

CA C'EST DU SERVICE!

Guide de l'animateur

© *Formavision / Atrix*

87-89 rue des Rosiers, 92500 Rueil Malmaison, France
Tel: 33-01 47 08 12 12 Fax: 33-01 47 08 01 58
email: Formavision@easynet.fr
<http://www.formavision.com>

ÇA C'EST DU SERVICE !

Note pour l'animateur

L'accueil et le service offerts aux clients sont essentiels pour la réussite d'une entreprise. Nous avons tous eu connaissance des statistiques démontrant à quel point les consommateurs relatent leurs mauvaises expériences à leur entourage. Une véritable qualité de service exige que l'on aille au-delà d'un respect de la bonne procédure. Elle comprend également l'attitude et le comportement.

Tout serait simple si l'on pouvait apprendre la qualité de service, comme on apprend une procédure. Mais le maintien d'une attitude positive et d'un comportement accueillant nécessite une adhésion personnelle au concept d'une excellente qualité de service. La formation, les discussions et les mises en situation sont la meilleure façon de susciter cette adhésion chez les employés.

Public concerné :

Pour atteindre la qualité de service, il faut un effort continu et réfléchi de la part de l'encadrement et de chaque employé qui est au contact des clients, aussi bien externes qu'internes, de l'entreprise. Comme tout autre élément de qualité, le service clientèle doit faire partie d'un processus d'amélioration constante chez tous les employés de l'entreprise.

Avant le stage :

Evaluer les stagiaires :

Etudier les personnes qui vont assister au stage. Sont-ils des employés expérimentés ou de nouvelles recrues ? Font-ils parti de l'encadrement ? Travaillent-ils directement avec des clients externes à l'entreprise, ou seulement avec des collègues d'autres services ?

En règle générale, il serait peut être conseillé de regrouper les stagiaires selon le niveau d'expérience. Cependant, le vidéofilm « Ca c'est du service ! » présente des situations variées qui permettent une approche universelle du thème devant des groupes mixtes.

Il est recommandé de faire cette formation avec des groupes de 8-15 personnes, au-delà de cette limite la participation active de tous les stagiaires sera difficilement assurée.

Regarder le vidéofilm et le guide d'animateur

En regardant le vidéofilm, prenez des notes sur des points de formation ou des séquences qui sont particulièrement pertinents à votre entreprise. Vous pouvez concentrer les discussions et les mises en situation sur ces points.

Lisez les objectifs, la synopsis du vidéofilm et les points clés de formation (p.5).

Prenez des notes sur les points à souligner et des points à insérer ou à rajouter selon vos objectifs.

Lisez la section du guide d'animateur consacré aux discussions de groupe et aux mises en situation (p 15) Notez les exercices qui vous semblent d'intérêt particulier pour vos stagiaires.

Revoir les Transparents (p 28) - et si vous le souhaitez, transposez-les sur paperboard.

Vos notes vous permettront de personnaliser la séance (voir programmes de stage p 4)

Les discussions et les mises en situation sont conçues pour aider les stagiaires à appliquer les points de formation dans leur action quotidienne.

En exposant les stagiaires aux points de formation à travers plusieurs médias (ex. la vidéo, les discussions, les mises en situation, les transparents, le paperboard, la prise de notes) facilitera la mémorisation.

Se préparer :

La salle de formation

Préparez la salle où aura lieu la formation en vous laissant suffisamment de temps pour tout faire. Vérifiez le magnétoscope, le moniteur, le vidéofilm et tous les accessoires (rétroprojecteur, paperboard) et leur état de fonctionnement.

Assurez-vous qu'il y a suffisamment d'espace pour les stagiaires afin de prendre des notes, et la disponibilité de crayons et de papier nécessaire. Les lumières devraient être baissées lorsque vous passez le vidéofilm en laissant cependant suffisamment de lumière pour prendre des notes. Vérifiez que vous pouvez être vu et entendu par tout le monde dans la salle et disposez vos notes d'animateur à portée de main. Vous pouvez créer des cartons avec le nom de chaque stagiaire pour faciliter la communication.

Créer l'ambiance

Une ambiance décontractée est essentielle dans la formation continue des adultes. En laissant les stagiaires parler des situations qu'ils rencontrent dans leur travail quotidien, vous apporterez une touche de réalisme à la formation et vous augmenterez ainsi la rétention de points clés. C'est aussi une façon efficace de personnaliser la formation aux besoins des stagiaires.

Prenez une approche de « facilitateur » de communication plutôt que de conférencier. Demandez aux stagiaires de partager leurs avis et leurs expériences sur un ton de conversation informelle. Otez le stress des stagiaires en leur faisant savoir que vous cherchez sincèrement leur opinion, et que toute opinion est valide. Vous ne cherchez pas de réponses « bonnes » ou « mauvaises ». En facilitant la concentration du groupe autour des questions de service aux clients, vous exposerez automatiquement la plupart des points de formation que vous allez traiter dans la formation. Vous aiderez ainsi les stagiaires à intérioriser les points de formation et à en retenir les plus importants.

Gardez le contrôle de la séance

Respectez le programme et l'horaire autant que possible. Si certains stagiaires monopolisent la parole, encouragez d'autres personnes à parler afin que tout le monde participe.

Brisez la glace en début du stage (voir Discussions pour briser la glace p.8). Les stagiaires doivent se sentir à l'aise et réfléchir sur les situations de service au client qu'ils rencontrent habituellement avant de voir le vidéofilm.

Programmes de stage suggérés

Voici quelques programmes de stage pour une séance d'une heure ou deux heures autour du vidéofilm « Ca c'est le service ! »

PROGRAMMES DE STAGES

1 heure

| | Durée |
|--|-------|
| 1. Introduction Discussion Brise-glace | 10 mn |
| 2. Montrer le vidéofilm | 13 mn |
| 3. Discussion après le vidéofilm 3 ou 4 Questions pour Discussion | 10 mn |
| 4. Résumé des points clés | 10 mn |
| 5. Mises en situation (2 jeux de rôle avec résumé) | 12 mn |
| 6. Questions pour Résumer | 5 mn |

2 heures

| | Durée |
|---|-------|
| 1. Introduction Discussion Brise-glace | 15 mn |
| 2. Montrer le vidéofilm | 13 mn |
| 3. Discussion après le vidéofilm | 20 mn |
| 4. Pause | 10 mn |
| 5. Révision des points clés | 22 mn |
| 6. Mises en situation (4-5 jeux de rôle et résumé) | 35 mn |
| 7. Questions pour Résumer | 5 mn |

POINTS DE FORMATION CLES

Objectifs du stage :

Les stagiaires quitteront le stage avec les connaissances suivantes :

- Tout le monde a eu l'occasion d'être client et, à un moment donné, il aura l'occasion d'offrir du service à autrui.
- Il est important de sourire, d'accueillir le client et de le traiter avec courtoisie
- Quand il y a eu une erreur, faites vos excuses. Quand le client a un problème, compatissez.
- Posez des questions pour trouver ce que le client veut vraiment et ce dont il a réellement besoin
- Proposez une solution au client.
- Etendez la qualité de service à vos collègues de travail (service interne)

Quand vous faites un effort de plus pour les clients, vous pouvez en faire des amis.

Résumé du vidéofilm

Ca c'est du service ! présente quatre situations professionnelles et l'importance du service clientèle pour chacune d'elles.

Les personnages :

Tom : travaille dans un restaurant

Raoul : travaille dans une agence de banque

Jeanne : travaille comme chef de service dans un grand magasin

Bob : travaille comme vendeur dans le rayon hommes

Monica : travaille dans un service public

Les personnages sont perçus dans des situations où ils sont clients et de nouveau dans leur cadre professionnel fournissant un service à leurs clients. Les vignettes sont conçues pour illustrer les éléments d'un bon service clientèle et pour souligner le fait que nous sommes tous à la fois clients et fournisseurs de service. Le vidéofilm appuie la thèse qu'en dépassant les attentes du client par un effort de plus, nous pouvons en faire des amis.

Synopsis

Restaurant (Introduction)

Tom nous explique que nous sommes tous des clients et que la plupart d'entre nous ont une activité professionnelle dans laquelle nous devons rendre service à nos propres clients.

Nous voyons Raoul, Bob et Monica en train de déjeuner ensemble. Tom les connaît tous en tant que clients et amis. Tom nous raconte qu'ils se sont rencontrés il y a quelques mois seulement. Il nous raconte l'histoire de cette rencontre.

Restaurant (il y a quelques mois)

Raoul prend un petit déjeuner rapide lorsqu'il renverse de la confiture sur sa cravate. Tom lui suggère de passer dans un magasin qui se trouve sur le même chemin que son travail.

Grand magasin

Jeanne et Bob sont en train de revoir les éléments de base d'un bon service clientèle : chaque activité comporte un côté technique et un côté humain. Le côté humain - le service clientèle direct - est d'une grande importance à toute entreprise.

Fournir un bon service clientèle ne veut pas dire le servir.

Il y a deux types de service clientèle : 1) le service aux clients de l'entreprise et 2) le service aux collègues de travail qui ont besoin de notre assistance de temps en temps. Tout le monde offre et reçoit un service à un moment donné.

Il est important d'avoir un sourire au visage et d'être courtois. Souvent, les clients n'ont pas eu l'occasion de réfléchir sur toutes les options. Il est important que nous les aidions - comme s'ils étaient nos amis.

Jeanne fait remarquer qu'il est très satisfaisant de faire un effort de plus pour qu'un client devienne un ami.

Raoul entre dans le magasin comme le premier client de Bob. Raoul se dit pressé et prêt à acheter n'importe quelle cravate.

Bob compatit avec Raoul sur son problème. Il pose des questions à Raoul pour connaître ses préférences et il lui propose une solution. Bob suggère une cravate qui va bien avec l'ensemble de Raoul et qui est soldé. Bob a fait un effort en plus pour gagner un ami.

L'agence de banque

Raoul est maintenant en train de proposer un service lorsque Monica entre dans l'agence. Elle est en colère car elle a reçu un chéquier personnalisé qui ne correspond pas à sa commande.

Raoul devra regagner sa confiance. Il s'excuse personnellement pour l'erreur et compatit avec Monica sur ce problème. Il pose des questions pour vérifier qu'il a bien compris sa commande d'origine.

Pour rétablir de bonnes relations, Raoul propose à Monica de lui fournir les chèques corrects sans frais. Finalement Raoul fait un effort en plus en avisant Monica que son compte courant peut bénéficier d'un plan préférentiel. Elle quitte ainsi Raoul en ami.

L'administration

Monica travaille désormais avec sa « clientèle » dans l'administration. Tom est venu la voir, énervé car sa demande a été erronée.

Monica écoutera tout ce qu'il a à dire et elle mettra l'accent sur sa frustration. Elle posera des questions jusqu'à ce qu'elle comprenne entièrement le problème.

Dans ce cas, Monica fait appel à un collègue de travail qui est au courant de la situation. Le collègue peut apporter un bon service clientèle interne, et une solution est proposée au client.

Restaurant (midi)

Nous voyons les trois amis (Bob, Raoul et Monica) déjeuner ensemble et discutant avec leur interlocuteur, Tom. Celui-ci rappelle les points principaux.

Introduction

Questions de pré-discussion

Les formulaires de questions préliminaires sont fournis pages 24-25.

Les questions de préliminaires sont conçues pour cerner les connaissances des stagiaires des points principaux avant que le stage commence. Vous pouvez ajouter ou retirer des questions en fonction des priorités de votre entreprise.

Il est nécessaire de demander aux stagiaires de remplir et de donner les feuilles préliminaires avant que le stage ait lieu. Ainsi, vous serez en mesure d'évaluer les capacités et les fragilités du groupe et d'introduire l'importance de la formation en fonction de celles-ci.

Une feuille de questions d'évaluation sera remplie à la fin du stage (page 28). La clé des questions de rappel inclue une liste de questions semblables aux questions qui se trouvent sur la feuille de préliminaires. Ceci vous aidera à repérer les points que les stagiaires ont retenus pendant le stage.

Brise-glace

Le stage de formation devrait avoir un maximum de participation individuelle et d'interaction dans le groupe. Il est important de créer immédiatement une ambiance décontractée pour que les stagiaires soient à leur aise et confiants durant le stage. Beaucoup de personnes assistent à des stages en espérant se cacher et peut-être de rêvasser. Vous voulez laisser savoir à vos stagiaires que vous allez avoir une discussion ouverte et des jeux de rôles et dont tout le monde participera.

Pour faire en sorte que les stagiaires regardent attentivement la vidéo, expliquez-leur que les discussions et les jeux de rôles qui suivent seront basés sur les points de formations présentés dans le film.

Vous pouvez commencer le stage en vous présentant et en demandant aux stagiaires de se présenter par la suite.

INTRODUCTION

Voici quelques phrases pour introduire le stage et « briser la glace » en début de séance. Vous pouvez bien entendu les personnaliser ou les modifier selon vos besoins.

« Même si nous débutons dans ce métier, nous avons tous des connaissances au sujet de l'accueil et le service clientèle car nous avons tous été clients et nous avons tous connu un bon et un mauvais service au cours des années. Le service clientèle est vital pour toute entreprise. C'est l'un des principaux points de comparaison que feront nos clients avec la concurrence. Les clients souhaitent que nous soyons souriants et courtois. Mais, encore plus important, ils souhaitent que leurs attentes soient satisfaites. Il est plus facile de comprendre les attentes du client lorsque vous vous rappelez vos propres attentes en tant que client.

Pensez aux magasins que vous fréquentez habituellement en tant que client. Le prix et la qualité du produit sont importants. Mais il y a des endroits où vous vous sentez particulièrement bien. Le personnel vous connaît et vous êtes amis. C'est l'exemple du meilleur service clientèle. Quand le personnel fait un effort de plus pour dépasser les attentes des clients, il crée des liens d'amitié durable.

POINTS DE DISCUSSION POUR BRISER LA GLACE

(Ces points peuvent être modifiés selon vos objectifs.) Posez les questions et donnez à tout le monde le temps de formuler une opinion. Demandez à plusieurs stagiaires de donner leurs opinions. Expliquez clairement que ces opinions seront importantes dans les discussions à venir, peu importe leur contenu. Il est surtout important en ce moment de créer une ambiance décontractée et d'encourager la réflexion sur le sujet.

- 1) Qu'est-ce que la clientèle attend de vous lorsqu'elle vient dans votre entreprise ?
- 2) Que signifie service clientèle ?
- 3) Quand vous êtes un client, que voulez-vous ?
- 4) Quelle a été votre pire expérience en tant que client ?
- 4a) Quelle a été votre meilleure expérience en tant que client ?
- 5) Avez- vous déjà obtenu plus que vous n' attendiez en tant que client ?
- 6) Le client a-t-il toujours raison ?

(Expliquez que les discussions et les exercices seront basés sur la vidéo.)

PROJETEZ LA VIDEO

DISCUSSION POST VIDEO

(Gardez la discussion décontractée et ouverte; si possible, faites la liste des réponses sur le paperboard ou le tableau.)

Quelles sont les 2 sortes de service clientèle ?

- 1) Interne - en interaction avec des collègues qui comptent sur votre aide.**
- 2) Avec des clients qui ont besoin de nos biens et services.**

Quels sont les moyens pour transformer les clients en amis ?

Plusieurs réponses. Demandez de vraies expériences aux stagiaires. Faites en sorte que faire quelque chose en plus a été acquis.

Qu'avez-vous conseillé aux clients qui leur ont donné satisfaction ?

Pourquoi est-il important de sympathiser avec les clients qui ont un problème ?

Laissez les savoir que vous comprenez leur problème.

Comment pouvez-vous trouver ce que les clients veulent et ce dont ils ont besoin ?

Ecoutez et posez des questions.

Lorsque vous parlez avec un client qui a une plainte, pourquoi s'excuser même si ce n'est pas votre faute ?

Vous vous excusez de la part de votre entreprise.

Quels sont les moyens pour que vous récupériez la confiance d'un client quand une faute a été commise ?

Rectifiez la situation. Si possible sans frais complémentaire pour le client afin de dédommager l'inconvénient.

Quels sont certains moyens qui vous permettront de montrer aux clients que vous êtes attentifs ?

Gardez le contact de l'œil, en posant des questions basées sur ce qu'ils ont dit.

Avez-vous des exemples qui donnent au client un petit service clientèle en plus ?

Pourquoi le fait de donner un petit plus est-il si important ?

Ca donne au client l'impression d'être spécial, et vous différencie de la concurrence, etc.

RETRACEZ LES POINTS PRINCIPAUX

C'est une bonne idée de retracer les principales idées de *Ça c'est du service !* en montrant les points sur un rétroprojecteur (les originaux pour les transparents sont fournis aux pages 30-35; ou recopiez les points sur un paperboard ou un tableau) comme une aide pour les stagiaires à retenir à partir du matériel.

Ceci pourrait être assez bref, en fonction du temps disponible (simplement en montrant les points principaux et en donnant une petite explication). S'il reste du temps valable, vous pouvez poser aux stagiaires plusieurs questions et répéter les points pour acquérir une plus grande approche.

Introduction

Dans la vidéo, vous avez vu le service clientèle apparaître dans quatre lieux : un restaurant, un centre commercial, une banque et une administration. Bien que les biens et services furent différents, la règle principale d'un bon service clientèle était mise en œuvre dans les quatre scènes.

Chaque séquence a démontré qu'un bon service commence par une salutation et un sourire. Ceci était particulièrement important quand le client semblait nerveux ou en colère. Dès qu'il était possible, le nom du client était utilisé. Des mots de politesse comme « s'il vous plaît » et « merci », ainsi qu'un bon contact d'œil, ont permis de montrer au client que quelqu'un était là pour aider. Quand vous apportez votre aide, vous transformez vos clients en amis.

Transparent #1

Ecoutez

Dans la vidéo, vous voyez Monica (employée dans l'administration) en train d'écouter attentivement Tom (le gérant du restaurant) pour déterminer ce qu'il veut vraiment et ce dont il a besoin. Elle le regarde en face pour faire savoir à Tom qu'elle suit ce qu'il dit. Monica est attentive et fait en sorte qu'elle comprend tout ce qu'il demande en posant des questions clés basées sur les dires de Tom.

QUESTIONS

Quels types de situations dans votre travail actuel exigent de votre part une écoute active ?

Est-ce que vous pouvez être certain d'avoir compris la situation d'un client simplement en se basant sur les premiers mots qu'il prononce ?

Transparent #2

Excusez-vous & compatissez

Dans la banque, vous voyez Monica s'approcher de Raoul (responsable de son compte). Elle était en colère parce qu'elle a reçu un chéquier personnalisé dont le motif est erroné. La première chose que Raoul a fait est de s'excuser. En faite, l'erreur n'était pas de sa faute, mais il savait que Monica voulait et méritait des excuses. Des excuses comme « la banque est désolée », ou « l'imprimeur des chèques est désolé », ne rendra pas la situation meilleure. Raoul a dit, « Je suis désolé », de la part de la banque.

Monica est inquiète parce qu'elle n'a plus de chèques et elle doit payer des factures. La plupart des gens veulent être certains que leur problème est compris. Raoul sympathise en disant, «Je comprends la situation dans laquelle vous vous trouvez ». «Vous ne pouvez pas payer vos factures sans chèques, et nous avons tous des factures.» Maintenant, ils sont du même côté.

QUESTIONS

Ne vous est-il jamais arrivé qu'une entreprise ait fait une erreur qui vous a causé du tort, et que personne ne se soit dérangé pour vous dire « Je m'excuse ».

Racontez-nous cette expérience.

Pourquoi pensez-vous qu'ils ne se sont pas excusés ? (Probablement parce que parmi ceux à qui vous avez fait part de votre problème, personne ne s'est senti personnellement responsable, et cela ne leur est pas venu à l'esprit de s'excuser de la part de l'entreprise.)

Quand quelqu'un est inquiet ou a un problème, pourquoi est-il important de compatir ? (Parce que cela montre que vous comprenez et que vous compatissez. Cela montre que vous êtes de leur côté.)

Transparent #3

Posez des questions

Dans la boutique, nous avons vu Raoul, pressé, entrer dans le centre commercial pour acheter une nouvelle cravate. Bob (le responsable de rayon) l'accueille et l'écoute afin de déterminer son problème. Raoul est prêt à acheter n'importe quelle cravate; du moment qu'il effectue son achat rapidement et qu'il arrive à son travail à l'heure. Bob lui demande, « Puis-je vous poser une question rapidement ? » et il se renseigne sur quel type d'ensemble Raoul porte habituellement pour enfin lui conseiller une cravate qui ira avec l'ensemble qu'il porte actuellement ainsi que tous ses autres ensembles.

QUESTIONS

Avez-vous déjà été dans une situation où un client cherchait quelque chose dont il ne voulait probablement pas et dont il n'avait pas besoin ?

Qu'avez-vous fait ? (D'habitude, on amène le client à se rendre compte de ce qu'il veut vraiment. Le fait de poser des questions peut l'amener à réfléchir. Soyez direct en posant des questions comme « Avez-vous déjà pensé à... »).

Transparent #4

Proposez une solution

A la banque, Raoul sait maintenant que Monica a reçu les mauvais chèques, qu'elle a des factures à payer et que ceci lui pose un problème. Tout d'abord, il prend en charge le problème en lui attribuant des chèques temporaires. Ensuite, il localise la brochure à partir de laquelle Monica avait passé sa commande au départ. Monica précisera quel motif elle veut, en écartant la possibilité d'une autre erreur. Pour la rassurer, Raoul dit à Monica quelle action il

met en place afin de résoudre son problème. « J'inscris votre demande en tant qu'une demande urgente. »

Finalement, Raoul travaille pour regagner la confiance de Monica en offrant le nouveau chéquier sans frais.

QUESTIONS

Qu'avez-vous fait pour regagner la confiance d'un client après qu'une erreur a été commise? (Les biens et services que vous pouvez proposer dépendent de la politique de votre entreprise. Ne faites pas de promesses impossibles à tenir.)

Devez-vous toujours offrir quelque chose de gratuit pour regagner la confiance ? (D'habitude, il suffit d'une remise de prix pour regagner la confiance d'un client. Cependant, dans le cas de Monica et Tom dans l'administration, ce n'est pas toujours possible, et, ce n'est pas toujours nécessaire, si vous pouvez résoudre le problème.)

Transparent #5

Faites un effort de plus

La meilleure façon de transformer le client en ami, est de dépasser les attentes du client. Cet effort en plus vous permettra de fidéliser vos clients et les encouragera à revenir.

Dans le centre commercial, Bob a déjà apporté un bon service en assurant que Raoul achète une cravate qui lui plaît vraiment. Et il fait un effort en plus en proposant un produit adapté parmi ceux en solde.

Dans la banque, Raoul a regagné la confiance de Monica en lui donnant de nouveaux chèques sans frais. Et, il fait un effort en plus en se renseignant sur son compte courant pour lui proposer un plan préférentiel.

QUESTIONS

Décrivez une situation où quelqu'un a dépassé vos attentes dans le service qu'il vous a proposé. Que pouvez-vous faire pour faire un effort de plus dans votre profession ?

MISE EN SITUATION

La mise en situation est une excellente façon d'apprendre les capacités à mettre en œuvre un service clientèle et ses étapes, parce qu'il est facile de simuler des situations de service clientèle avec des petits groupes. Les points principaux de formation peuvent être utilisés par les stagiaires pendant ces mises en situations, ce qui permet un renforcement de ce qu'ils ont déjà acquis pendant la séance.

Divisez les stagiaires par groupe de trois ou quatre. Attribuez des rôles de :

Client : Suivant les règles sur les feuilles de mise en situation (pages 15-18).

Service clientèle : il devra fournir un service clientèle en suivant les règles sur les feuilles de mise en situation. (pages 15-18).

Observateur : il devra évaluer la personne responsable de fournir un service clientèle d'après les points listés sur la fiche d'observateur (page 19).

Tous les stagiaires devront recevoir une fiche d'Observateur pour usage quand ils jouent l'observateur et pour référence quand ils jouent le client ou le fournisseur du service . (Il serait peut-être utile de faire des doubles pour les stagiaires comme référence dans le futur).

Vous devriez faire deux copies de la fiche de travail « Mise en situation » en donnant un exemplaire à l'observateur. L'autre exemplaire doit être découpé comme indiqué pour que les personnes qui font la mise en situation ne peuvent voir que leur propre rôle.

Les mises en situation doivent rester vivantes et distrayantes. Ne vous attendez pas à ce que les stagiaires rendent une performance parfaite en s'acquittant de tous les points signalés sur la fiche d'observateur. Après la mise en situation, demandez aux observateurs de présenter leurs évaluations en précisant ce qui a été bien fait et ce qui n'a pas été fait correctement.

FICHE D'OBSERVATEUR

La courtoisie primaire

- * a salué le client
- * a souri
- * s'est servi du nom du client (si possible)
- * s'est servi des mots magiques (y compris « je suis désolé » le cas échéant)

L'écoute

- * a regardé le client en face

Excusez-vous et compatissez (si nécessaire)

- * s'est excusé pour l'erreur personnelle ou organisationnelle
- * a compati pour signaler au client qu'il est compris

Posez des questions

- * a posé des questions pour clarifier les dires du client
- * a posé des questions pour savoir exactement ce que le client veut et ce dont il a besoin

Proposez une solution

- * s'est occupé de tout ce qui pouvait être fait immédiatement et facilement
- * a demandé au client pour être sûr que la solution lui convienne (si la solution est complexe)
- * a tenu le client informé sur les actions entreprises
- * le cas échéant, a regagné la confiance du client en proposant un produit ou un service gratuit ou à tarif réduit

Faites un effort de plus

- * a fait du client un ami

MISE EN SITUATION N°1 : LE STYLO

Niveau Débutant

MISE EN SITUATION N° 1 : LE STYLO CLIENT

Vous voulez acheter un stylo à billes noir, le moins cher dans le magasin.

Au début, dites « Je veux acheter un stylo ». Ne proposez aucune information sauf si le vendeur vous parle de « stylo à billes », de « noir » ou de « moins cher ».

Quand il cite ces mots dans ses questions, répondez par « oui ». Pour toute autre question, répondez par « non », « je ne sais pas » ou « qu'est ce que vous avez ? ».

MISE EN SITUATION N° 1 : LE STYLO VENDEUR

Vous travaillez dans un magasin de papeterie et vous aimez assister vos clients.

MISE EN SITUATION N° 1 : LE STYLO OBSERVATEUR

(Vous devrez chronométrer la mise en situation et ne la laissez jouer pas plus de 2 minutes).

Cette mise en situation est une esquisse peu réaliste mais c'est un bon test pour juger de la capacité du vendeur à rester patient et à poser des questions méthodiquement. Surveillez la courtoisie primaire et les techniques de questionnement. Le vendeur aura bien réussi s'il arrive à découvrir les trois spécificités que le client veut réunir dans son achat de stylo.

MISE EN SITUATION N° 2 : LES VACANCES

Niveau débutant

MISE EN SITUATION N° 2 LES VACANCES LE CLIENT

Vous vous servez de la même agence de voyages chaque année pour planifier un séjour agréable de 2 semaines. Cette année vous devez expliquer à votre agence que vous avez eu quelques dépenses imprévues et que vous ne disposez que de la moitié du budget habituel. Qu'est ce que l'agence peut vous proposer pour avoir des vacances néanmoins agréables ?

MISE EN SITUATION N° 2 LES VACANCES AGENT DE TOURISME

Vous travaillez dans une agence de voyages. Un bon client pour lequel vous réservez les vacances chaque année, arrive pour planifier son séjour annuel.

MISE EN SITUATION N° 2 LES VACANCES OBSERVATEUR

En plus de la courtoisie primaire, (il devrait appeler le client par son nom puisqu'il est déjà venu dans l'agence à plusieurs reprises) vous devez vérifier :

si l'agent de tourisme sympathise avec le client (à cause de ses contraintes de budget, « cela m'est arrivé également »).

s'il pose des questions : avez vous des préférences pour cette année ? La plage ? La montagne? Une ville nouvelle à découvrir etc..

s'il propose une solution : compte tenu des dires du client, il faut proposer une solution moins chère.

s'il fait un effort en plus : peut être l'agent peut chercher un séjour à tarif spécial ou une remise quelconque.

MISE EN SITUATION N° 3 : RESTAURATION

Niveau Intermédiaire

MISE EN SITUATION N° 3 : RESTAURATION CLIENT

Vous commandez un sandwich poulet crudités à emporter. Si le serveur vous demande si vous voulez autre chose, répondez en disant non car vous êtes très pressé de retourner à votre bureau.

Quand le serveur vous donne votre sandwich, regardez-le et dites: « Ce n'est pas du poulet » . S'il veut faire un échange, dites « Je n'ai pas le temps. Je suis déjà en retard au bureau. »

MISE EN SITUATION N° 3 : RESTAURATION SERVEUR

Vous êtes serveur dans un café avec un comptoir pour emporter.

MISE EN SITUATION N° 3 : RESTAURATION OBSERVATEUR

En plus de la courtoisie primaire, le serveur devrait s'excuser et peut être sympathiser avec le client (mais rapidement car le temps est un facteur pour ce client). Ce serait probablement une bonne idée de rembourser au client son argent ou lui donner un bon gratuit afin de regagner sa confiance.

MISE EN SITUATION N° 4 : LE CADEAU

Niveau Intermédiaire

MISE EN SITUATION N° 4 : LE CADEAU CLIENT

Vous vous rendez dans un magasin de cadeaux. Vous voulez acheter un cadeau d'anniversaire pour votre belle-mère, soixante-dix ans, personnage un peu difficile et maniaque dans ses goûts. Vous devez être de retour à votre bureau dans un quart d'heure.

MISE EN SITUATION N° 4 LE CADEAU CLIENT

Dites au vendeur que vous cherchez un cadeau et que vous ne disposez pas de beaucoup de temps. N'offrez pas d'informations complémentaires s'il ne vous les demande pas.

MISE EN SITUATION N° 4 LE CADEAU VENDEUR

Vous travaillez dans un magasin de cadeaux avec toutes sortes d'articles pour tous les goûts.

MISE EN SITUATION N° 4 LE CADEAU OBSERVATEUR

En plus de la courtoisie primaire, faites particulièrement attention aux questions posées. Selon les réponses à ces questions, une solution devrait être proposée. Accordez des points supplémentaires si le vendeur fait un effort de plus, en proposant un article soldé ou de faire un paquet cadeau rapidement, etc.

MISE EN SITUATION N° 5 : LE LOGICIEL

Niveau avancé

MISE EN SITUATION N° 5 LE LOGICIEL CLIENT

Vous entrez dans un magasin de bureautique et vous apprenez que seulement deux des huit logiciels que vous aviez commandés la semaine dernière ne pas sont arrivés. Maintenant vous êtes fâché.

Expliquez au responsable de service que l'on vous a assuré que tous les huit logiciels seraient disponibles aujourd'hui. Vous avez déjà organisé la visite d'un consultant dans votre bureau le lendemain pour installer les logiciels, vérifiez les systèmes et pour former vos employés. Vous aviez prévu d'avoir le temps de regarder ces logiciels avant l'arrivée du consultant. Que peut-il faire pour vous satisfaire ?

MISE EN SITUATION N° 5 LES LOGICIELS RESPONSABLE DE PRODUIT

Un client rentre dans votre magasin de bureautique. On lui a promis que vous aurez 8 logiciels disponibles pour aujourd'hui. Seulement deux des 8 logiciels ont été livrés par votre fournisseur.

MISE EN SITUATION N° 5 LES LOGICIELS OBSERVATEUR

En plus des autres points, faites particulièrement attention quant à la façon de s'excuser, de sympathiser et de proposer une solution.

Le responsable de service pourrait trouver une solution pour livrer les logiciels au bureau du client avant l'arrivée du consultant le lendemain. Il devrait poser la question pour savoir à quelle heure celui-ci va arriver. Le responsable de service ne peut peut-être pas trouver une solution immédiate mais il peut tenir le client informé sur ce qu'il est en train de faire (téléphoner au fournisseur, organiser un service de coursier express sans frais pour le client, etc.). Ceci devrait compenser en partie l'inconvénient que subit le client. Enfin, quelque chose de plus (une remise, un logiciel gratuit, etc.) devrait être proposé.

CONCLUSION

J'apprécie votre attention pendant ce stage. Rappelez-vous, le service clientèle représente le principal moyen de comparaison dont se servent nos clients pour nous différencier de nos concurrents.

Quand nous faisons un effort de plus, nous pouvons faire en sorte que ces clients deviennent nos amis.

QUESTIONNAIRE D'EVALUATION

(p. 26)

ANNEXE FICHES DE TRAVAIL A DISTRIBUER

FICHE D'OBSERVATEUR

La courtoisie primaire

- * a salué le client
- * a souri
- * s'est servi du nom du client (si possible)
- * s'est servi des mots magiques (y compris « je suis désolé » le cas échéant)

L'écoute

- * a regardé le client en face

Excusez-vous et compatissez (si nécessaire)

- * s'est excusé pour l'erreur personnelle ou organisationnelle
- * a compati pour signaler au client qu'il est compris

Posez des questions

- * a posé des questions pour clarifier les dires du client
- * a posé des questions pour savoir exactement ce que le client veut et ce dont il a besoin

Proposez une solution

- * s'est occupé de tout ce qui pouvait être fait immédiatement et facilement
- * a demandé au client pour être sûr que la solution lui convienne (si la solution est complexe)
- * a tenu le client informé sur les actions entreprises
- * le cas échéant, a regagné la confiance du client en proposant un produit ou un service gratuit ou à tarif réduit

Faites un effort de plus

- * a fait du client un ami

MISE EN SITUATION N°1 : LE STYLO

Niveau Débutant

MISE EN SITUATION N° 1 LE STYLO CLIENT

Vous voulez acheter un stylo à billes noir, le moins cher dans le magasin.

Au début, dites « Je veux acheter un stylo ». Ne proposez aucune information sauf si le vendeur vous parle de « stylo à billes », de « noir » ou de « moins cher ».

Quand il cite ces mots dans ses questions, répondez par « oui ». Pour toute autre question, répondez par « non », « je ne sais pas » ou « qu'est ce que vous avez ? ».

MISE EN SITUATION N° 1 LE STYLO VENDEUR

Vous travaillez dans un magasin de papeterie et vous aimez assister vos clients.

MISE EN SITUATION N° 1 LE STYLO OBSERVATEUR

(Vous devrez chronométrer la mise en situation et ne la laissez pas jouer plus de 2 minutes).

Cette mise en situation est une esquisse peu réaliste mais c'est un bon test pour juger de la capacité du vendeur pour rester patient et pour poser des questions méthodiquement. Surveillez la courtoisie primaire et les techniques de questionnement. Le vendeur aura bien réussi s'il arrive à découvrir les trois spécificités que le client veut réunir dans son achat de stylo.

MISE EN SITUATION N° 2 : LES VACANCES

Niveau débutant

MISE EN SITUATION N° 2 LES VACANCES LE CLIENT

Vous vous servez de la même agence de voyages chaque année pour planifier un séjour agréable de 2 semaines. Cette année vous devez expliquer à votre agence que vous avez eu quelques dépenses imprévues et que vous ne disposez que de la moitié du budget habituel. Qu'est ce que l'agence peut vous proposer pour avoir des vacances néanmoins agréables.

MISE EN SITUATION N° 2 LES VACANCES AGENT DE TOURISME

Vous travaillez dans une agence de voyages. Un bon client pour lequel vous réservez les vacances chaque année, arrive pour planifier son séjour annuel.

MISE EN SITUATION N° 2**LES VACANCES****OBSERVATEUR**

En plus de la courtoisie primaire, (il devrait appeler le client par son nom puisqu'il est déjà venu dans l'agence à plusieurs reprises) vous devez vérifier :

si l'agent de tourisme sympathise avec le client (à cause de ses contraintes de budget, « cela m'est arrivé également »).

s'il pose des questions : avez vous des préférences pour cette année ? La plage ? La montagne? Une ville nouvelle à explorer..etc..

s'il propose une solution : compte tenu des dires du client, il faut proposer une solution moins chère.

s'il fait un effort de plus : peut-être l'agent peut chercher un séjour à tarif spécial ou une remise quelconque.

MISE EN SITUATION N° 3 : RESTAURATION

Niveau Intermédiaire

MISE EN SITUATION N° 3**RESTAURATION****CLIENT**

Vous commandez un sandwich poulet crudités à emporter. Si le serveur vous demande si vous voulez autre chose, répondez en disant non car vous êtes très pressé de retourner à votre bureau.

Quand le serveur vous donne votre sandwich, regardez-le et dites : « Ce n'est pas du poulet » . S'il veut faire un échange, dites « Je n'ai pas le temps. Je suis déjà en retard au bureau. »

MISE EN SITUATION N° 3**RESTAURATION****SERVEUR**

Vous êtes serveur dans un café avec un comptoir pour emporter.

MISE EN SITUATION N° 3**RESTAURATION****OBSERVATEUR**

En plus de la courtoisie primaire, le serveur devrait s'excuser et peut-être sympathiser avec le client (mais rapidement, car le temps est un facteur pour ce client). Ce sera probablement une bonne idée de rembourser au client son argent ou de lui donner un bon gratuit afin de regagner sa confiance.

MISE EN SITUATION N° 4 : LE CADEAU

Niveau Intermédiaire

MISE EN SITUATION N° 4 LE CADEAU CLIENT

Vous vous rendez dans un magasin de cadeaux. Vous voulez acheter un cadeau d'anniversaire pour votre belle-mère, soixante-dix ans, personnage un peu difficile et maniaque dans ses goûts. Vous devez être de retour à votre bureau dans un quart d'heure.

MISE EN SITUATION N° 4 LE CADEAU CLIENT

Dites au vendeur que vous cherchez un cadeau et que vous ne disposez pas de beaucoup de temps. N'offrez pas d'informations complémentaires s'il ne vous les demande pas.

MISE EN SITUATION N° 4 LE CADEAU VENDEUR

Vous travaillez dans un magasin de cadeaux avec toutes sortes d'articles pour tous les goûts.

MISE EN SITUATION N° 4 LE CADEAU OBSERVATEUR

En plus de la courtoisie primaire, faites particulièrement attention aux questions posées. Selon les réponses à ces questions, une solution devrait être proposée. Accordez des points supplémentaires si le vendeur fait un effort en plus, en proposant un article soldé ou de faire un paquet cadeau rapidement, etc.

MISE EN SITUATION N° 5 : LE LOGICIEL

Niveau avancé

MISE EN SITUATION N° 5 LE LOGICIEL CLIENT

Vous entrez dans un magasin de bureautique et vous apprenez que seulement deux des huit logiciels que vous aviez commandés la semaine dernière ne sont pas arrivés. Maintenant vous êtes fâché.

Expliquez au responsable de service que l'on vous a assuré que tous les huit logiciels seraient disponibles aujourd'hui. Vous avez déjà organisé la visite d'un consultant dans votre bureau le lendemain pour installer les logiciels, vérifier les systèmes et pour former vos employés. Vous aviez prévu d'avoir le temps de regarder ces logiciels avant l'arrivée du consultant. Qu'est qu'il peut faire pour vous satisfaire ?

MISE EN SITUATION N° 5 LES LOGICIELS RESPONSABLE DE PRODUIT

Un client rentre dans votre magasin de bureautique. On lui a promis que vous aurez 8 logiciels disponibles pour aujourd'hui. Seulement deux des 8 logiciels ont été livrés par votre fournisseur.

MISE EN SITUATION N° 5 LES LOGICIELS OBSERVATEUR

En plus des autres points, faites particulièrement attention quant à la façon de s'excuser, de compatir et de proposer une solution.

Le responsable de service pourrait trouver une solution pour livrer les logiciels au bureau du client avant l'arrivée du consultant le lendemain. Il devra poser une question pour savoir à quelle heure celui-ci va arriver. Le responsable de service ne peut peut-être pas trouver une solution immédiate mais il peut tenir le client informé sur ce qu'il est en train de faire (téléphoner au fournisseur, organiser un service de coursier express sans frais pour le client, etc.). Ceci devrait compenser en partie l'inconvénient que subit le client.

Enfin, quelque chose de plus (une remise, un logiciel gratuit, etc.) devrait être proposé.

QUESTIONNAIRE PRELIMINAIRE

1) Servir des clients est plus important que de servir ses collègues de travail.

Vrai

Faux

2. Il ne faut pas sourire à des clients en colère ou énervés, parce que cela risque de les énerver davantage.

Vrai

Faux

3. Le client a toujours raison

Vrai

Faux

4. Il est presque impossible de satisfaire un client en colère.

Vrai

Faux

5. Quand un client expose un problème, vous devez :

a) lui dire de se calmer

b) sympathiser avec lui

c) ignorer ce qu'il dit et demander ce qu'il veut exactement

d) lui expliquer que le magasin n'est pas responsable

6. Vous devez interroger les clients :

a) pour connaître ce qu'ils savent de vos produits/services

b) pour découvrir leurs véritables désirs et besoins

c) pour les mettre à l'aise

d) tous les points cités ci-dessus

7. Vous devez vous excuser auprès des clients :

a) s'ils sont énervés, mais seulement si c'est votre faute

b) à chaque fois qu'un client est énervé

c) personnellement, si l'erreur provient de votre entreprise

d) après avoir consulté votre supérieur

8. Avant de proposer une solution au problème du client, vous devez :

- a) poser des questions
- b) écouter
- c) le regarder en face
- d) tous les points cités ci-dessus

9. Le meilleur moyen de convertir un client en ami est de :

- a) sourire
- b) l'accueillir en vous servant de son nom
- c) de faire un effort en plus pour lui
- d) tous les points cités ci-dessus

1) Servir des clients est plus important que de servir ses collègues de travail.

Vrai

Faux

2. Il ne faut pas sourire à des clients en colère ou énervés, parce que cela risque de les énerver davantage.

Vrai

Faux

3. Le client a toujours raison

Vrai

Faux

4. Il est presque impossible de satisfaire un client en colère.

Vrai

Faux

5. Quand un client expose un problème, vous devez :

a) lui dire de se calmer

b) sympathiser avec lui

c) ignorer ce qu'il dit et demander ce qu'il veut exactement

d) lui expliquer que le magasin n'est pas responsable

6. Vous devez interroger les clients :

a) pour connaître ce qu'ils savent de vos produits/services

b) pour découvrir leurs véritables désirs et besoins

c) pour les mettre à l'aise

d) tous les points cités ci-dessus

7. Vous devez vous excuser aux clients :

a) s'ils sont énervés, mais seulement si c'est votre faute

b) à chaque fois qu'un client est énervé

c) personnellement, si l'erreur provient de votre entreprise

d) après avoir consulté votre supérieur

8. Avant de proposer une solution au problème du client, vous devez :

a) poser des questions

b) écouter

c) le regarder en face

d) tous les points cités ci-dessus

9. Le meilleur moyen de convertir un client en ami est de :

a) sourire

b) l'accueillir en vous servant de son nom

c) faire un effort de plus pour lui

d) tous les points cités ci-dessus

QUESTIONNAIRE D'ÉVALUATION

1. Quels sont les deux types de clients avec lesquels vous avez affaire ?
2. Quels sont vos premiers gestes lorsque vous rencontrez un client ?
3. Que pouvez-vous faire pour aider à réparer une erreur ou un inconvénient que vous ou que votre entreprise auraient pu occasionner à un client ?
4. Quand les clients vous exposent un problème, que pouvez-vous faire pour qu'ils se sentent mieux ?
5. Pour découvrir ce que vos clients veulent et ce dont ils ont réellement besoin, que devriez-vous faire ?
6. Quelle est la première chose que vous faites en apprenant qu'un client a un problème dont la responsabilité appartient à votre entreprise ?
7. Pour vous aider à proposer de bonnes solutions à vos clients, vous pouvez : (il y a plusieurs réponses) :
8. Pendant que vous travaillez sur la résolution du problème pour le client, que pouvez-vous faire pour alléger immédiatement ses craintes ?
9. Citez plusieurs façons de convertir des clients en les fidélisant, pour en faire des « amis ».

1. Quels sont les deux types de clients avec lesquels vous avez affaire ?
(des clients qui entrent dans le magasin pour acheter un produit ou un service et des collègues de travail)
2. Quels sont vos premiers gestes lorsque vous rencontrez un client ?
(sourire et accueillir)
3. Que pouvez-vous faire pour aider à réparer une erreur ou un inconvénient que vous ou votre entreprise auraient pu occasionner à un client ?
(Donnez au client quelque chose ou un service dans les limites imposées par votre entreprise)
4. Quand les clients vous exposent un problème, que pouvez-vous faire pour qu'ils se sentent mieux ?
(Compatissez. Faites leur savoir que vous comprenez leurs sentiments. Parlez du fait que vous avez déjà vécu une situation semblable.)
5. Pour découvrir ce que vos clients veulent et ce dont ils ont réellement besoin, que devriez-vous faire ?
(Posez des questions)
6. Quelle est la première chose que vous faites en apprenant qu'un client a un problème dont la responsabilité appartient à votre entreprise ?
(Vous excuser)
7. Pour vous aider à proposer de bonnes solutions à vos clients, vous pouvez: (il y a plusieurs réponses):
(Écouter, poser des questions, regarder le client en face, impliquer le client dans la recherche d'une solution)
8. Pendant que vous travaillez sur la résolution du problème pour le client, que pouvez-vous faire pour alléger immédiatement ses craintes ?
(Expliquez ce que vous êtes en train de faire pour chercher une solution)
9. Citez des façons de convertir des clients en les fidélisant, pour en faire des « amis ».
Réponses individuelles de la part des stagiaires.

Transparent N° 1

1) ECOUTEZ

Transparent N°2

2)EXCUSEZ-VOUS ET COMPATISSEZ

Transparent N°3

3) POSEZ DES QUESTIONS

Transparent N°4

4) PROPOSEZ UNE SOLUTION

Transparent N°5

5) FAITES UN EFFORT DE PLUS

Transparent N°6

1) ECOUTEZ

2) EXCUSEZ-VOUS ET COMPATISSEZ

3) POSEZ DES QUESTIONS

4) PROPOSEZ UNE SOLUTION

5) FAITES UN EFFORT DE PLUS

TRANSPARENT N°1

ECOUTEZ

TRANSPARENT N°2

EXCUSEZ-VOUS ET COMPATISSEZ

POSEZ DES QUESTIONS

TRANSPARENT N°4

PROPOSEZ UNE SOLUTION

TRANSPARENT N°5

FAITES UN EFFORT DE PLUS

1°) ECOUTEZ

2°) EXCUSEZ-VOUS ET COMPATISSEZ

3°) POSEZ DES QUESTIONS

4°) PROPOSEZ UNE SOLUTION

5°) FAITES UN EFFORT DE PLUS