

Comment accueillir vos clients

Bonjour ,

Sur une échelle de 0 à 10 comment évaluez-vous la qualité du service à la clientèle dans les entreprises et les organisations au Québec ? Si vous avez répondu plus de 7, vous êtes très généreux. J'aimerais explorer dans cet article un des points les plus importants en ce qui concerne le service à la clientèle soit la façon d'accueillir vos clients au téléphone.

La façon d'accueillir vos clients est vraiment primordiale pour la prospérité de votre organisation. En effet, le client décidera, si oui ou non, il veut faire affaires avec vous et ce dans les premières secondes. Comme vous le savez déjà, vous n'avez jamais une deuxième chance de faire une bonne première impression et ce particulièrement au téléphone puisque le client ne vous voit pas et que votre interaction est généralement de courte durée.

Selon la qualité de votre service à la clientèle, le client décidera s'il veut refaire affaires avec vous dans l'avenir et ainsi devenir loyal. La loyauté de vos clients devrait être votre but ultime en affaires.

L'accueil au téléphone

1. De grâce, ayez un être humain qui répond au téléphone. Il n'y a rien de plus impersonnel et mauvais, en terme de service à la clientèle, que d'être accueilli par un système de réponse automatique. Avez-vous remarqué que plus une organisation semble grande, pire semble être le service à la clientèle à ce niveau ?
2. Combien de coups de sonnerie devriez-vous laisser avant de répondre ? Idéalement, deux coups de sonnerie, trois coups au maximum. Si vous répondez au premier coup de sonnerie votre interlocuteur risque d'être quelque peu déstabilisé. Après les troisième ou quatrième coups de sonnerie, il risque de raccrocher et d'appeler votre compétiteur !
3. Lorsque vous répondez au téléphone, mettez toujours un sourire sur votre visage et de l'enthousiasme dans votre voix. Démontrez votre énergie positive et ayez l'air enchanté qu'un client vous appelle. Vous ne voulez surtout pas donner l'impression aux clients qu'ils vous dérangent, ou encore pire, leur donner l'impression qu'ils appellent dans un salon funéraire... À moins que ça ne soit votre cas !
4. Répondez toujours en vous identifiant. Mentionnez le nom de votre organisation ainsi que votre nom au complet : « Hydro-Québec, Johanne Bastien à l'appareil. » Ou encore « Oui bonjour, ici Patrick Leroux ». Mentionner votre nom humanise la communication.
5. Lorsque vous mettez une personne en attente, mentionnez-lui gentiment : « Avec plaisir, gardez la ligne, je vous communique. » Quelle frustration et manque de respect que de se faire transférer sans avertissement : « J'aimerais parler à M. Tremblay s.v.p. » et vous entendez un « Clok »

6. Si vous savez pertinemment que la personne demandée est occupée ou absente, dites-le au client. Ce dernier évitera de tomber sur une boîte vocale et il voudra probablement parler à une autre personne de votre organisation.
7. Lorsque vous mettez un client en attente, ne le laissez pas croupir là pendant plusieurs minutes. Après 30 secondes, il y a de fortes chances qu'il raccroche. À toutes les 30 secondes maximum, dites-lui que vous ne l'avez pas oublié et la raison du délai. Suggérez-lui de laisser un message à une boîte vocale ou de vous laisser son numéro pour un retour d'appel rapide.
8. Question de politesse à l'égard de vos clients, assurez-vous de terminer vos phrases avant de les mettre en attente et ce même si vous avez plusieurs lignes qui sonnent en même temps.
9. Suite à une demande d'information de la part d'un client, avisez-le toujours de ce que vous êtes en train de faire. Les clients n'aiment pas patienter en silence sans savoir ce que vous faites. N'oubliez pas qu'ils ne vous voient pas. Dites-lui par exemple: « J'ouvre votre dossier à l'instant et je fais une recherche pour savoir si votre commande a bien été reçue et envoyée, ça devrait prendre une dizaine de secondes. »
10. Si jamais vous dites à un client que vous allez le rappeler dans 10 minutes, rappelez-le dans 10 minutes et ce même si vous n'avez pas encore l'information demandée. Un bon service à la clientèle, cela veut dire respecter vos promesses.
11. À chaque fois que vous mettez un client en attente et que vous reprenez la ligne, dites-lui : « Merci d'avoir patienté. » Cette courtoisie élémentaire démontre que vous avez du respect et de la considération pour vos clients.
12. Pendant que le client attend en ligne, il est préférable de lui faire entendre de la musique, un poste de radio ou des publicités de votre organisation ou encore un bip occasionnel que seulement un long silence. Ces bruits rassureront le client à savoir qu'il est toujours en ligne. Évitez également de mettre la paume de votre main afin de cacher l'acoustique de votre téléphone. Utilisez toujours la fonction mise en attente ou garde.
13. Dans l'éventualité d'une absence d'un collègue, il n'est pas toujours nécessaire de donner la raison exacte de l'absence, dites : « Il est en réunion avec des clients » ou encore « Il est à l'extérieur du bureau pour l'instant, puis-je prendre un message ou préférez-vous accéder à sa boîte vocale ? » Offrez toujours l'option de la boîte vocale de la personne que le client tente de rejoindre. De cette façon, le client pourrait laisser un message vraiment détaillé et non seulement son nom et numéro de téléphone. Si les membres de votre organisation n'ont pas de boîte vocale, vous serez perçu comme offrant un piètre service à la clientèle.
14. Avant de transférer un client dans la boîte vocale d'un collègue absent, dites-lui : « Peut-être puis-je vous être utile ou répondre à vos questions ? » Dans bien des cas, vous pourrez répondre sur le champ aux demandes des clients. Vous éviterez ainsi peut-être un jeu de ping-pong téléphonique entre lui et votre collègue.
15. Un client qui appelle ne devrait jamais se faire transférer plus d'une fois à un autre membre de votre organisation. Voyez à ce que tout le monde soit au courant des tâches et responsabilités des autres et que chacun possède une liste avec les numéros de poste de ses collègues.
16. Votre boîte vocale ne devrait prendre des messages que lorsque vous êtes très occupé à travailler sur un dossier prioritaire, vous êtes sur un autre appel ou vous êtes absent. Trop de gens ne répondent presque jamais au téléphone. Vous connaissez sûrement ces personnes qui ne répondent qu'une fois sur dix à vos appels. Après un certain temps, vous vous lassez et décidez de faire affaires ailleurs.

17. Sur le message d'accueil de votre boîte vocale, soyez bref et dynamique. Recommencez-le jusqu'à ce que vous soyez pleinement satisfait. Évitez d'enregistrer un nouveau message d'accueil à tous les jours. En plus d'une énorme perte de temps, combien de fois êtes-vous tombé sur des messages qui disaient : « Bonjour, mardi le 8 avril, vous avez bien joint... », alors que vous étiez le mercredi ou même le jeudi ! Offrez toujours l'option à la fin de votre message, si possible, d'être transféré à une autre personne. Certains clients sont pressés et ils veulent des réponses rapides à leurs questions. Plutôt que de laisser un message, ils pourraient être tentés d'appeler vos concurrents.

18. Afin d'éviter que vos clients n'aient à écouter votre long message d'accueil bilingue, donnez-leur l'option de laisser immédiatement leur message : « Bonjour, ici Patrick Leroux. Pour sauter ce message, appuyer sur le carré deux fois. » Vous épargnez du temps à vos clients réguliers et ils vous apprécieront pour cela.

19. En cas de problème, d'insatisfaction ou de plaintes de la part d'un client, prenez-le en charge. Évitez de simplement transférer son appel à une autre personne. Mettez-le en attente, expliquez à votre collègue la situation de votre client, remettez le client en ligne et dites-lui que vous avez en ligne votre collègue à qui vous avez déjà expliqué le but de son appel.

20. Pour les clients qui vous laissent des messages dans votre boîte vocale, retournez vos appels la journée même. Dans les minutes ou l'heure qui suivent si possible. Si vous êtes à l'extérieur pour plusieurs jours, mentionnez-le dans votre message et spécifiez quand vos appels seront retournés ou prenez vos messages à distance ou faites transférer vos appels sur votre portable ou encore suggérez d'appuyer sur le 0 pour être transféré à une autre personne responsable qui pourra l'aider.

21. À moins d'indication contraire de votre patron, par exemple, si ce dernier veut filtrer ses appels, lorsqu'un client veut parler à une personne spécifique dans votre organisation, ne lui demandez pas le but de son appel. Pensez-y, aimez-vous personnellement vous faire demander par une réceptionniste : « C'est à quel sujet ? ». De plus, les clients détestent devoir répéter une 2e fois le but de leur appel.

22. Dans l'éventualité où un client vous demanderait un prix, ne dites surtout pas : « On ne donne pas de prix au téléphone! » Vous risquez de créer une mauvaise impression et de frustrer votre client. Passez-le à un vendeur ou dites-lui plutôt : « Très certainement, nos prix varient beaucoup en fonction de plusieurs facteurs, est-ce que je peux vous poser quelques questions ? » Qualifiez alors le client et décidez par la suite si vous désirez lui donner un prix au téléphone ou l'inviter à passer vous voir en personne.

23. Si votre rôle est de prendre des commandes par téléphone, répétez toujours la commande du client afin d'éviter des erreurs : « Si j'ai bien compris, vous aimeriez avoir 10 exemplaires du livre Pour le Cœur et l'Esprit et 20 exemplaires du livre Le Feu Sacré du Succès, c'est bien ça ? Excellent je vous fais parvenir ça dès cet après-midi. »

24. Avant de raccrocher la ligne avec un client, remerciez-le toujours de son appel. Vous pourriez lui dire quelque chose du genre : « Merci pour votre appel et au plaisir de vous servir de nouveau. »

25. Raccrochez toujours en dernier. Vous vous assurez ainsi de ne pas couper la ligne à un client qui aurait oublié de vous mentionner une dernière chose.

Je vous invite à faire un test dès aujourd'hui. Appelez votre organisation et faites-vous passer pour un client et jugez par vous-même de la courtoisie et de l'efficacité des personnes avec qui vous parlerez. Mettent-ils en pratique les 25 idées ci-dessus ? Rappelez-vous que vous n'avez jamais une deuxième chance de faire une bonne première impression.

SOURCE: Patrick Leroux CSP est conférencier professionnel et auteur de huit livres sur la motivation et les stratégies du succès. Vous pouvez le rejoindre au 450-932-3240 ou au 1-888-993-8882 et vous inscrire gratuitement à son bulletin du succès en cliquant sur www.patrickleroux.com