

Comprendre et Assurer un Service Excellent a ses Clients

Manuel du Participant



DALE CARNEGIE®
TRAINING

www.dalecarnegie.com

For Sample Review Only Reproduction Prohibited

Stage Dale Carnegie®

**COMPRENDRE ET ASSURER UN SERVICE
EXCELLENT A SES CLIENTS**

Manuel du Participant



**DALE CARNEGIE®
TRAINING**

www.dalecarnegie.com



160776

Dale Carnegie Training®
Global Services Quality System
ISO 9001 CERTIFICATION

Copyright © 1997, 1998, 1999, 2001
Dale Carnegie & Associates, Inc.
290 Motor Parkway
Hauppauge, New York 11788

Toute reproduction partielle ou intégrale de
ce document sous quelque forme que ce
soit est strictement interdite.

Tout droits réservés

Imprimé au Maroc
ISO-404-PD-PM-0740-LTR204-V1.2

Dale Carnegie Training® / CFP-Sarl
Dale Carnegie Paris; 31, Place de la Madeleine, 75008 Paris
Tél : 212 37 67 54 26/27
Fax : 212 37 67 54 28
E-mail : Yasmina_Chbani@dalecarnegie.com
Site web : www.dalecarnegie.com

(Nom du participant)

Comprendre et assurer un service excellent à ses clients

Objectifs du Stage

- 1. Développer et définir les compétences de service clientèle qui améliore nos relations avec nos clients**
- 2. Résoudre les réclamations/objections du client et comprendre que nous devons gérer une multitude de comportements de clients**
- 3. Construire des compétences de prise de décision qui résolvent les conflits**
- 4. Développer des compétences en matière de négociation**
- 5. Réduire le stress lié au travail en satisfaisant nos clients internes**

Sommaire

I. Comprendre ce qu'est un service clientèle excellent

Objectifs de la session	P. 6
Comprendre ce qu'est un service clientèle excellent	P.7
Exercice collectif : Comprendre ce qu'est un service clientèle excellent	P. 8
Exercice individuel : Description du service clientèle.....	P.10
Gérer notre propre attitude	P. 11
Exercice individuel : les types d'attitude... ..	P.12
Exercice individuel : améliorer son attitude personnelle.....	P.13
Les principes d'un service clientèle excellent.....	P.14
Exercice collectif : Les principes d'un service clientèle excellent.....	P. 15
Exercice collectif : Plan de progression.....	P.16

II. Fournir un service en relation avec les ventes

Objectifs de la session.....	P.20
Les types d'interactions avec les clients.....	P.21
Processus de renforcement des liens Dale Carnegie®	P.22
Les comportements de clients	P. 23
Exercice collectif : Processus Dale Carnegie® de renforcement des liens	P.24
Exercice individuel : Processus Dale Carnegie® de renforcement des liens.....	P. 26
Un service clientèle proactif	P.29

III. Résoudre les conflits et réclamations des clients

Objectifs de la session.....	P.32
------------------------------	------

Exercice individuel : Répondre d'une façon positive.....	P. 33
Exercice individuel : Une réclamation récente.....	P. 35
Résoudre les réclamations.....	P.36
Championnat de résolution de réclamations.....	P.38
Gérer les comportements des clients.....	P. 39

IV. Négocier avec les clients

Objectifs de la session.....	P. 42
Exercice collectif : Négociation.....	P.43
Les négociations réussies.....	P. 45
Les compétences de base de la négociation.....	P.46
Communications écrites.....	P.48

V.A. Servir nos clients internes

Objectifs de la session.....	P.51
Exercice collectif : Réduire le stress lié au travail.....	P.52
Résoudre les problèmes internes.....	P.54
Le diagramme d'affinités.....	P.57
Exercice individuel : Communication interne.....	P.61

V.B Atteindre l'Excellence dans notre Service Clientèle

Objectifs de la session.....	P.63
Championnat d'Equipes.....	P.65
Evaluation du championnat d'équipe.....	P.67
Exercice Individuel : votre expérience de cette formation.....	P.69

1

Comprendre ce qu'est un service clientèle excellent

Objectifs d'apprentissage :

- *Réaliser l'importance de chaque employé car il façonne l'image d'une entreprise ayant un excellent service clientèle*
- *Reconnaître les forces des services de l'entreprise mais aussi de soi-même qui permettent d'augmenter et d'améliorer les relations professionnelles avec le client*
- *Définir ce qu'est un service clientèle excellent et en quoi notre attitude et nos responsabilités y sont reliées*
- *Gérer notre propre attitude*
- *Comprendre que les principes d'un service clientèle excellent sont à la fois d'ordre qualitatif et quantitatif*

For Sample Review Only Reproduction Prohibited

Comprendre ce qu'est un service clientèle excellent

Pour qu'une entreprise arrive à assurer un Service Clientèle Excellent, elle doit démontrer les caractéristiques suivantes :



Le symbole de la question indique le besoin de l'entreprise à se demander, « si vous pouviez avoir les critères d'un service clientèle idéal, quels seraient-ils ? »



La balance indique l'importance d'encourager les employés à prendre des décisions qui se basent sur ces critères de service clientèle idéal.



Les trois visages illustrent les attentes du client qui varient et l'importance de comprendre et de dépasser ses attentes.



L'organigramme est lié à l'amélioration continue des systèmes et process internes, qui se base sur le feedback des clients et des employés.

Notes :

Exercice Collectif : Comprendre ce qu'est un service clientèle excellent

Travailler avec votre équipe à répondre aux questions suivantes.

Questions

Si vous aviez la possibilité de vous exprimer sans réserve sur ce que vous pensez de votre entreprise, quels seraient les critères pour un service clientèle idéal ?

Comment pourriez-vous mesurer l'importance de l'adhésion des employés à ces critères pour un service clientèle excellent ?

Comment votre entreprise pourrait-elle connaître les changements dans les attentes de vos clients ?

Comment pouvez-vous en tant qu'individu, améliorer ces systèmes et process internes ?

For Sample Review Only Reproduction Prohibited

Exercice Individuel : Description du Service Clientèle

Instructions

Utilisez l'espace ci-dessous pour faire la description des différentes étapes, au sein de votre entreprise, du moment où se fait la vente jusqu'à l'utilisation par le client de votre produit ou service.

Indiquez où vous, vous intervenez dans ce schéma.



For Sample Review Only Reproduction Prohibited

Gérer nos propres attitudes

Notre succès au travail dépend largement de notre attitude vis à vis du travail lui-même. En tant que tel, chacun a des orientations où des attitudes qui peuvent être améliorées, elles sont généralement en relation avec un ou plusieurs de ces domaines :

Intérêt Sincère	Respect
Serviabilité	Compréhension

Notes

Exercice Individuel : Les Types d'Attitudes

Instructions

Travaillez individuellement, répondez aux questions qui suivent. Préparez-vous à partager vos réponses.

Questions

Si une autre personne vous démontre un intérêt sincère, qu'a t'elle pu dire ou faire pour illustrer cette attitude ?

Si une autre personne vous démontre du respect, qu'a t'elle pu dire ou faire pour illustrer cette attitude ?

Si une autre personne vous démontre de la serviabilité, qu'a t'elle pu dire ou faire pour illustrer cette attitude ?

Si une autre personne vous démontre de la compréhension, qu'a t'elle pu dire ou faire pour illustrer cette attitude ?

Exercice Individuel : Améliorer Son Attitude Personnelle

Instructions

Travaillez individuellement, répondez aux questions qui suivent. Préparez-vous à partager vos réponses.

Questions

Quelle est l'attitude parmi les quatre dont vous sentez le besoin d'améliorer le plus ?

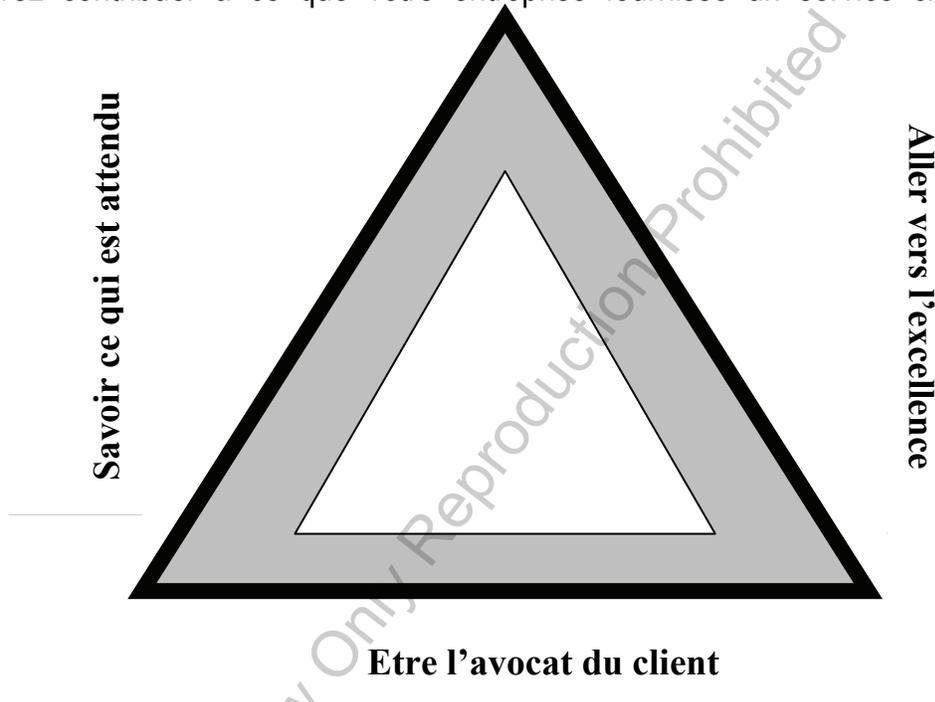
Qu'avez-vous prévu pour améliorer ce point ?

Quels succès avez-vous obtenu par le passé en ayant cette attitude ?

Comment vous et d'autres personnes pourraient tirer profit en adoptant cette attitude avec efficacité ?

Les principes d'un service clientèle excellent

Les principes suivants d'un service clientèle excellent sont les façons dont vous , en tant qu'individu, pouvez contribuer à ce que votre entreprise fournisse un service clientèle excellent.



Notes :

Exercice Collectif : Les principes d'un service clientèle excellent

Instructions

Travaillez avec votre équipe, répondez aux questions suivantes telles qu'elles sont en relation avec chaque principe :

Savoir ce qui est attendu

Que peut vouloir dire ce principe pour nos clients ?

Quels sont les exemples de mise en pratique de ce principe ?

Qu'est ce qui pourrait empêcher la mise en pratique ce principe?

Allez vers l'excellence

Que peut vouloir dire ce principe pour le client ?

Quels sont les exemples de mise en pratique de ce principe ?

Qu'est ce qui pourrait empêcher la mise en pratique ce principe?

For Sample Review Only Reproduction Prohibited

Etre l'avocat du client

Que peut vouloir dire ce principe pour le client ?

Quels sont les exemples de mise en pratique de ce principe ?

Qu'est ce qui pourrait empêcher la mise en pratique ce principe?

2

Fournir un service après-vente

Objectifs d'apprentissage :

- *Utiliser une base pour identifier le degré de service que le client peut attendre de personnes spécifiques au sein de notre entreprise*
- *Faire un suivi efficace des clients qui ont acheté des produits/services de votre entreprise*
- *Utiliser notre fonction de fournisseur de services pour promouvoir la vente additionnelle*

For Sample Review Only Reproduction Prohibited

Comportements des clients

Le tableau ci-dessous illustre les comportements relatifs à chacun des degrés du processus Dale Carnegie® de renforcement des liens

	Comportements
Hostile	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Souligne constamment les points négatifs de votre entreprise à travers des rumeurs et des informations erronées sur vous et votre entreprise. ▪ Néglige de vous prévenir de la tenue des réunions, ou vous communique une heure erronée. ▪ Essaie de vous exclure vous et votre entreprise.
Résistant	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Il ne vous rappelle pas suite à vos appels. ▪ Refuse de vous apporter la moindre collaboration. ▪ Ne met pas en œuvre vos idées ou suggestions.
Mécontent	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fait ce que vous demandez, mais rien de plus. ▪ Soulève souvent des objections ou des réclamations. ▪ Remet ouvertement en question votre capacité à faire aboutir les projets.
Equivoque	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fait ce que vous dites ▪ Apporte une aide de façon raisonnable. ▪ Modérément serviable.
Favorable	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apporte régulièrement son aide ▪ Parle, à l'extérieur, de vous et de votre entreprise en termes favorables ▪ Vous rappelle rapidement, suite à vos appels.
Supporteur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Parle de vous et de votre entreprise très chaleureusement. ▪ Est généralement disponible lorsque son aide est nécessaire. ▪ Met en œuvre consciencieusement vos idées et suggestions.
Enthousiaste	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se fait, sur le marché, votre champion et celui de votre entreprise. ▪ Contribue à trouver de nouveaux marchés pour vous et votre entreprise. ▪ Vous considère comme un partenaire professionnel actif, pour le meilleur intérêt de l'entreprise.

Exercice Collectif : Processus Dale Carnegie® de renforcement des liens

Instructions :

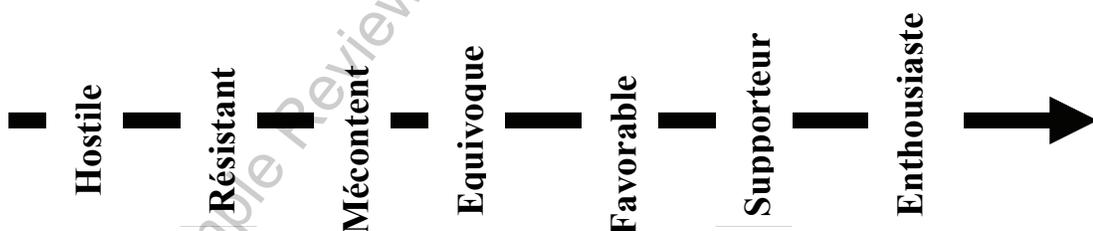
Lisez les deux scénarios qui suivent. Après chacun, travaillez avec votre équipe pour déterminer :

- Où la personne se situe dans la flèche de renforcement de liens ?
- Les étapes qui doivent être suivies pour traiter avec cette personne.

Scénario n°1 :

Ludovic à l'origine était emballé quant à sa relation avec votre service clientèle, il avait fait partie du groupe de travail qui vous avait recommandé. Cependant, après quelques mois il a commencé à sentir que votre prédécesseur l'avait négligé au profit d'autres personnes de son entreprise.

Où se situe cette personne dans le *processus Dale Carnegie® de renforcement des liens* ?



Quelles sont les étapes à suivre pour gérer cette personne ?

Exercice Collectif : Processus Dale Carnegie® de renforcement des liens

Instructions :

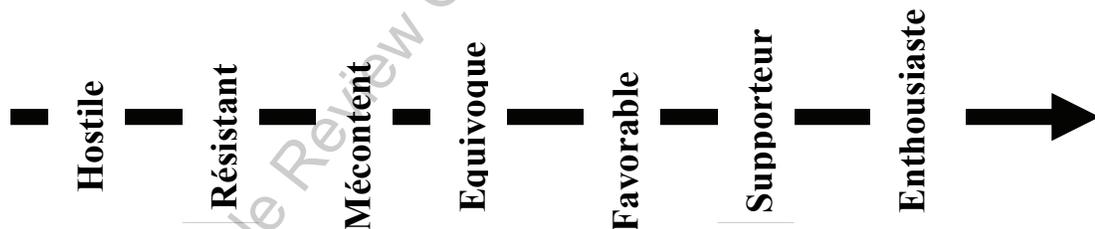
Choisissez trois personnes parmi votre portefeuille de clients actuels, et notez vos réponses aux questions suivantes :

- Où chaque client se situe-t-il dans le processus de renforcement de liens ?
- Les étapes qui doivent être suivies pour traiter avec chaque client.

Client n°1 :

Nom :

Où se situe ce client dans *Processus Dale Carnegie® de renforcement des liens* ?

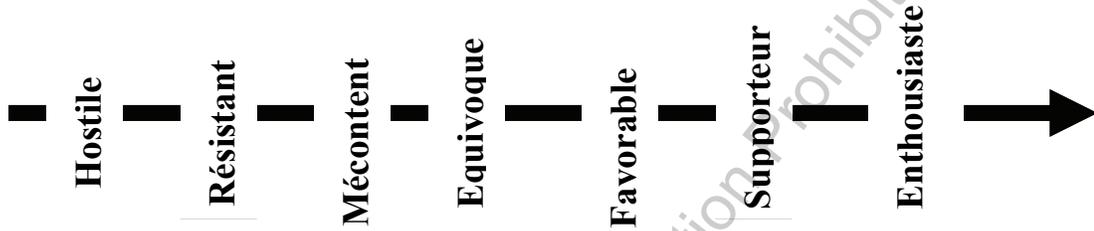


Quelles sont les étapes à suivre pour traiter avec ce client ?

Client n°2 :

Nom :

Où se situe ce client dans le *Processus Dale Carnegie® de renforcement des liens* ?



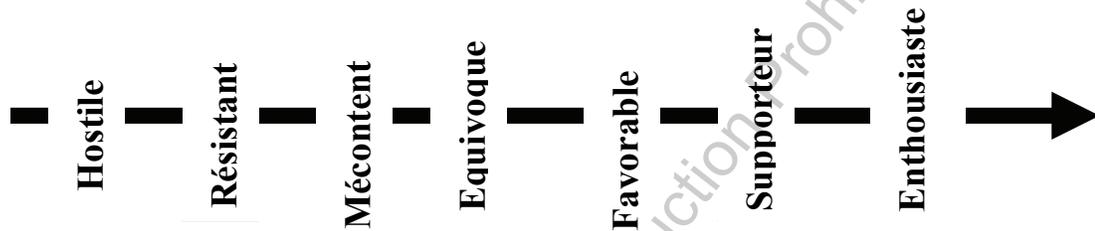
Quelles sont les étapes à suivre pour traiter avec ce client ?

For Sample Review Only Reproduction Prohibited

Client n°3 :

Nom :

Où se situe ce client dans le *Processus Dale Carnegie® de renforcement des liens* ?



Quelles sont les étapes à suivre pour traiter avec ce client ?

3

Résoudre les conflits et réclamations de nos clients

Objectifs d'apprentissage :

- *Résoudre les conflits et réclamations de nos clients*
- *Reconnaître et gérer une large palette d'attitudes de la part de la clientèle*

For Sample Review Only Reproduction Prohibited

Exercice Individuel : répondre d'une façon positive

Instructions :

Travailler individuellement, répondez aux questions suivantes :

Pourquoi est-ce important de répondre aux réclamations d'une façon positive ?

1.

2.

3.

For Sample Review Only Reproduction Prohibited

Exercice Individuel : répondre d'une façon positive

Quelles sont les conséquences négatives qui découlent du fait que nous n'avons pas répondu d'une façon positive ?

1.

2.

3.

For Sample Review Only Reproduction Prohibited

Résoudre les réclamations

Il y a sept étapes dans le processus de résolution de réclamations



1. Respecter le client



2. Ecouter le client



3. Apprécier la situation du client



4. Montrer de l'empathie

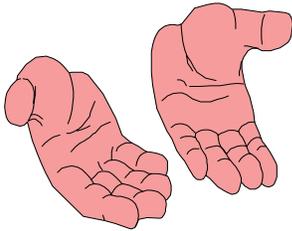
Résoudre les réclamations (suite et fin)

Mon nom est



5. **Utiliser** le nom du client

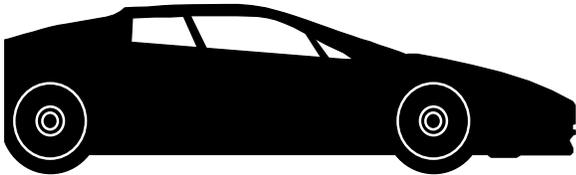
6. **Se rappeler** que ce n'est pas personnel



7. **Essayer** d'aider

Notes

Résoudre les réclamations



AMORTISSEUR



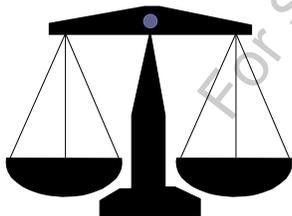
CLARIFIER L'OBJECTION



IDENTIFIER LES OBJECTIONS CACHEES



REPONDRE



Confirmer la réponse

Gérer les comportements des clients

Le tableau ci-dessous illustre les comportements relatifs à chacun des degrés du processus de renforcement des liens

	Comportements
Hostile	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Souligne constamment les points négatifs de votre entreprise à travers des rumeurs et des informations erronées sur vous et votre entreprise. ▪ Néglige de vous prévenir de la tenue des réunions, ou vous communique une heure erronée. ▪ Essaie de vous exclure vous et votre entreprise.
Résistant	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Il ne vous rappelle pas suite à vos appels. ▪ Refuse de vous apporter la moindre collaboration. ▪ Ne met pas en œuvre vos idées ou suggestions.
Mécontent	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fait ce que vous demandez, mais rien de plus. ▪ Soulève souvent des objections ou des réclamations. ▪ Remet ouvertement en question votre capacité à faire aboutir les projets.
Equivoque	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fait ce que vous dites ▪ Apporte une aide de façon raisonnable. ▪ Modérément serviable.
Favorable	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apporte régulièrement son aide ▪ Parle, à l'extérieur, de vous et de votre entreprise en termes favorables ▪ Vous rappelle rapidement, suite à vos appels.
Supporteur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Parle de vous et de votre entreprise très chaleureusement. ▪ Est généralement disponible lorsque son aide est nécessaire. ▪ Met en œuvre consciencieusement vos idées et suggestions.
Enthousiaste	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se fait, sur le marché, votre champion et celui de votre entreprise. ▪ Contribue à trouver de nouveaux marchés pour vous et votre entreprise. ▪ Vous considère comme un partenaire professionnel actif, pour le meilleur intérêt de l'entreprise.

4

NEGOCIER AVEC LES CLIENTS

Objectifs d'apprentissage :

- *Conduire des négociations basiques avec le client*
- *Ecrire des lettres efficaces aux clients*

For Sample Review Only. Reproduction Prohibited

Exercice Collectif : Négociation

Instructions

Lisez le cas suivant. Puis travaillez avec votre groupe pour répondre aux questions de la page suivante. Soyez prêt à partager vos réponses avec les autres groupes.

Andronia v/s Gygalia

Le petit pays Andronia a très peu de ressources naturelles. Ses terres sont trop rocailleuses pour y cultiver quoique ce soit et la plupart des côtes sont trop dangereuses pour que de grands bateaux puissent y accoster. Depuis des siècles, la seule ressource économique viable a été le port de Océania, duquel des milliers de bateaux de pêche partent.

Aujourd'hui, à cause d'une pêche trop agressive et des changements dans l'environnement, l'industrie de pêche de Andronia a été réduite à moins de 10% de qu'elle représentait auparavant.

Ceci est totalement différent de ce qui se passe chez le voisin Gygalia, connu pour ses magnifiques jardins et ses fruits excellents. Gygalia est le premier producteur mondial de primeurs. Mais Gygalia n'a pas de sortie vers la mer, aussi, elle est très dépendante de Océania pour exporter sa marchandise.

Depuis des années Andronia a donné un accès à Océania gratuit à Gygalia, car Gygalia utilise les trains de Andronia pour transporter sa marchandise.. Après avoir constaté les grandes disparités entre son économie très médiocre et celle au contraire très prospère de Gygalia, le gouvernement de Andronia a décider d'appliquer des taxes à toutes les exportations qui partent de Oceania pour un montant de 20% du prix de gros des marchandises transportés.

La position de Andronia est simple – Elle possède un port qui contribue de façon significative au succès de l'économie de Gygalia, aussi le gouvernement de Andronia pense qu'il a le droit de partager les bénéfices de ce succès.

D'un autre côté, le gouvernement de Gygalia considère que ce succès est du au travail dur et au efforts de marketing des habitants. Il pense que cette nouvelle taxe sera une mauvaise chose pour les deux pays car elle augmentera le prix de vente des fruits et que ces derniers ne seront plus compétitifs

Exercice Collectif : Négociation (suite)

Les négociations sont menés depuis des mois alors que Gygalia paye déjà les taxes. Les armées se placent le long des côtes, et plusieurs incidents sont déjà arrivés. Des représentants des Nations Unies essayent de conduire les négociations et au bout du compte, Andronia accepte d'annuler ses taxes en contre partie de prix plus élevés de transport ferroviaire et une partie des fruits produits par Gygalia. En échange, Gygalia a reçu l'engagement d'Andronia de ne pas mettre en place cette taxe pour au moins 10 ans.

Six mois plus tard, les armées patrouillent toujours sur les frontières de ces pays voisins qui avaient coexisté depuis des siècles de façon pacifique.

Questions :

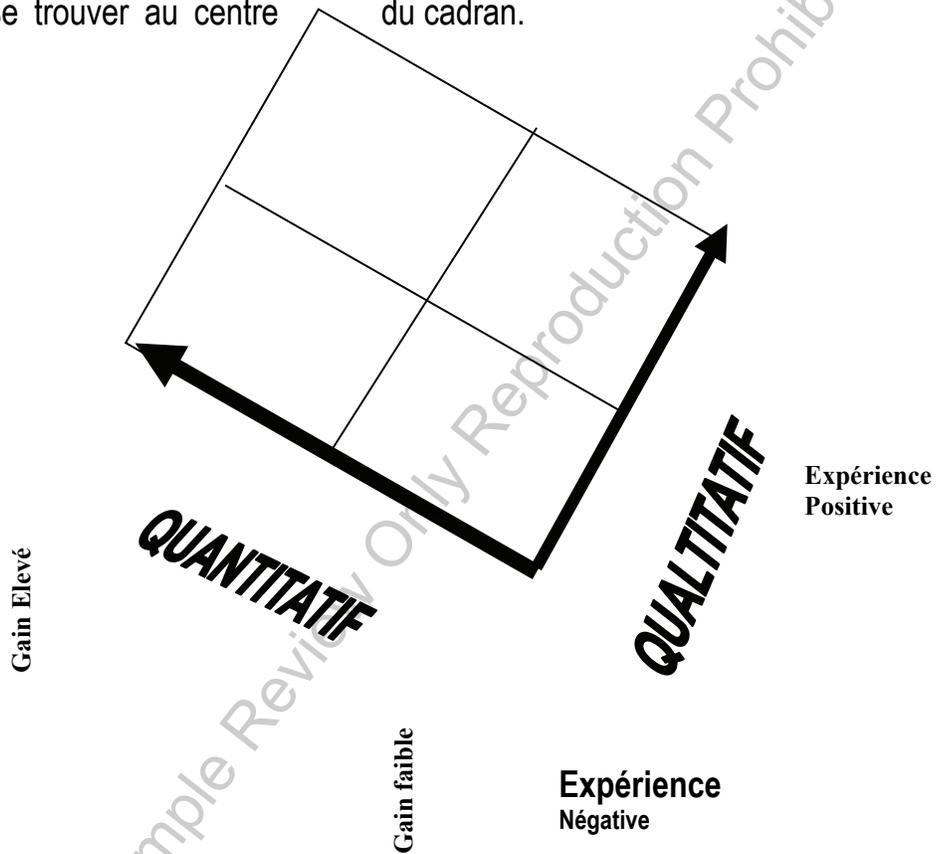
Dans ce cas qu'est-ce que chaque partie a gagné ?

Qui, s'il y en a un, a gagné le moins et donné le plus ?

Qu'est ce que chaque partie ressent à propos de la négociation ?

DES NEGOCIATIONS REUSSIES

Dans le modèle suivant d'une négociation réussie, l'axe quantitatif est le domaine où chaque partie gagne quelque chose de l'autre dans la négociation en terme de chiffre et/ou de résultat. L'axe qualitatif, traite plus de ce les gens ressentent lors d'une négociation et jusqu'ou ils aimeraient travailler ensemble. Pour qu'une négociation soit réussie, chaque partie doit se trouver au centre du cadran.



Notes

Les options de Négociation

La négociation ressemble aux jeux que l'on joue. Restez concentré sur le résultat. Ne vous laissez pas distraire. Une toute petite chose peut faire la différence, donc négociez pour toutes les issues. L'aptitude à négocier la moindre issue même mineure, associée à la vente, deviendra importante et significative en la multipliant par le nombre de fois dans l'année. Les vendeurs professionnels augmentent leur chiffre d'affaires et développent leurs profits quand ils négocient efficacement avec leurs clients. Les prospects, les personnes ou les entreprises, utilisent des tactiques de négociation. Vous devez être en mesure de développer des réponses et des stratégies appropriées qui peuvent faire la différence pour gagner ou perdre une vente.

<ul style="list-style-type: none"> • S'éloigner de la vente 	<ul style="list-style-type: none"> • Persuader
<ul style="list-style-type: none"> • Le silence 	<ul style="list-style-type: none"> • Le temps qui presse
<ul style="list-style-type: none"> • Le contrat 	<ul style="list-style-type: none"> • Retard ou Inactivité
<ul style="list-style-type: none"> • L'autorité pour négocier 	<ul style="list-style-type: none"> • Allez-y en premier
<ul style="list-style-type: none"> • L'ultimatum 	<ul style="list-style-type: none"> • Faire des concessions à moindre coût

5. A

SERVIR NOS CLIENTS INTERNES

Objectifs d'apprentissage :

- *Réduire le stress lié au travail en nous concentrant sur des aspects de notre travail sur lesquels nous avons le contrôle.*
- *Résoudre les problèmes internes en travaillant avec nos collègues sur les causes sous-jacentes de ces problèmes.*
- *Savoir quand dire « oui » ou « non » à ses clients internes et comment communiquer en tant « qu'avocat » de son client.*
- *Revoir les techniques, process et outils du service clientèle.*

Exercice d'équipe : Réduire le stress lié au travail

Instructions

Revoyez les critères du service clientèle idéal listés à la page 8. En groupe, retournez vers ces critères et listez :

Les actions sur lesquelles vous avez un contrôle, qui peuvent contribuer à atteindre les critères d'un service clientèle idéal.

Les choses, sur lesquelles vous n'avez pas le contrôle, qui affecteront positivement ou négativement la capacité de votre entreprise à atteindre ces critères d'un service idéal

Techniques et Conseils pour réduire le stress lié au travail

Maintenez l'équilibre

Il est facile pour les autres de vous submerger, si vous les laissez faire. Aussi, en maintenant un sens d'équilibre, vous pourrez rester au « sec » même par temps de tempête.

Envisagez le stress comme un facteur de motivation

Réalisez qu'un certain stress est relié à des défis qui peuvent vous aider à réussir. Un des principes Dale Carnegie® est « lancez des défis ». Ce principe peut aider à mettre en perspective ce stress.

Donnez à chaque chose son importance

Rappelez-vous que le travail n'est pas assez important pour se rendre malade ou entacher votre vie professionnelle.

Apprenez à vous connaître

Reconnaissez les bonnes choses que vous pouvez offrir même si les autres peuvent le prendre pour de la prétention.

Utilisez un humour approprié

Il est vrai que le rire reste le meilleur antidote au stress. Trouvez les choses qui peuvent faire rire dans votre environnement professionnel et plaisantez-en, à condition que cela ne se fasse pas au dépend d'autrui.

Gérer votre temps

Privilégiez les tâches qui vous rapprochent de votre vision

Techniques et Conseils pour réduire le stress lié au travail (suite)

Acceptez l'appréciation mais ne l'attendez pas

Lorsque quelqu'un reconnaît un bon travail, remerciez-le. Mais prenez conscience que certains pourront être si stressés qu'ils ne penseront pas à exprimer une appréciation que vous méritez pourtant !

Accueillez le changement

Les changements dans notre environnement professionnels sont la cause de nombreux stress. Si vous adoptez l'attitude qui consiste à considérer la variété comme stimulante, alors les changements seront moins des facteurs de stress.

Faites attention à vous

Grâce à un régime alimentaire équilibré et à une activité sportive vous pourrez vous aider physiquement à réduire naturellement votre stress.

Appliquez les principes Dale Carnegie®

Revoyez le livre d'or et les autres sources de principes de travail sur soi.

Exemple de diagramme d'affinités

Imaginez qu'un service clientèle ait à traiter le problème suivant :

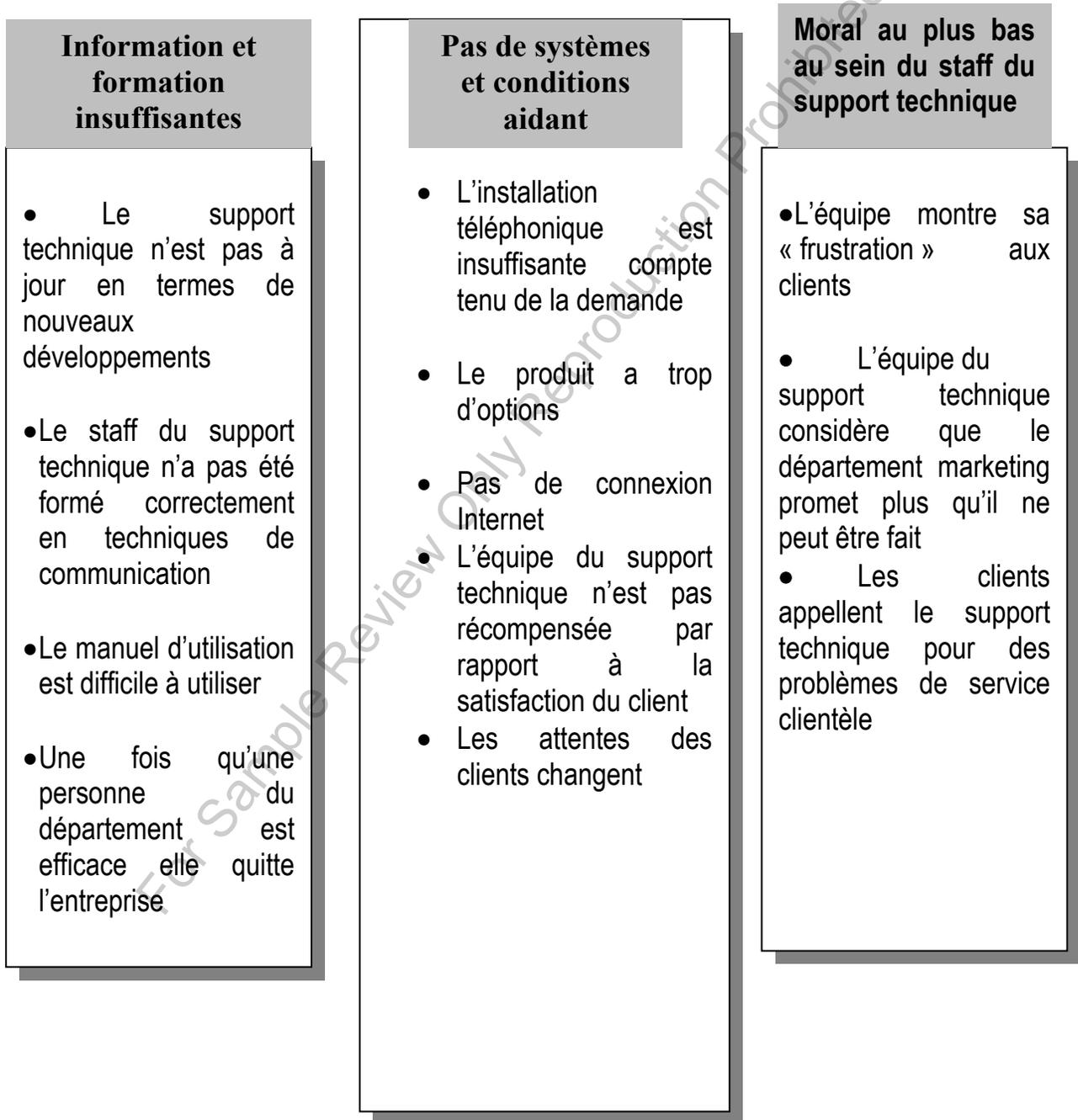
- Perception médiocre de ses clients du support technique

Après de nombreuses délibérations, l'équipe du service clientèle a relevé les causes possibles suivantes :

- Le support technique n'est pas réactualisé en termes de nouveaux développements
- L'installation téléphonique est insuffisante compte tenu de la demande
- L'équipe du support technique montre sa « frustration » aux clients
- L'équipe du support technique n'a pas été formée correctement aux techniques de communication
- L'équipe du support technique considère que le département marketing promet plus qu'il n'est possible de livrer effectivement au client
- Le produit a trop d'options incompréhensibles et pour certaines inutiles pour le client
- Le manuel d'utilisation est difficile à comprendre et à mettre en application
- Les clients appellent et critiquent l'équipe du support technique pour des problèmes de service clientèle
- L'équipe du support technique n'est pas récompensée en fonction de la satisfaction du client
- Pas de service Internet disponible
- Dès qu'un membre de l'équipe du support technique commence à être efficace, il quitte la société
- Les attentes des clients changent continuellement

L'équipe du service clientèle a développé le diagramme d'affinité suivant :

Perceptions médiocres du support techniques



5.B

Atteindre Un Service Clientèle Excellent

Objectifs d'apprentissage :

- *Revoir les compétences du service clientèle et les processus vus durant la formation*
- *Décrire ce que vous avez appris durant cette formation*

For Sample Review Only Reproduction Prohibited

Le prix de la AISC

C'est officiel. L'Association Internationale des Services Clientèles a sélectionné votre entreprise en tant qu'un de ces « Meilleurs fournisseurs de service clientèle ». C'est un prix très prestigieux , et le plus important journal local a décidé de faire paraître dans ces colonnes l'histoire de votre équipe.

Vous allez être interviewé par le Rédacteur en Chef de ce journal et votre entreprise a sélectionné votre équipe pour cela compte tenu de vos excellents résultats en terme de service clientèle. Vous aurez à traiter des sujets suivants :

- Ce que vous avez appris de la formation qui vous a permis de fournir un service clientèle excellent
- Comment vous définissez un service clientèle excellent
- Les critères d'un service clientèle idéal pour votre équipe
- Un de vos principaux clients et les actions que vous avez mises en place pour lui fournir un service clientèle excellent.
- Votre client le plus difficile et ce que vous avez fait pour réussir avec lui
- L'objection ou la réclamation la plus courante que vous rencontrez et comment vous les avez résolues.
- Un des problèmes internes que vous avez rencontré et comment vous l'avez dépassé.

L'équipe du journal arrive dans 30 mn à vos bureaux

Championnat : Le prix de la AISC

Instructions

Vous avez 30 mn pour préparer avec votre équipe un article de presse qui traitera de tous les sujets listés sur la page précédente, vous pourrez y inclure :

- Des Interviews
- Jeux de Rôles
- Des Visuels
- Tout autre outil à votre disposition

Vous aurez 10 mn pour le lire face au groupe et serez évalués sur les bases suivantes :

- Contenu : 60%
- Créativité : 20%
- Participation : 20%

Utilisez l'espace fourni pour préparer votre texte

Evaluation du Championnat d'Equipe

Utilisez l'espace ci-dessous pour évaluer chaque présentation. Vous ne pourrez pas évaluer votre propre intervention.

Equipe 1	Evaluation	Total
Contenu (échelle de 1-60)	-----	-----
Créativité (échelle de 1-20)	-----	-----
Participation (échelle de 1-20)	-----	-----

Equipe 2	Evaluation	Total
Contenu (échelle de 1-60)	-----	-----
Créativité (échelle de 1-20)	-----	-----
Participation (échelle de 1-20)	-----	-----

Equipe 3	Evaluation	Total
Contenu (échelle de 1-60)	-----	-----
Créativité (échelle de 1-20)	-----	-----
Participation (échelle de 1-20)	-----	-----

Equipe 4	Evaluation	Total
Contenu (échelle de 1-60)	-----	-----
Créativité (échelle de 1-20)	-----	-----
Participation (échelle de 1-20)	-----	-----

Exercice Individuel : Votre expérience de formation

Utilisez l'espace fourni pour répondre aux questions suivantes à propos de la formation.

Quels gains avez-vous obtenu suite à cette formation ?

Qu'avez-vous entrepris comme action pour atteindre votre plan de percée de votre vision ?

Que ferez-vous de ces connaissances dans le futur ?
