

# Le traitement performant de la clientèle



## Contenu

- A partir de quand un client est-il satisfait?
- Mieux prévenir que guérir, comment?
- Quels sont les éléments concrets qui y contribuent?
- Quelles sont les étapes du traitement des réclamations?
- Ateliers
- Conclusions / Questions



**A partir de quand un client est-il satisfait au point de laisser des échos positifs dans son environnement?**



Lorsque le client est satisfait de la prestation, cela lui semble normal!

Afin qu'il laisse des échos favorables, il faut rajouter quelque chose!

3

Mieux prévenir que guérir?

Un client satisfait en parle à 3.



Un client insatisfait en parle à 100!

4

## Quelle est l'importance des fonctions et quels sont les impacts sur le client?

L'accueil du client et le traitement peuvent parfois sembler être une routine. En fait, ils exigent du savoir-faire.

Vous portez une lourde responsabilité.

Laquelle ?



Vous êtes les ambassadeurs de votre entreprise. Vous avez la possibilité de propager une bonne ou mauvaise image.

5

## Quelle est l'importance des fonctions et quels sont les impacts sur le client?

Votre société paraîtra :

- Accueillante si vous êtes aimable
- Disponible si vous écoutez patiemment
- Dynamique si vous êtes entreprenante
- Professionnelle si vous proposez des solutions adaptées
- Sérieuse si vous tenez vos engagements

6

## Quelle est l'importance des fonctions et quels sont les impacts sur le client?

Soyez toujours conscients de l'impression que vous dégagez, de ce que les spécialistes appellent les **4 x 20**.

4 x 20

### 20 premières secondes

Impression que le client aura de vous. Tenue très correcte, soignée sans exagération, sourire réel et non artificiel.

### 20 premiers mots

Attention aux banalités ou aux phrases qui manifestement ont été apprises. Le naturel est toujours plus « payant ».

### 20 premiers centimètres du visage

Ceux-ci incluent le regard, qui reste un élément déterminant lors d'une première rencontre.

### 20 premiers pas

7

## Que se passe-t-il lorsque vous entrez en communication avec un client?

Le ciel est bleu!

A partir de ce moment-là, vous allez laisser des «petits nuages» car il est impossible d'être excellent.



Par contre, beaucoup de «petits nuages» se transformeront en cumulus.

8

## Quelle sont les 2 grands chapitres de la communication?

- La communication verbale  
**Le fond** de la communication  
*Les mots utilisés = le contenu*
- La communication non verbale  
**La forme** de la communication  
*Pas ce que vous dîtes, mais comment vous le dites.*



9

## Et les impacts sur votre clientèle?

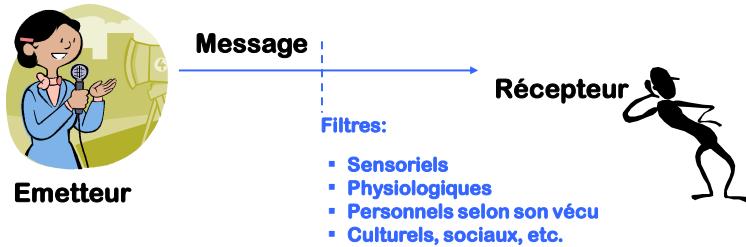
- **Communication verbale** 35%
- **Communication non verbale** 65%

Donc 65% de la communication est réalisée de façon inconsciente!

L'idéal à atteindre 100% de verbale et 100% de non verbale!

10

## Quels sont les pièges de la communication?



Tous les mots sont interprétés, donc?

11

## Quels sont les éléments qui laissent une bonne image ou une mauvaise image?



Evidemment la **qualité** de la prestation!

12

- Sonneries
- Annonce
- Détection des besoins
- Ecoute active ≠ Ecoute passive
- Adaptation au client (âge, niveau + personnalité)
- Rythme
- Volume
- Tonalité
- Gestuelle, posture, mimiques, micro + macro-mouvements du visage
- Phrases courtes
- Articulation
- Précision / Clarté
- Ponctuation

- Termes techniques ou acronymes
- Mots parasites
- Mots « qui tuent »
- Regard
- Sourire
- Reformulation / Vérification (si nécessaire)
- Clarification (si nécessaire)
- Engagement, dynamisme, enthousiasme
- Disponibilité
- Implicite / Explicite
- Professionnalisme
- Prise congé
- Etc.

## Souvent de l'incompétence inconsciente?

### ▪ Le sourire

Des études démontrent qu'il manque dans plus de 80% du sourire à la clientèle!



### ▪ La tonalité

20 % de l'impact

Vous pouvez avoir une tonalité estivale ou hivernale.

### ▪ Le regard

Un regard qui parle ou qui «tue».



15

### ▪ Le rythme de parole / la ponctuation / l'articulation / les phrases courtes

*Nous vous proposons une salade mixte et ensuite une entrecôte de bœuf et après le dessert du jour.*

### ▪ Les mots «parasites» / les mots qui «tuent»

*Eh / Et puis / En fait*

*Oui sans problème.*

*Est-ce que cela vous a plu?*

*Cette prestation coûte.*

*Vous ne serez pas déçu.*



16

Comment éviter les réclamations?

Un client qui réclame vous laisse-t-il une chance?

Que fait un client insatisfait qui ne réclame pas?

17

Cette chance est-elle souvent saisie?

**Malheureusement pas!**

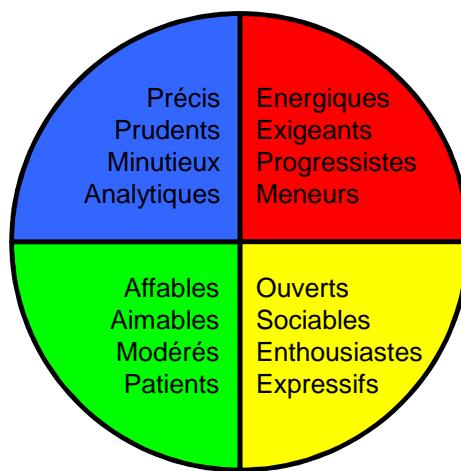
18

La communication utilisée et l'ordre des étapes crée souvent des problèmes.

- Ecouter et gérer ses propres émotions
- Remercier, déplorer, rassurer
- Reformuler + vérifier (si nécessaire)
- Questionner (si nécessaire) avec prudence
- Proposer une solution
- Demander l'acceptation
- Justifier brièvement
- Tenir des engagements

19

### Comment s'adapter à son client?



20

### Inconsciemment:

- Un client vous évalue sur votre dynamisme
- Un autre sur votre sympathie
- Un autre sur votre empathie
- Un autre sur votre précision et connaissances

## Questions

