



L'ÉTIQUETTE AU TÉLÉPHONE

L'étiquette au téléphone est synonyme de courtoisie. Si personne ne conteste son importance, son respect au quotidien est toutefois loin d'être garanti et ne semble pas évident. Nous avons tous en tête plusieurs entretiens téléphoniques plus ou moins réussis, que ce soit avec des clients à l'interne ou à l'externe.

Les trois mises en situation ci-dessous nous permettront de dégager quelques conseils afin de bien répondre au client par téléphone, notamment en cas d'insatisfaction. Cet exercice est d'autant plus important qu'il est particulièrement difficile, à notre avis, de répondre adéquatement à un client insatisfait par téléphone, car le comportement non verbal échappe complètement au préposé au téléphone.

Mise en situation 1

Vous recevez l'appel d'un client qui dit avoir envoyé sa commande depuis plusieurs semaines et qui n'a toujours rien reçu. Il trouve la situation inacceptable et montre des signes d'impatience au téléphone.

Comment allez-vous traiter l'appel?

Répondre à une insatisfaction au téléphone n'est pas une tâche facile. Pour vous aider, voici quelques lignes directrices.

Tout d'abord, il faut se rappeler que le client insatisfait, qu'il soit au téléphone ou qu'il se présente en personne, a deux exigences : exprimer sa frustration et voir son problème résolu. Le comportement à adopter : écouter activement votre client en montrant de la compréhension (« je vois », « je comprends », etc.).

- *L'écoute permet de désactiver l'agressivité de votre interlocuteur.*

Après avoir bien écouté ce que le client ressent et qu'il ait terminé d'exprimer son insatisfaction, vous pouvez passer à l'étape du questionnement (en lui posant des questions précises).

Baissez le ton de votre voix pour qu'il soit un ton plus bas que celui de votre client qui s'emporte. L'important, c'est de paraître et d'être calme et posé.

Évitez de l'interrompre ou de le mettre en attente; cela ne ferait qu'alimenter son impatience.

Si vous prenez des temps d'arrêt, indiquez au client ce que vous faites. Par exemple, « je suis en train de prendre des notes, mais je vous écoute ».

Indiquez-lui ce que vous allez faire pour tenter de résoudre son problème. Le client ne veut pas entendre que son problème est impossible à résoudre ou que vous ne pouvez rien faire; il veut au moins des propositions et sentir que vous aimeriez pouvoir (sincèrement) l'aider.

- *Essayez de trouver quelques points d'entente, sans nécessairement céder au client, ni chercher à imposer votre point de vue.*
- *Vos interventions doivent être claires (d'où l'importance de poser les bonnes questions) et ne doivent pas porter à interprétation.*



Mise en situation 2

Un collègue vous téléphone pour vous demander de traiter son dossier en priorité. Vous êtes débordée, car vous avez déjà plusieurs cas urgents et importants à traiter. De plus, la demande de votre collègue vous semble importante, mais pas urgente. Votre collègue insiste et le ton monte d'un cran.

Que faire ?

La culture de l'urgence est établie dans plusieurs entreprises. Cette culture fait en sorte qu'il est de plus en plus difficile pour les employés de faire la distinction entre ce qui est urgent et ce qui est important. Sachez que ce qui est urgent n'est pas nécessairement important. Dites-vous bien que ce sont les tâches importantes et urgentes que vous devez effectuer immédiatement. Quant aux tâches importantes mais non urgentes, elles peuvent soit attendre (même si votre collègue tente de vous convaincre du contraire), soit être déléguées. Pour ce qui est des tâches moins importantes mais urgentes, il faut les effectuer ou les déléguer rapidement.

Un truc si vous avez de la difficulté à dire non : dissociez dans votre esprit la personne de sa demande (ce n'est pas l'interlocuteur que vous rejetez, mais sa demande).

Mise en situation 3

Madame Rincourt est une cliente importante chez vous. Le problème, c'est qu'elle est aussi une « placoteuse » hors pair. Elle pourrait vous tenir en ligne pendant des heures...

Comment mener l'appel en agissant toujours avec courtoisie ?

Encore une fois, l'écoute et le respect sont de mise avec ce type de client. Toutefois, vous pouvez éviter de poser des questions ou bien de renchérir à ce qu'un client dit. Profitez du moment où il reprend son souffle pour lui signifier que ce qu'il dit est intéressant, mais que malheureusement quelqu'un vous attend et que vous devez le quitter. Remerciez le client pour son appel et ajoutez quelques mots de politesse comme « Merci pour votre appel et au plaisir de vous servir de nouveau ».

Références

- CHIASSON, Marc. *Vendre par téléphone*, Les Éditions Transcontinental inc., Montréal, 2003, 196 pages.
COMTOIS, René-Louis et Louise LAURENT. *Bien servir ses clients*, Les éditions Quebecor, 2010, 168 pages.
ROCK, Gilbert et Marie-Josée LEDOUX. *Le service à la clientèle*, ERPI, 2006.