

## **Comment va le service à la clientèle dans votre entreprise ?**

Il ne s'écoule pas une seule journée sans qu'on lise ou qu'on entende un commentaire sur l'importance du service à la clientèle.

Après la poursuite de l'excellence, suivie d'une frénésie de qualité totale mal assimilée, plusieurs entreprises se tournent maintenant vers ce nouveau dada qu'est la satisfaction du client.

Merveilleuse idée ! Mais pour cela, il faudrait que les entreprises prennent vraiment des moyens pour communiquer ce désir à l'ensemble de leur personnel et préciser leurs attentes à cet égard, particulièrement avec leurs gens de première ligne, ceux qui sont en contact avec le client. C'est souvent là que le bât blesse.

On n'intervient pas assez clairement ni assez directement. Les gens sont trop laissés à eux-mêmes. Plusieurs interprètent le service à la clientèle à leur façon, ce qui n'est pas toujours la meilleure formule.

Certains pensent qu'il suffit d'être poli avec les clients, d'autres croient que ce n'est que la qualité du produit qui compte alors que c'est essentiellement une question d'attitude générale de **prévenance**, un peu comme le laissait entendre cette merveilleuse publicité qui nous affirmait que ses clients... "sont entre bonnes mains, avec...". Voilà le genre d'assurance qui va faire que le client n'aura pas le goût d'aller voir ailleurs !

### **Un exemple vaut 1000 mots**

Mais puisqu'un exemple vaut mille mots, voici un cas pour illustrer mes propos. Cela s'est passé au centre de ski où je détiens une passe de saison depuis des années. J'y loue également un casier où on laisse nos équipements pour éviter d'avoir à les trimballer tout l'hiver.

À mon arrivée l'autre jour, j'ai constaté que des voleurs avaient essayé de faire sauter mon cadenas, sans succès heureusement puisqu'il a résisté. Ouf ! L'équipement est intact ! Cependant, ils ont tellement essayé qu'il a fallu que des gens de l'entretien viennent redresser un morceau de métal croche pour que la porte puisse ouvrir. A en juger par quelques cases voisines, on n'était pas les seuls et d'autres avaient été moins chanceux que nous.

Une fois remis de mes émotions, j'ai évidemment voulu savoir quand cela s'était produit, si les gens de l'administration avaient été mis au courant de l'incident et surtout quelles mesures préventives avaient été prises.

Le premier membre du personnel que j'ai rencontré fut la responsable de l'école de ski qui était justement dans son local. Je lui ai demandé deux choses: premièrement, de l'aide ou à tout le moins des outils pour pouvoir ouvrir la porte de la case et ensuite, je voulais savoir si les propriétaires étaient au courant et ce qu'ils entendaient faire, etc. Je me disais qu'en parlant avec un chef de département, j'aurais certainement des réponses plus vite qu'avec un employé. Enfin, c'était ce je pensais ! Erreur !

D'abord, elle ignorait tout de l'incident, ce qui était bien possible compte tenu de l'agencement physique des lieux. Mais alors, c'était une raison de plus pour moi de penser que la haute direction n'en savait rien et, par conséquent, qu'aucun correctif n'avait été prévu.

Je lui ai donc demandé d'en prendre note et d'en faire rapport à ses patrons. Aussi poliment que je le lui ai demandé, elle me répondit qu'elle n'a pas souvent de communications avec eux et qu'il y avait peu de chance que son message ait autant d'effet que le mien.

Autrement dit, j'aurais bien plus de chance d'obtenir des résultats si je faisais les démarches moi-même, surtout si je prenais le temps de le faire par écrit. Ça m'a mis le feu au...passage !

Non seulement je suis un **client** qui vient de subir un préjudice, mais encore faudrait-il de plus que je me donne le trouble de faire les démarches pour corriger la situation. C'était le comble, l'envers du bon sens !

En pareil cas, le moins qu'un membre du personnel puisse faire, c'est de s'efforcer de limiter les dégâts, pas d'accabler davantage ! Renvoyer le client avec son problème, c'était la

dernière attitude à avoir, sous aucun prétexte ! C'est avec des réponses comme celles-là que les entreprises perdent de bons clients.

## **De la compassion**

A quoi aurais-je été en droit de m'attendre comme accueil, de la part d'une personne qui prend à cœur la satisfaction du client parce qu'il en va de l'intérêt de l'entreprise et, indirectement, du sien ?

Premièrement, à une certaine formule de compassion doublée d'excuses formulées au nom de l'entreprise pour les inconvénients que je venais de subir dans ses locaux. Un employé qui prend à cœur les bonnes relations entre son patron et les clients aurait voulu diminuer ma déception au lieu de chercher des excuses en disant qu'il est impossible de surveiller partout, en jetant le blâme sur la délinquance, les gangs, etc..

Plus ça allait moins je trouvais que mes skis étaient en sécurité et plus je me pensais à annuler mon bail de location !

Deuxièmement, j'aurais espéré qu'elle prenne le téléphone ou envoie quelqu'un pour demander aux gens de l'entretien de venir avec leurs outils au lieu de me dire où je pouvais moi-même aller pour les chercher. Il me semble que j'en avais subi assez !

## **Si j'avais été le patron**

Si j'avais été le patron, j'aurais surtout souhaité que mon employé fasse preuve d'empressement pour m'adoucir cette mésaventure. Comment ? Tout d'abord, en montrant de l'empathie, de l'attention, en étant à l'écoute de mes besoins et en tentant de les satisfaire au lieu de les disqualifier. Puis, en m'offrant un café ou que sais-je !

Le grand mot, c'est *empathie*, être à l'écoute ; bref, le contact humain ! Ce n'est pas compliqué, tout le monde connaît ça ! Tout le monde a du cœur, de la compréhension. Cependant, quand est-ce qu'on invite les gens à y recourir au travail ?

Longtemps, on a dit qu'au travail, il n'y avait pas de place pour les émotions. Voilà une des révolutions à faire si on veut que les employés y trouvent leur plaisir. C'est faisable, mais il faudra les en convaincre.

Sam Steinberg savait bien ce qu'il faisait quand il répétait constamment : "le client a toujours raison". Quand quelqu'un est vraiment sensible au service à la clientèle, il a le souci constant d'éviter ou du moins d'alléger les frustrations ressenties par le client. Il le traite comme de la visite. Il lui passe certains caprices, sans pour autant se laisser monter sur la tête.

Les gens de première ligne ont besoin d'un bon encadrement pour qu'il se produise un ancrage efficace et pour consolider certaines attitudes qui débouchent sur les comportements désirés pour un véritable service à la clientèle.

André Gareau,  
conférencier et consultant en développement du personnel