

Cameleon a créé ce contenu avec énormément de passion. N'hésitez pas à le partager, ainsi que nos salutations !

Techniques – Orientation client

L'orientation client consiste à dépasser les attentes de vos clients.

Vos clients trouvent normal que vous répondiez à leurs attentes, mais si vous en faites moins, ils seront mécontents, vous créerez des problèmes et seront à l'origine de plaintes. Par contre, lorsque vous dépassez leurs attentes, votre approche est orientée client.

L'orientation client va plus loin que le premier contact à la réception et s'adresse à tous les collaborateurs de l'organisation qui sont en contact avec les clients, **internes ou externes**.

L'orientation client est une interaction entre plusieurs aspects. Et il en va de même des méthodes.

Modèle d'orientation client



Member of the Cameleon Group

Cameleon a créé ce contenu avec énormément de passion. N'hésitez pas à le partager, ainsi que nos salutations !

Personnalisation

Aborder une personne en l'appelant par son nom établit toujours une relation personnelle. C'est une méthode infaillible. En utilisant son nom, vous démontrez que vous avez pris la peine d'apprendre à connaître votre client.

Lorsque le nom est mentionné sur un badge ou une carte de crédit, ces informations vous sont offertes sur un plateau d'argent. Veillez donc à les utiliser.

Exemple :

Lorsque vous rendez sa carte à un client, vous pouvez lui dire : « *Merci madame, et au revoir* » ou « *Merci Madame Romy, j'espère vous revoir très bientôt* ».

À l'heure actuelle, les différentes technologies nous permettent pleinement d'utiliser davantage le nom des clients. Cependant, vous pouvez déjà obtenir de très bons résultats en étant simplement attentif.

Donnez d'abord au client ce qu'il demande et seulement après ce dont il a besoin

Certains clients ont tort, mais ne veulent pas le reconnaître. Certains n'hésitent pas à vous rejeter la faute. Dans ce cas, la règle suivante s'applique : « Donnez d'abord au client ce qu'il demande et seulement après ce dont il a besoin ». Exemple :

Monsieur De Schrijver se présente et jure avoir rendez-vous avec Monsieur Rymenants, alors que ce n'est pas le cas. Ne dites pas : « Vous n'avez pas rendez-vous avec Monsieur Rymenants, mais avec Monsieur Meunier ». « Si, si, c'est bien avec Monsieur Rymenants, car je l'ai eu au téléphone hier. » Mais plutôt : « Un rendez-vous avec Monsieur Rymenants ? Je vais le chercher. Ah, Monsieur De Schrijver, je constate que le rendez-vous a été transféré à Monsieur Meunier. Je l'appelle pour vous. »

Member of the Cameleon Group

Cameleon a créé ce contenu avec énormément de passion. N'hésitez pas à le partager, ainsi que nos salutations !

Appliquez le principe de l'assurance

Que faire face aux clients qui posent des questions du type « Et si... », donnant ainsi l'impression qu'ils émettent des doutes à votre sujet ? Exemple : « *Et si la réunion dure plus longtemps ?* », « *Et si le produit ne fonctionne pas ?* » Le client ne cherche alors pas seulement une réponse à sa question, mais souhaite également être rassuré, recevoir des garanties et certitudes. C'est pourquoi il est important d'appliquer le principe de l'assurance.

Exemple :

Si la question suivante est posée à un déménageur : « Si vous faites tomber un objet, que se passe-t-il ? », il est préférable de ne pas répondre : « Nous sommes assurés dans ce cas », mais plutôt : « Nos collaborateurs sont tous des professionnels expérimentés et formés. En outre, nous utilisons les meilleurs matériaux d'emballage. Cependant, si un objet venait tout de même à tomber (il est impossible d'écartier tout risque), nous sommes assurés face à de telles circonstances ».

Dans l'exemple précité, il est également important de dire ce que vous faites afin d'éviter une situation en particulier. Et si cette situation se présente quand même, alors nous avons une solution.

Le principe de l'assurance stipule que vous ne devez pas commencer avec la solution, mais avec tout ce qui est prévu afin d'éviter que le problème se présente. Parlez de façon à ce que votre client puisse dire : voilà ce que cela m'apporte !

Utilisez la technique du dentiste

Souvent, en tant que collaborateur, vous faites de votre mieux afin d'aider le client le plus rapidement possible. Vous marmonnez « un instant », vous allez derrière le comptoir ou vous commencez à taper sur votre clavier. Le problème n'est pas que vous ne faites pas bien votre travail, le problème est que le client ne sait pas ce qui se passe. Utilisez donc la technique du dentiste (le dentiste fait ceci : « Vous allez sentir un petit pincement, je vais utiliser la fraise, etc. »). Concrètement, cela signifie que vous dites autant que possible ce que vous faites.

« Je me renseigne pour vous auprès de mon collègue », « J'appelle le service technique », « Je recherche votre rendez-vous, l'écran suivant, la liste des rendez-vous, à 3 h : ah, Monsieur Devriendt, je le vois maintenant, vous avez rendez-vous avec... ».

Member of the Cameleon Group

Cameleon a créé ce contenu avec énormément de passion. N'hésitez pas à le partager, ainsi que nos salutations !

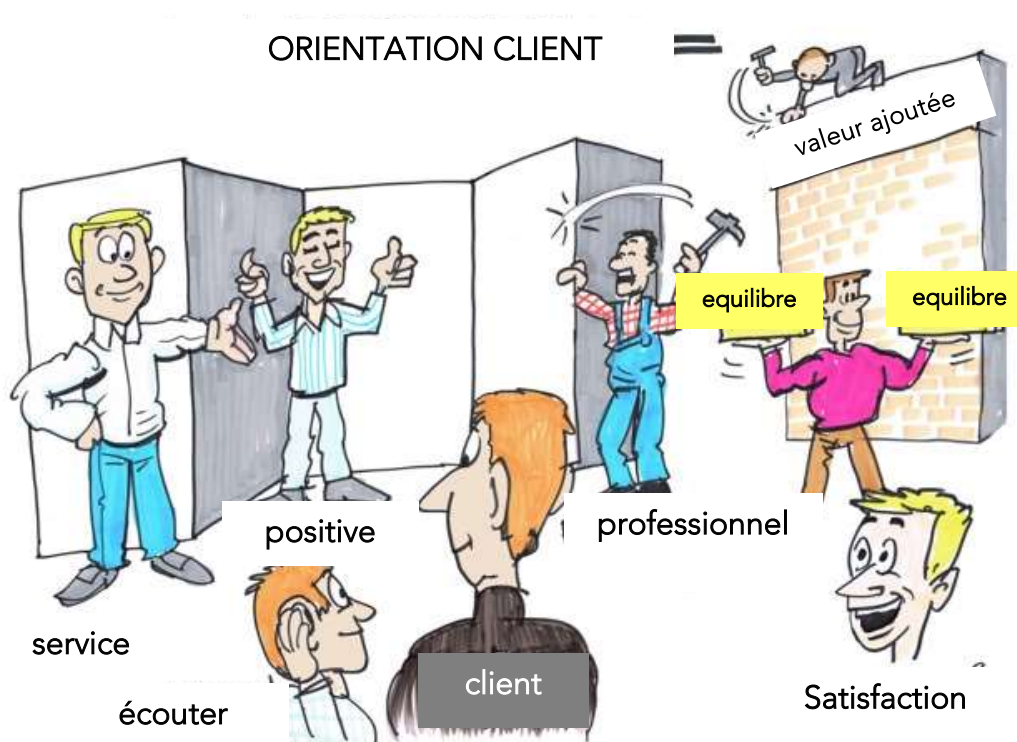
Afin de préciser ce que nous voulons dire : comparez ceci avec une consultation chez un médecin. Il n'y a rien de plus frustrant ou plus dénigrant que d'être ausculté quand le médecin parle entre ses dents. Et la seule explication que le patient reçoit à la fin est : « Bien, vous pouvez vous rhabiller ». Comment vous sentez-vous alors ?

BOR = BC + APE + D + D + D

Quels sont les éléments importants afin de mettre en avant une bonne orientation client ? Nous avons repris tous les éléments qui sont importants à nos yeux dans la formule suivante :

Bonne Orientation Client =

- Bonne Communication (application des techniques de communication de base)
- + Analyse Psychologique Élémentaire (ou le bon sens)
- + D + D + D : discipline, discipline et discipline.



Member of the Cameleon Group

Cameleon a créé ce contenu avec énormément de passion. N'hésitez pas à le partager, ainsi que nos salutations !

Vision – Orientation client

L'orientation client est différente de la convivialité vis-à-vis des clients. Même en étant amical vis-à-vis d'un client, il est possible que vous ne parveniez pas à l'aider. L'orientation client va plus loin. C'est une combinaison de compétences en communication, d'un comportement, de perception et de discipline vis-à-vis du client (interne et externe), sans porter préjudice à son intérêt professionnel. Elle fait partie de l'organisation et ne concerne pas seulement la réceptionniste.

L'orientation client est une compétence que vous pouvez développer. En vous appropriant plusieurs techniques de communication, telles qu'une structure d'entretien, de l'assertivité et la communication non verbale, vous irez déjà loin.

Member of the Cameleon Group