

L'INTERVIEW IMAGINAIRE DE FRÉDO LA FRIPOUILLE (N° 3)

Le Réseau anti-arnaques se propose d'interviewer régulièrement **Frédéric WINNER**, dit **Frédo La Fripouille**, afin d'évoquer les principales techniques utilisées par les professionnels les moins recommandables.

Rappelons que **Frédo La Fripouille** est un pur avatar créé par le Réseau anti-arnaques. Mais, bien évidemment, il s'inspire largement de professionnels existants.

RAA : Bonjour **Frédéric WINNER**. Ou plutôt **Frédo La Fripouille**. Décidément vos interventions sont plébiscitées, ce qui nous a amené à accroître la périodicité de cette chronique (toutes les deux semaines au lieu du mois initialement prévu).

Frédo : Je suis ravi que la réussite du groupe que j'ai créé intéresse tant les consommateurs. Je rappelle que je peux répondre à leurs questions à l'adresse flp@mailo.com

RAA : Je vous propose d'évoquer aujourd'hui l'évolution de votre approche marketing dans un marché si concurrentiel.

Frédo : Votre suggestion tombe à pic. Je viens de finaliser une action « Emerveillement 2023/2024 » visant à renforcer notre part de marché chez la clientèle seniors.

RAA : « Emerveillement 2023/2024 » ! Pourquoi le choix de cet intitulé ?

Frédo : Tout simplement, il s'agit d'émerveiller nos clients par nos offres commerciales, par notre suivi et par un relationnel d'exception, et ceci bien évidemment pour développer le nombre de commandes. Depuis deux ans j'avais déjà instauré le dispositif des trois rebonds qui donne d'excellents résultats, mais je souhaitais aller encore plus loin : je suis un éternel insatisfait.

RAA : Et comment pouvez-vous résumer ce « dispositif des trois rebonds » ?

Frédo : Trois étapes. 1) Le client reçoit par voie postale un bristol annonçant l'arrivée prochaine d'un pli important lié à une loterie richement dotée. 2) Un automate d'appels délivre un message téléphonique confirmant que ce client fait bien partie des gagnants et qu'il doit surveiller sa boîte aux lettres car une enveloppe rouge lui est

destinée. 3) A réception du courrier, le client doit effectuer une commande pour réclamer son lot.

RAA : Chaque client est donc gagnant ?

Frédo : Oui, d'un bon de réduction de 5 € à valoir sur une nouvelle commande. Et je peux vous dire que ces trois étapes engendrent un taux de retour fabuleux !

RAA : Mais cela ne vous suffit pas ?

Frédo : Non. Sachez que je recherche la satisfaction totale de nos clients. Je veux qu'ils soient « émerveillés ». Et l'approche des fêtes de fin d'année est l'occasion rêvée pour cela.

RAA : Concrètement, comment allez-vous procéder ?

Frédo : Chaque client va être contacté par téléphone. S'il ne peut être joint, il recevra un courrier l'incitant à appeler un numéro gratuit pour réclamer un cadeau de fidélité sans obligation d'achat ni frais. L'objectif de cet échange téléphonique est de récompenser la fidélité du client et surtout d'enrichir notre base de données. Un pseudo sondage va permettre de recueillir les points d'intérêt de chaque client (jardinage, loisirs, lecture...) et ce que j'appelle les « thèmes émotionnels » (nombre et prénom des enfants ou petits enfants, nom des animaux domestiques...). Un cadeau au choix (produit cosmétique ou spécialité gastronomique) leur sera adressé gratuitement. Et, mi-novembre, une conseillère les contactera pour vérifier que le cadeau leur est bien parvenu et leur a plu. Et ce sera l'occasion de proposer une sélection de produits adaptés aux informations clients obtenues précédemment.

RAA : J'imagine que vous avez effectué quelques tests ?

Frédo : Oui, et ils sont excellents. Je dois vous avouer que j'ai personnellement procédé à un recrutement de qualité : mes télé-opératrices sont charmantes, empathiques et, bien sûr, seront commissionnées sur les ventes réalisées. Chacune aura en charge le suivi d'un nombre limité de clients et devra régulièrement mettre à jour la base d'informations clients (situation de santé, événements familiaux).

RAA : Et vous ne craignez pas que la **CNIL** (Commission nationale informatique et libertés) conteste cette approche intrusive ?

Frédo : Oh, si vous voulez mon avis, la **CNIL** se fiche royalement de savoir que nous appelons Madame Suzette pour avoir des nouvelles de son chat Gaspard et pour lui proposer l'achat d'un superbe panier en osier bio !

RAA : Je vois que vous êtes particulièrement convaincu par cette nouvelle approche commerciale.

Frédo : Je suis surtout convaincu par le fait qu'il faut aujourd'hui « émerveiller » nos clients. Je me qualifie d'ailleurs modestement « d'émerveilleur universel », formulation que j'ai moi-même inventée.

RAA : Décidément Frédo la Fripouille n'a pas fini de nous surprendre.

Frédo : Comme vous le dites.



INFO-ALERTE est une mise en garde hebdomadaire diffusée par le Réseau anti-arnaques, association partenaire de l'UFC-Que Choisir, BP 40179, 79205 PARTHENAY cedex (contact@arnaques-infos.org). Elle alimente la page Facebook du RAA.

SIRET : 503 805 657 00049

Reproduction autorisée sous réserve de mentionner l'origine.

Directeur de la publication : **Pascal TONNERRE** (president@arnaques-infos.org)