

AVIS D'EXPERT

Robert-Denis Moulloud, directeur général d'Obvium, société conseil en stratégie d'orientation clients B to B



« Les entreprises doivent prendre de la hauteur et être innovantes »

Pour Robert-Denis Moulloud, inviter un gros client à une soirée festive ou un événement sportif, c'est bien, mais on peut faire mieux. Certains de ses clients, dans le secteur de l'industrie de la santé par exemple, ont mis en place des formations au management pour le compte de leurs clients. On peut imaginer la même démarche s'agissant de formation ou de conseil en marketing.

« Une autre entreprise américaine du même univers a convié ses grands comptes à New York, à une conférence sur l'état de la politique de santé et son évolution. » Conférence de haut

niveau, à laquelle participaient des responsables politiques et économiques. Réaction des invités :

« Aucune entreprise ne nous avait jamais tenu ce genre de discours. »

Pour lui, la fidélisation des clients, et plus encore des comptes stratégiques, doit suivre une règle essentielle :

« Avant d'investir des fortunes dans des opérations spéciales, il est indispensable de s'assurer que les leviers de la relation commerciale les plus simples sont bien actionnés. » Ensuite – et ensuite seulement – l'entreprise peut envisager des opérations spéciales, professionnelles ou ludiques.