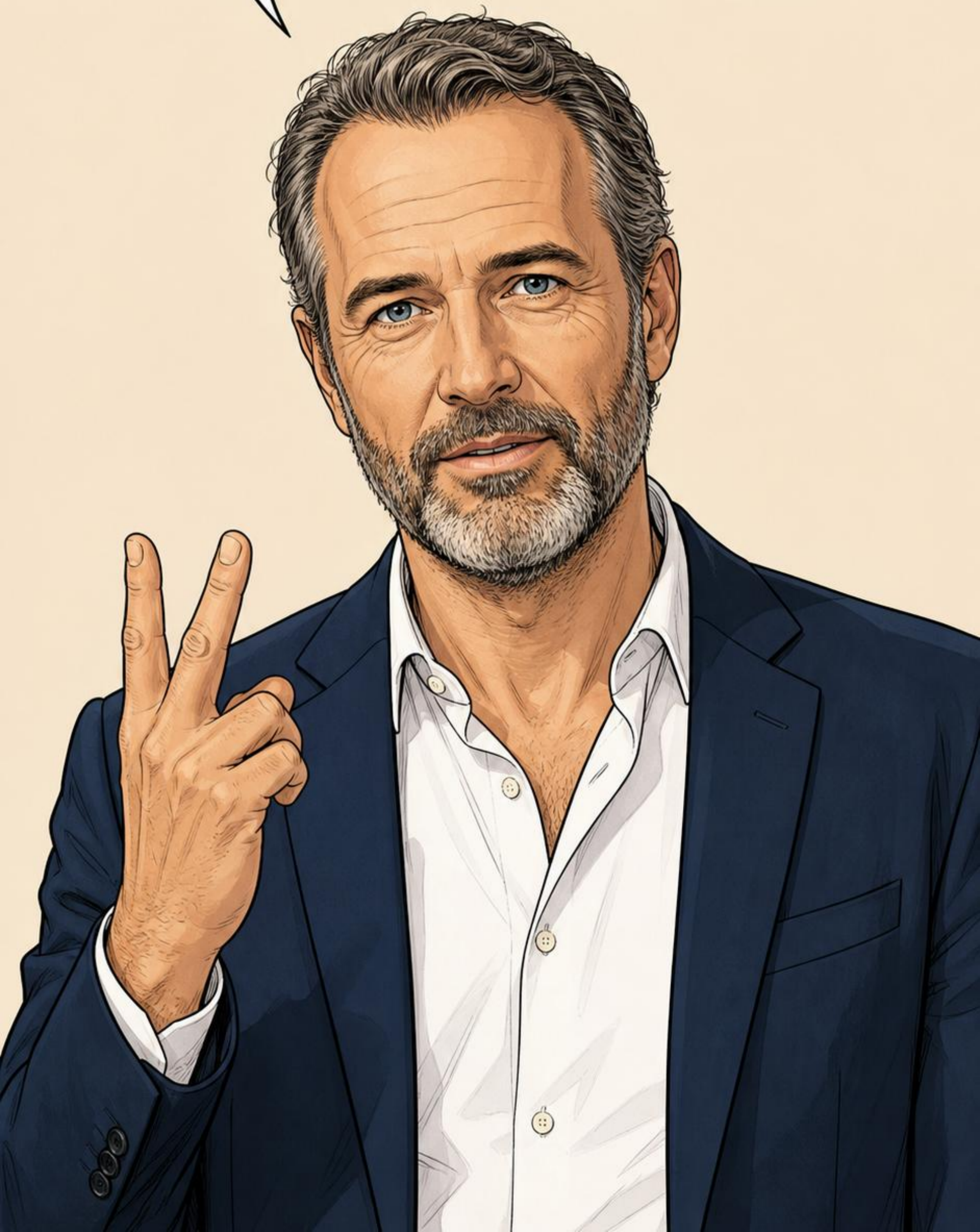
Trente jours après la signature, un appel dédié.

Pas pour vendre.

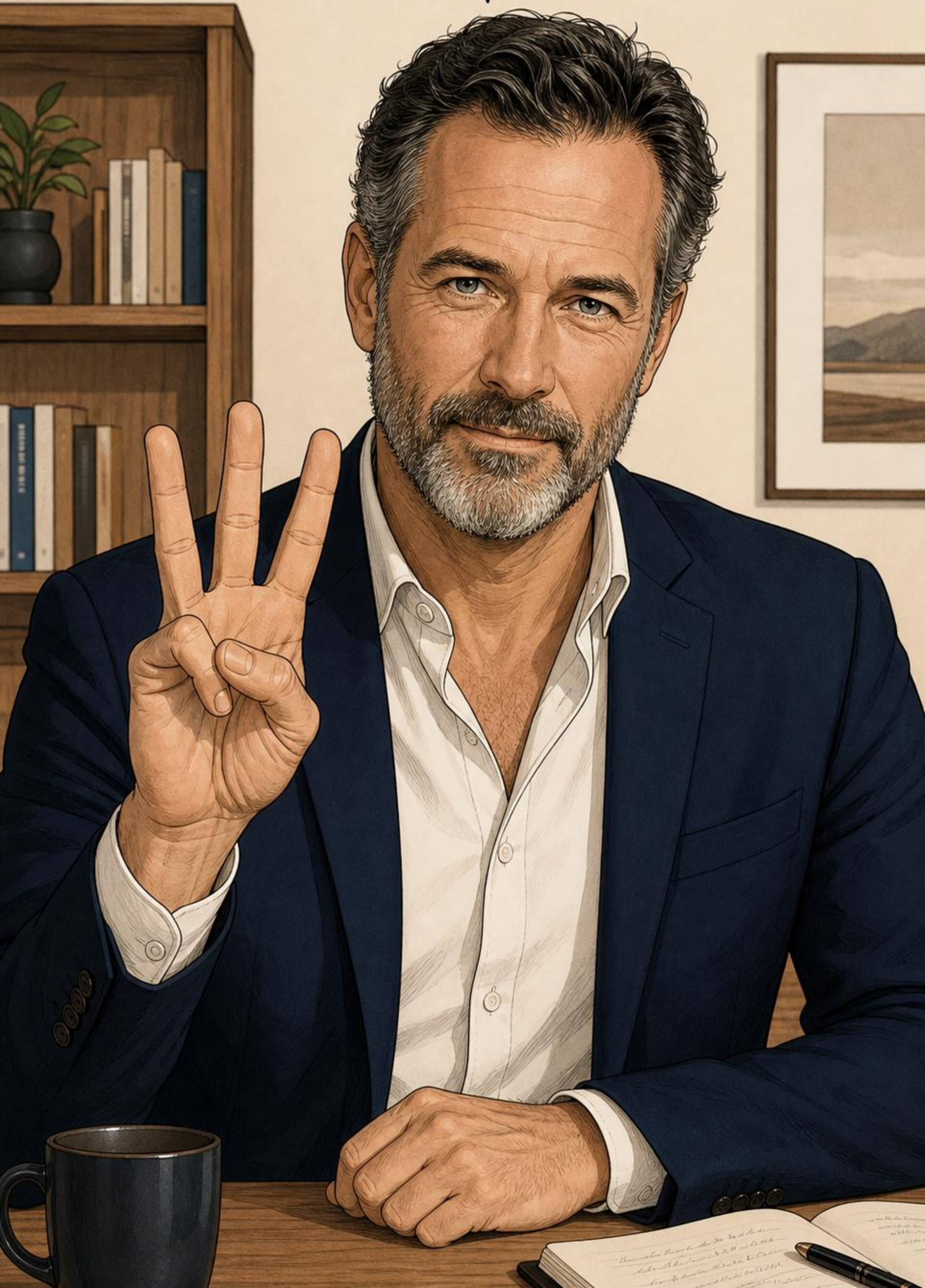
Pour écouter ce qui s'est bien et mal passé.



**Action 2 :**  
**la revue de valeur trimestrielle.**  
**Un rendez-vous où le client dit**  
**ce que la solution lui apporte**  
**vraiment. Pas ce que vous**  
**voulez entendre.**



**Action 3 : le cas client écrit avec lui.  
Pas par votre équipe marketing. Ensemble.  
Le client raconte son histoire avec ses mots.**



Action 4 : la recommandation guidée. Donnez-lui les mots.

Action 5 : le réseau d'ambassadeurs. Invitez vos clients à parler à vos prospects.




Un programme ambassadeur en PME :  
5 clients références,  
un appel trimestriel,  
un tarif préférentiel,  
un accès anticipé  
aux nouveautés.

## Programme Ambassadeur

Et ils  
acceptent ?

Ceux qui sont fiers  
de travailler avec toi,  
oui.





J'ai rappelé  
mon plus vieux client.  
Il a accepté de témoigner  
en un appel.

Il attendait  
peut-être qu'on lui  
demande.

Vos clients  
peuvent être vos  
meilleurs commerciaux.  
Diagnostic offert sur  
[laurentserre.com](http://laurentserre.com)

