

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

Techniques – Plaintes

« Bonjour Madame, je m'appelle Hariette et j'ai réservé un voyage chez vous qui a viré au cauchemar. Je viens m'en plaindre. Pouvons-nous nous asseoir et en discuter calmement s'il vous plait ? »

Si seulement c'était si facile... La probabilité que vous soyez confronté à une telle plainte est extrêmement faible.

Une réalité encore moins probable est que vous répondiez : « Bonjour madame, pas de problème. Nous vous remboursons le prix, nous veillons à ce que vous ayez à nouveau trois semaines de congé et nous vous octroyons une compensation de 5 000 euros ! »

Pour ceux qui attendent encore que de telles situations se présentent : continuez de rêver !

Cependant, il existe une technique importante qui peut vous aider lorsque vous êtes confronté à une plainte/un plaignant : la méthode LEO (L'Écoute-Empathie-Offrir une solution).

Nous allons l'aborder dans l'ordre inverse.

LEO : étape 3 – Offrir une solution

Nous commençons donc par la fin, par la **solution**.

Vous le savez, il n'y a pas de solution parfaite, autrement le problème ne se serait probablement pas présenté. La solution n'est pas non plus la partie qui nous permet de traiter les plaintes. C'est le maillon faible.

Que faire dans le cadre de cette troisième étape ?

- Impliquez le plaignant dans la solution en lui demandant laquelle des options choisies il souhaite ou demandez-lui quelle solution lui convient (dans les limites que vous lui indiquez).
- Soyez très concret, car cette personne est confrontée à une plainte émotionnelle et peut donc facilement revenir dans cet état d'esprit. Ne dites donc pas « Je vous rappelle le plus vite possible, dès que j'ai plus de nouvelles », mais plutôt

Member of the Cameleon Group

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

- « Je vous recontacterai avant 16 h ». Et n'oubliez pas de vous y tenir.
- ⑥ Utilisez plusieurs processus de communication : dites quelles mesures vous prenez jusqu'au résultat final et informez-en le plaignant avant et pendant le processus. Vous montrez ainsi de la bonne volonté.
Ex. : « Je viens d'appeler le service concerné, mais je n'ai pas eu de réponse. Je réessayerai dans 10 minutes et si je n'ai toujours pas de réponse, j'irai jusque là-bas. »
- ⑥ Toutes les techniques qui se trouvent dans le chapitre « Orientation client » sont maintenant deux fois plus importantes. N'hésitez pas à lire ce chapitre !

LEO : étape 2 – Empathie

L'étape la plus importante de LEO est la deuxième : la reconnaissance de l'**émotion** du client.

Une plainte se compose d'au moins 80 % d'émotion et de 20 % de contenu (et ce rapport est peut-être même plus souvent de 99-1 %). Vous devez donc vous concentrer principalement sur ces émotions en disant à votre client que vous comprenez ses sentiments à ce moment-là.

Un exemple

Client : « *J'attends depuis 20 minutes. Ne pensez-vous pas que j'ai mieux à faire qu'attendre qu'on s'occupe de moi ?* »

Vous n'avez pas de solution à proposer, vous ne pouvez pas le faire venir plus rapidement. Vous pourriez lui amener une tasse de café et lui dire que vous allez appeler à nouveau le service concerné, mais, au final, vous n'avez pas de solution substantielle.

La seule chose que vous pouvez faire est de reconnaître l'émotion du client : « Je comprends que vous vous impatientez. Votre temps est précieux, d'autant plus que vous étiez à l'heure. »

C'est le noyau du traitement des plaintes : reconnaître les émotions du plaignant ! En effet, l'émotion (dans le meilleur des cas, 20 % du message et souvent un aspect que vous ne contrôlez pas) ne sera acceptée qu'une fois qu'elle est reconnue.

Trois pièges à éviter:

Member of the Cameleon Group



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

- ⑥ Vous ne reconnaissez pas l'émotion de l'autre en vous l'appropriant.
Dire « Je réagis comme vous si j'étais dans votre situation » est un bel effort, car vous parlez de l'émotion, mais il s'agit de votre émotion et non pas de celle du plaignant. Tenez-vous-en à l'émotion du plaignant : « Je comprends que vous soyez fâché, car vous étiez à temps et vous avez d'autres rendez-vous. »
- ⑥ Donner raison à l'émotion ne signifie pas que vous donnez raison au contenu.
Vous reconnaissez l'émotion, pas le contenu de la plainte. Cela ne revient pas à devoir donner raison au niveau du contenu au client. Si la plainte venait à être fondée au niveau du contenu, donnez-lui raison et ajoutez que vous allez trouver une solution.
Si le client a tort au niveau du contenu, vous ne devez pas lui donner raison et vous devez réagir de façon assertive, sans affaiblir toutefois ses émotions.
- ⑥ Il y a souvent une émotion sous-jacente et il s'agit de celle que vous devez essayer de reconnaître. Le problème n'est pas que cette personne a un autre rendez-vous ou qu'elle était à l'heure. Le problème est qu'elle trouve votre attitude irrespectueuse. C'est cette émotion qui doit être reconnue.
Dans le cadre d'échanges avec des clients, vous reconnaissez cette émotion lorsque ces derniers commencent à parler du prix ou de réductions. Ces arguments constituent la plainte sus-jacente, mais derrière ces derniers se trouve l'émotion sous-jacente plus importante : ne pas avoir le sentiment d'être traité en tant que client régulier, devoir faire (trop) d'efforts, avoir le sentiment de se faire balader, etc.

LEO : étape 1 – L'écoute

Si vous voulez reconnaître correctement l'émotion, vous devez alors, dans un premier temps, écouter la plainte très attentivement. Tant les faits, la plainte sus-jacente et l'émotion qui se cache derrière. Avec l'empathie nécessaire, vous pourrez reconnaître et nommer l'émotion de votre client. Ajoutons que laisser parler le plaignant est déjà un premier pas vers la ventilation de ses émotions. Si vous reconnaissez également l'émotion à l'étape 2, le plaignant est prêt à écouter votre potentielle solution.

Le chapitre sur l'écoute active vous explique comment faire. Cependant, nous pouvons déjà vous présenter les pièges classiques de cette étape :

- ⑥ Se dérober/raisonner

Member of the Cameleon Group

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

« *Nous ne sommes pas responsables* », « *Vous devez en parler à mon responsable* », « *Le gouvernement nous l'impose* », et bien d'autres exemples. Rappel : avoir raison n'est pas la même chose que donner raison. Dans le cadre de cette phase, le plaignant ne vous donnera pas raison.

⑥ Déni et jeu du ping-pong

« *Nous n'avons jamais été confrontés à cela auparavant* », « *Avez-vous bien regardé ?* », « *Mon collègue ne peut pas ne pas vous l'avoir dit* », « *Vous avez sans aucun doute reçu ce document* ».

Ce faisant, vous vous concentrez sur le contenu, alors que LEO préconise justement d'analyser (d'abord) les émotions. Ne vous laissez pas entraîner dans un débat sur le contenu.

⑥ Excuses

« *Vous exagérez maintenant...* », « *Toute personne censée sait que...* »

Les plaignants ont tendance à exagérer : 20 minutes d'attente deviennent une demi-heure, 12 euros deviennent 20 euros, être client depuis 10 ans devient depuis 20 ans. Ici aussi, répétez ce que le client vous dit. Les discussions à ce sujet n'apportent rien, bien au contraire.

⑥ « *Oui, mais...* » et les énoncés situationnels

« *Oui, mais si vous l'abordez de cette façon, ce n'est pas difficile...* », « *Il y a beaucoup de personnes malades en ce moment.* », « *Depuis l'automatisation, tout va beaucoup plus lentement.* »

Tout cela est vrai, mais ce n'est pas le bon moment pour le dire. Si vous ne pouvez pas vous retenir, dites-le au plaignant durant la phase de la solution. Ou mieux encore : pas du tout !

Pour finir : remerciez pour la plainte, même si elle n'est pas justifiée.

En remerciant pour une plainte, vous indiquez qu'en tant qu'organisation, vous êtes ouverte à la critique (justifiée ou non). De cette façon, vous montrez au client que 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 !

n'êtes pas une organisation bornée qui pense ne jamais faire d'erreurs. En remerciant, vous pouvez travailler continuellement à la qualité. Après tout, chaque critique ne contient-elle pas un peu de vérité ? Il est important de trouver le noyau du problème avec le client.

Member of the Cameleon Group

cameleon[®]
Business Training

Da Vincilaan 1 - 1930 Zaventem

+32 2 266 89 99 - info@cameleontaining.be

www.cameleontaining.be    

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

Vision – Plaintes

Il n'est jamais agréable d'être confronté à des plaintes, à des clients de mauvaise humeur au téléphone ou à une personne en colère en face de soi.

Cependant, il est très naturel que des clients (ou collègues) se plaignent, car c'est dans la nature humaine d'être exigeant et insatisfait. Les plaintes sont donc très fréquentes.

Cependant, le traitement des plaintes et l'attitude à adopter envers les personnes difficiles sont souvent perçus comme l'aspect le plus difficile de la communication interpersonnelle, mais c'est tout à fait compréhensible, puisque les plaintes ne sont pas toujours exprimées de manière raisonnable et calme.

En étant ouvert aux plaintes et en prenant le plaignant au sérieux, vous êtes sur la bonne voie. Les plaintes apportent une valeur ajoutée à votre entreprise. Les plaintes sont des opportunités d'apprentissage. Une attitude positive à l'égard des plaintes renforcera votre relation et la coopération avec le client, ainsi que l'image positive de votre entreprise.

Member of the Cameleon Group