



# Suivi du churn

## Dictionnaire du churn

Aα Raison	🕒 Tag	☰ Exemples et détails
<u>Insuffisance fonctionnelle perçue</u>	Fonctions manquantes	Le client estime que le produit ne couvre pas suffisamment ses besoins fonctionnels ou métiers, même si l'outil fonctionne bien par ailleurs.
<u>Facteurs économiques ou contractuels</u>	Prix/Facturation	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Prix jugé trop élevé</b> : surtout si la valeur n'est pas perçue comme suffisante.</li><li>• <b>Conditions contractuelles rigides</b> : engagement trop long, manque de flexibilité.</li><li>• <b>Concurrence plus attractive</b> : meilleure offre ailleurs (fonctionnalités, prix, UX).</li></ul>
<u>Résiliation forcée par homeys</u>	Churn homeys	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Non-paiement</b> : le client ne règle plus ses factures malgré les relances.</li><li>• <b>Absence de réponse</b> : le client est injoignable, ne répond plus aux sollicitations.</li><li>• <b>Violation des conditions d'utilisation</b> : usage abusif ou non conforme du produit.</li><li>• <b>Inactivité prolongée</b> : le compte est techniquement actif mais jamais utilisé.</li></ul>
<u>Problèmes techniques ou de performance</u>	Tech/Perf	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Bugs fréquents ou instabilité</b> : perte de confiance dans la fiabilité.</li><li>• <b>Temps de chargement trop long</b> : impact direct sur la productivité.</li><li>• <b>Intégrations manquantes ou défectueuses</b> : le produit ne s'intègre pas bien dans l'écosystème du client.</li></ul>
<u>Facteurs organisation</u>	Facteurs internes clients	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Changement de stratégie ou de priorités</b> : le produit n'est plus aligné.</li></ul>

Aa Raison	📌 Tag	☰ Exemples et détails
<u>nels côté client</u>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Turnover interne</b> : les nouveaux décideurs ne connaissent pas ou ne veulent pas garder l'outil.</li> <li>• <b>Fusion ou acquisition</b> : rationalisation des outils utilisés.</li> <li>• <b>Besoin ponctuel</b> : Le client n'a pas churné parce que le produit est mauvais ou incomplet, mais parce que son besoin était temporaire. Il a utilisé le produit pour une mission, un projet ou une période spécifique, puis a naturellement arrêté.</li> </ul>
<u>Expérience utilisateur et design</u>	UX/UI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Interface peu intuitive ou trop complexe</b> : navigation difficile, surcharge cognitive.</li> <li>• <b>Onboarding inefficace</b> : les utilisateurs ne comprennent pas comment démarrer ou tirer parti du produit.</li> <li>• <b>Manque de personnalisation</b> : l'outil semble générique ou trop rigide.</li> </ul>
<u>Problèmes liés à la valeur perçue</u>	Valeur perçue	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Manque de ROI clair</b> : les utilisateurs ne voient pas les bénéfices concrets ou mesurables.</li> <li>• <b>Fonctionnalités inutilisées ou mal comprises</b> : trop de complexité ou mauvaise priorisation.</li> <li>• <b>Produit non adapté aux besoins évolutifs</b> : le logiciel ne suit pas la croissance ou les changements du client.</li> </ul>
<u>Support et relation client</u>	Support	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Support client lent ou inefficace</b> : frustration en cas de problème.</li> <li>• <b>Manque de communication proactive</b> : pas de suivi, pas de conseils personnalisés.</li> <li>• <b>Absence de feedback pris en compte</b> : les clients ont l'impression de ne pas être écoutés.</li> </ul>

# Le churn

## Q3

? Grille de questions suivi du churn