

Relation client : faites la chasse aux idées reçues !

Publié le 19/06/2014 par [Marion Perroud](#)

La relation client est une problématique purement opérationnelle. Son efficacité dépend de son automatisation... Voici quelques fausses bonnes idées pointées lors de la conférence de Teletech international et du Wine Business Club, organisée le 12 juin 2014. Tour d'horizon.

Idée reçue n°1 : la relation client est la seule affaire des managers opérationnels

Gestion des réclamations, envoi de newsletters, accueil en magasin, relance téléphonique... Pour vous, le pilotage de la



relation client est avant tout du ressort de vos managers de proximité et de vos collaborateurs de terrain ? Vous avez faux sur toute la ligne, selon Emmanuel Mignot, p-dg de [Teletech International](#), spécialisé dans la gestion de la relation client multicanal. Selon lui, " la relation client est **une problématique stratégique** de premier plan qui doit directement concerner le chef d'entreprise désireux de capter les tendances de son marché ".

Il en veut pour preuve [le succès du site de covoiturage BlaBlaCar](#) ou encore de la plateforme de location entre particuliers Airbnb qui ont réussi à s'imposer face aux géants de leurs secteurs tels que Hertz, la SNCF ou encore le groupe Accor. " Quelle que soit la taille de votre entreprise, vous n'êtes jamais à l'abri de quelqu'un de plus inventif qui va bousculer votre marché. C'est la raison pour laquelle **vous devez rester à l'écoute des signaux faibles** (ex : réclamation inhabituelle, demande spécifique...) émis par vos clients pour mieux répondre à leurs besoins ", recommande l'expert. Son conseil : mettre en place des tableaux de bord qualitatif pour suivre ces remontées terrain et mettre le client au coeur de la culture d'entreprise.

Idée reçue n°2 : un bon service client est un service automatisé

Pour mieux contrôler le retour sur investissement tout en optimisant les coûts, beaucoup d'entreprises automatisent les procédures de leur services client et marketing (mise en attente des appels, réponse automatique, généralisation du mail pour traiter les réclamations, e-mailings non qualifiés, recours à un centre d'appel externe...). Résultat, le suivi de la qualité de la relation client se limite bien souvent seulement à l'aune d'objectifs et de critères quantitatifs (ex : taux d'ouverture, nombre d'appels décrochés, durée moyenne des appels, taux de réclamation...).

" Gare à l'industrialisation de trop !, avertit Emmanuel Mignot. Lorsqu'il vous contacte, **le client attend de vous, tout sauf une réponse standardisée**. Pour le faire fuir vers un concurrent, rien de mieux que de le mettre en contact avec une personne qui le presse d'en finir pour atteindre ses objectifs, et lui donne en plus l'impression de réciter un texte prémâché. Ne tuez pas la dimension affective et humaine de ces échanges. "

Idée reçue n°3 : satisfaire le client suffit à le fidéliser

"La qualité de la relation client est avant tout une question de confiance entre l'entreprise et son client, martèle Christophe Benavent, professeur à l'Université Paris Ouest et responsable du master marketing opérationnel international. Quand on a confiance, on devient bienveillant et indulgent envers une marque, même lorsqu'on est ponctuellement déçu par l'un de ses produits ou services."

Selon lui, si la satisfaction client est bien sûr essentielle pour instaurer ce climat de confiance, les clients sont de plus en plus sensibles à une autre dimension : **celle de l'éthique et de l'intégrité des marques**. "Il faut leur prouver que vous n'allez pas abuser d'une situation dans laquelle ils sont vulnérables", détaille l'expert. Autre levier potentiel de fidélisation, **la consultation régulière de vos clients** sur l'amélioration de votre offre au regard de l'utilisation qu'ils en font. Et de les transformer, par là même, en futurs ambassadeurs de votre entreprise.

Mot clés : Satisfaction clients | SAV | Culture client

Autour du même sujet

- ▶ Mettez le client au coeur de votre stratégie
- ▶ Fidélisation : rendez vos clients fous de vous



Marion Perroud
Journaliste

▶ Tous ses articles

Livres blancs

Fichiers



Emploi

Formations

Annuaire

Services