



**Gestion de la  
relation client**

|          |   |
|----------|---|
| <b>1</b> | <b>Présentation OUTSOURCIA .....</b>              |
| <b>2</b> | <b>Bien communiquer .....</b>                     |
| <b>3</b> | <b>Techniques de Communication .....</b>          |
| <b>4</b> | <b>Les règles de la communication .....</b>       |
| <b>5</b> | <b>Dynamique de l'appel .....</b>                 |
| <b>6</b> | <b>La normalisation de la communication .....</b> |

# Présentation OUTSOURCIA

## ➤ Outsourcia, pionnier de l'offshore haut de gamme



Ambiance de travail



Site Casa center



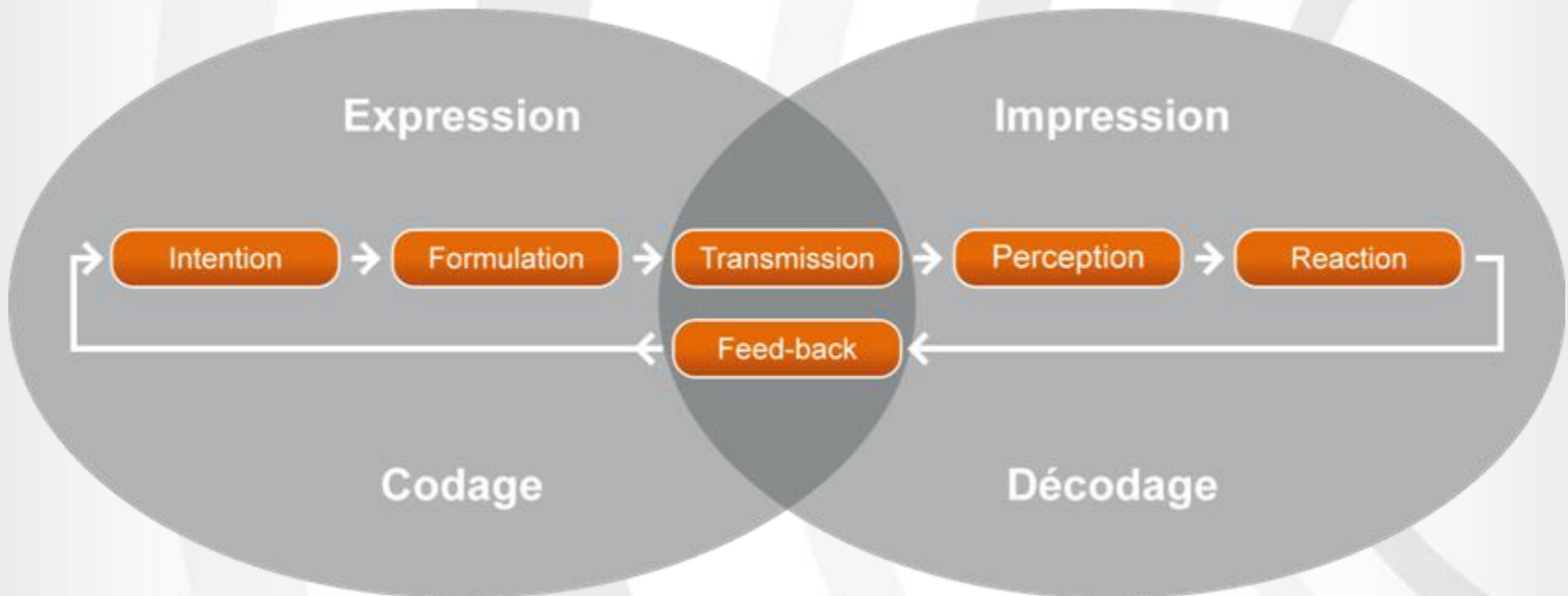
Site Casashore



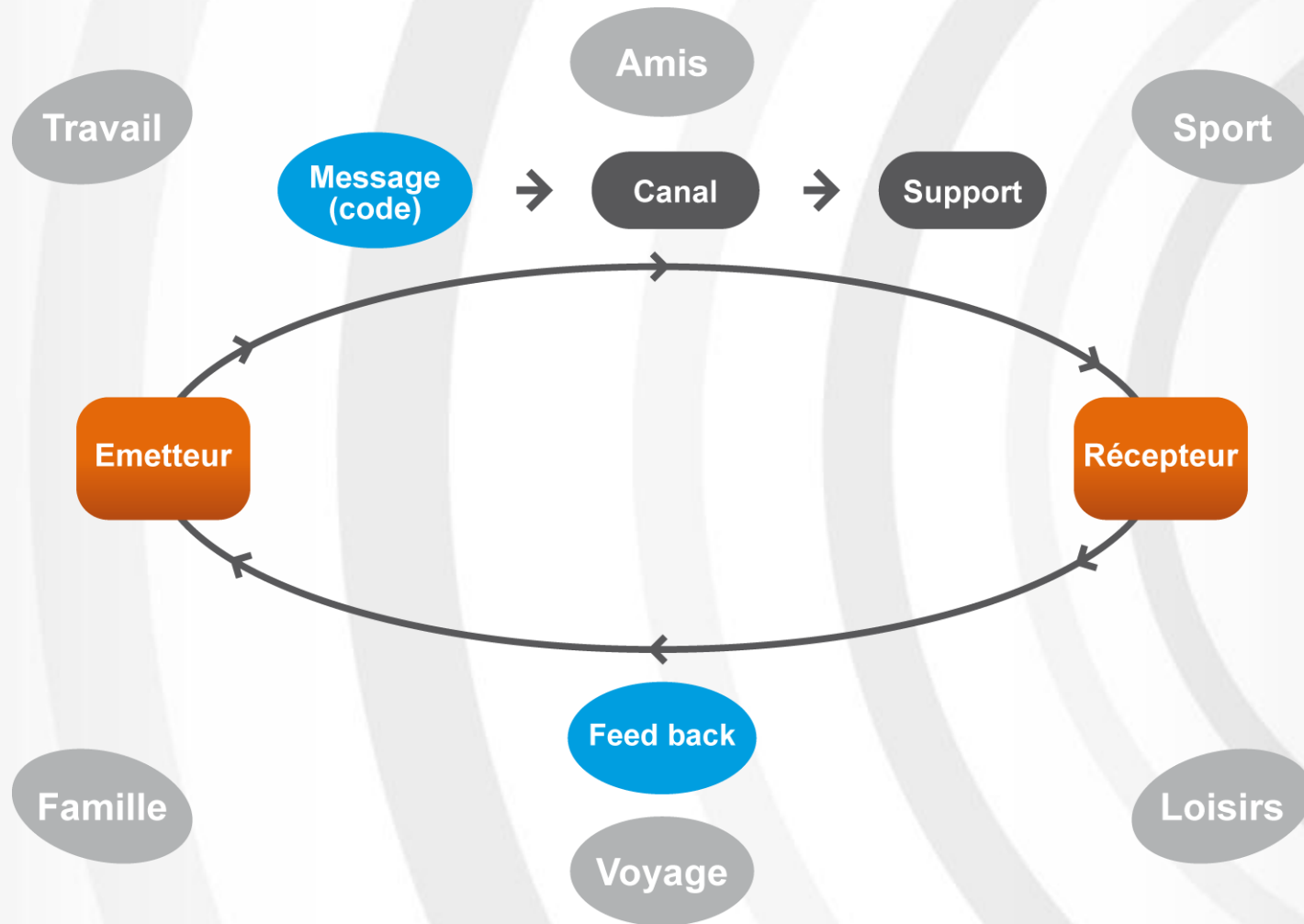
Site Casashore

# La communication

- La communication se définit comme un processus bilatéral d'échange et de compréhension de l'information entre aux moins deux personnes ou groupe de personnes (émetteur et récepteur).

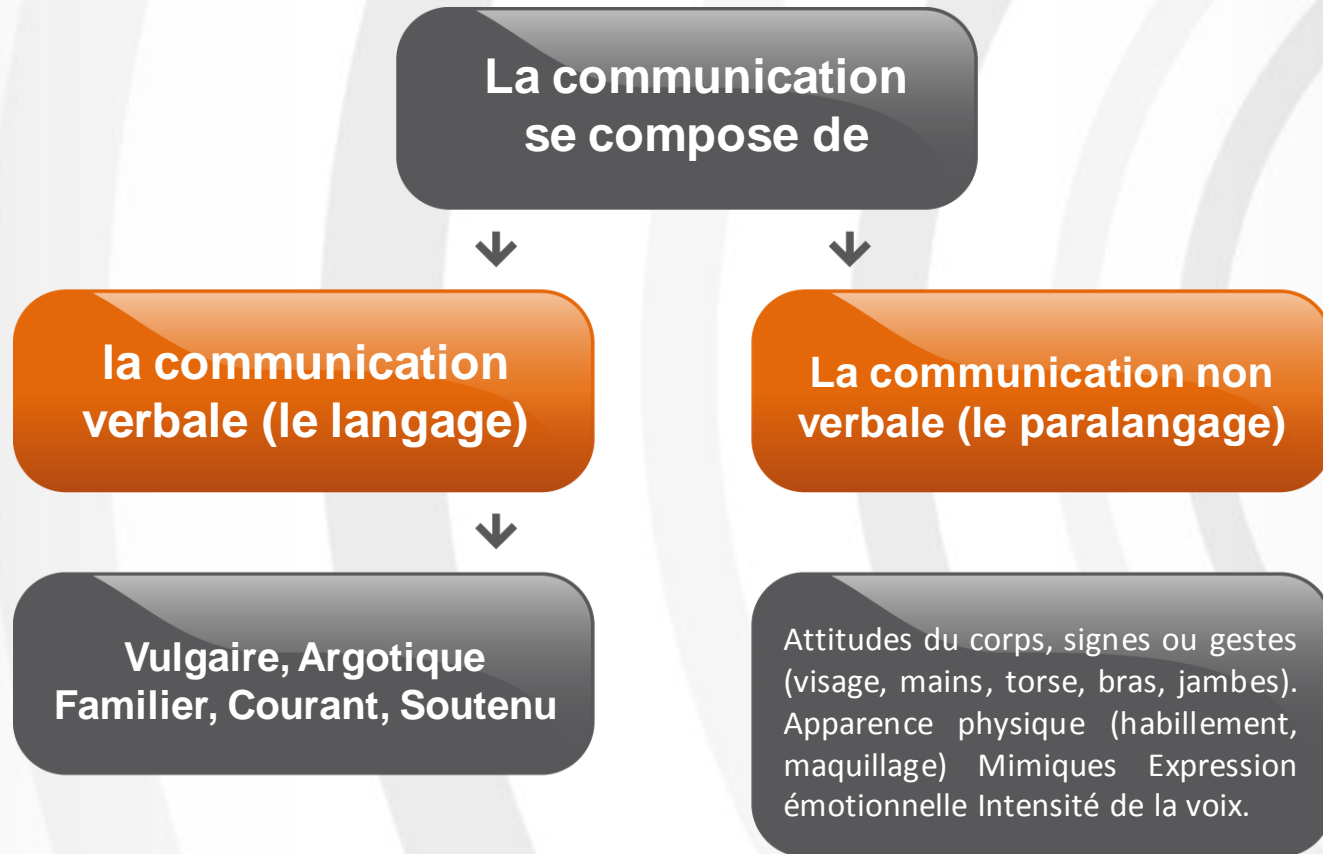


# Schéma du processus de communication



# Éléments de la communication

➤ « Celui dont les lèvres se taisent parle avec le bout de ses doigts » citation de Freud



# La communication au téléphone

- La communication téléphonique ne s'improvise pas
- Le téléphone est un outil qui demande :
  - De la rigueur
  - De la précision





# La communication au téléphone

- Lors d'une communication téléphonique nous sommes privés d'aide visuelle (éléments non verbaux)
- Les gestes, postures, regards et expressions faciales n'interviennent pas, sauf ...

## Le sourire

- Un sourire « s'entend » au téléphone, vous en avez sûrement déjà fait l'expérience.
- N'oubliez pas de SOURIRE et de rester naturel.





# Le cadre de référence

- Le cadre de référence (cf. exercice cadre de référence) :
- Le cadre de référence constitue notre vécu
- (valeurs, éducation, savoir, culture, vécu affectif...)
- Toujours tenir compte du cadre de référence de l'autre
- Sans jugement, ni à priori

# Les techniques de communication

- L'absence d'aide visuelle conduit à :
  - Des erreurs d'interprétation de l'appelant et du TC
  - Des à priori
  - Des quiproquos
- Pour éviter ces erreurs vous devez avoir :
  - Une écoute active
  - Une reformulation de qualité
  - Une grande disponibilité et concentration
  - Un discours personnalisé



# Les techniques de communication



L'ensemble du discours doit être dynamique :

- Une conversation monocorde n'apporte aucun impact même si l'information communiquée est juste, le client n'en retiendra pas une satisfaction complète
- Pour faire vivre votre relation téléphonique, le SOURIRE, reste votre allié principal
- Le SOURIRE met votre client en confiance et le rassure



# L'écoute active

- Ecouter signifie extraire des informations d'un discours ou d'un entretien.
- Il s'agit d'être ACTIF en opposition à l'attitude passive qui est seulement d'entendre.

## Ecouter c'est :

- Recevoir ce que dit l'autre
- Comprendre la pensée de l'autre
- Reformuler la pensée de l'autre
- Accepter l'autre tel qu'il est
- Être disponible
- Être tourné vers l'autre

# Comment avoir une bonne écoute active

- Faire parler ne suffit pas, il faut savoir se taire
- Contrôler et diriger l'entretien téléphonique
- Poser les questions qui aident le client à s'exprimer
- Reformuler la demande
- Valoriser la demande du client

# Mesures pour une écoute optimale

- Concentration (Prise de notes)
- Eliminations des facteurs parasites
- Focaliser votre pensée sur la communication en cours



# La Reformulation

- Permet de valider la demande du client
- Assure d'avoir bien compris sa demande

Elle débute par :

- « **Donc, vous souhaitez** »  
« **J'ai bien noté que** »

Et se termine par :

- « **C'est bien cela, nous sommes d'accord** »  
« **C'est bien cela, n'est-ce pas** »

Exemple de reformulation :

- « **En fonction des éléments que vous m'avez communiqué, c'est-à-dire XXX, voilà ce que je vous propose...** »



# La Reformulation

## Important

- De plus, il est nécessaire de ne pas supposer ce que le client n'a pas dit et donc ...  
*n'induisez pas les réponses dans vos questions !*
- Adoptez une *attitude empathique*, ce qui permettra au client d'être plus à son aise.
- Cela signifie se mettre à la place de l'interlocuteur
  - **En pensant comme il pense**
  - **En devinant ce qu'il ressent**
  - **Mais sans partager forcément ses émotions**

# Différents types de questions

- Questions fermées (précises)
- Questions ouvertes
- Questions alternatives
- Questions inductives

# Les règles de la communication téléphonique

➤ Parce que vous représentez une entreprise, il est important de :

- **Véhiculer une image agréable de celle-ci**
- **Personnaliser chaque appel**  
(chaque appel est un cas unique)
- **Bannir de votre langage tous propos négatifs et sans intérêt**



➤ Il est plus difficile de fidéliser que d'acquérir un nouveau client.

- **Alors, attention aux conséquences d'un mauvais accueil ou d'une réponse erronée**



# La voix



La voix donne un précieux renseignement sur l'interlocuteur.

- **Le timbre de la voix : le sourire dans la voix ça s'entend, ça ne se voit pas !!!**
- **La hauteur de la voix : c'est l'impulsion vocale = aiguë ou grave (ne pas parler trop fort ni trop bas)**
- **L'intensité : c'est savoir faire varier sa voix et l'adapter aux circonstances et à l'interlocuteur.**
- **Le rythme : contrôler la vitesse du débit (120 mots à 160/minute).**
- **La respiration : celle-ci ne peut se faire que si le discours est ponctué.**
- **La modulation : selon le rythme et le ton donné à une phrase, celle-ci peut avoir des sens différents.**
- **L'articulation : elle permet de distinguer les différents sons d'une langue. Elle est donc très importante.**

# La voix

- La voix est notre image et celle de notre entreprise, elle doit être :
  - **Claire et audible : évitons tous les bruits inutiles.**
  - **Directe : impliquons-nous physiquement car notre attitude physique influe sur notre voix.**
  - **Agréable à écouter : ni claironnante, ni criarde.**
  - **Expressive : Sourions et varions le ton.**
- La voix est notre seul vecteur de communication au téléphone, c'est elle qui porte notre discours. Elle doit être :
  - **Dynamique : c'est rassurant pour notre interlocuteur.**
  - **Chaleureuse et souriante : je crée un climat de communication convivial.**



**La voix reflète nos dispositions  
vis à vis de notre interlocuteur.**

# Le choix des temps



Le temps des verbes

- **Je parle au PRESENT** car c'est le temps de :

*l'action*

*l'implication*

- **J'évite le CONDITIONNEL**, car c'est le temps de :

*l'hésitation*

*du doute*

- **J'évite le FUTUR**, car c'est le temps de

*l'action différée*

*l'impact affaibli*

*(comptez sur moi, je m'en occuperai)*

- **J'évite l'IMPARFAIT**, car c'est le temps de :

*la défaite*

*l'action passée*

# Discours

- Pour faire passer votre message vous devez moduler votre voix et parler distinctement.  
**ARTICULER.**
- Prenez garde au :
  - **Choix des mots,**
  - **Tournures de phrases, et les conjugaisons utilisées.**





# Discours

| À éviter                                 | À utiliser  |
|--|---|
| Je pense ; je crois ; à mon avis         | Je vous conseille                                       |
| Problème                                 | Incident  |
| Je ne sais ; sans doute ; c'est possible | Je me renseigne   |
| Ouais ; OK                               | OUI   |
| On s'en occupe                           | je m'en occupe  |
| Je peux                                  | Je vous propose   |
| C'est de la part de qui?                 | Vous êtes Monsieur....?                                 |
| Ne quittez pas                           | Veuillez patienter quelques instants                    |
| C'est pourquoi                           | En quoi puis je vous aider ? C'est a quel sujet ?       |
| Je vais voir si je peux le déranger      | Je vérifie s'il est possible de vous mettre en relation |
| C'est vous qui avez appelé 3 fois        | Je crois que nous avons déjà été en contact ?           |
| Vous avez mal compris                    | Je me suis mal exprimé                                  |
| Vous patientez ; ou vous restez en ligne | Désirez vous rester en ligne ou rappeler ultérieurement |

# Expressions à utiliser

## Soyez positif :

- « Sachez que ... »
- « Il est important pour vous de »

## Exprimez la certitude

- « Nous sommes d'accord sur le fait que ... »
- « Soyez certains »
- « Certainement »

## Engagez-vous !

- « Je m'en occupe immédiatement »
- « Je constate »
- « Le contrat prévoit »
- « Je remonte l'information tout de suite ... »

## Soyez neutre :

- « Vous avez raison, cependant ... »
- « Je comprends et prends note »

## Valorisez vos idées

- « Je vous appelle aujourd'hui pour vous rendre une réponse, vous faire une offre, ... »
- « Je vous assure que c'est la meilleure offre que je peux vous faire... »

# Directivité

## ➤ Définition:

- Il s'agit, en toute occasion, de diriger l'entretien, ou tout du moins de reprendre la main le plus rapidement possible.

## ➤ Objectifs :

- Montrer votre professionnalisme.
- Respecter la durée moyenne de conversation fixée pour l'opération...
- Tout en prenant le temps nécessaire pour écouter l'interlocuteur.

## ➤ Comment gagner en directivité ?

- Suivre une structure d'entretien, c'est-à-dire respecter les différentes phases de l'entretien. A tout moment, le télé conseiller doit savoir où il se trouve dans son entretien.
- Adapter les différentes techniques de questionnement à l'interlocuteur.
- Utiliser un langage présent, un ton ferme (mais chaleureux), afin de s'imposer plus facilement.
- Garder confiance en soi
- Rester dynamique et réactif tout au long de l'entretien.

# Directivité

➤ Quelle doit être la durée d'un entretien ?

- **La durée peut varier de quelques minutes à une quinzaine de minutes. Tout dépend du produit/service vendu et de l'interlocuteur. A titre d'exemple, par ordre croissant de durée :**

*La vente d'un réabonnement : environ 5 minutes*

*La vente d'un produit simple, de peu de valeur pour l'interlocuteur : 8-10 min*

*Le placement d'un service financier complexe : environ 15 minutes*



**Vente  
réabonnement**



**Vente  
produit simple**



**Placement  
Service financier  
complexe**

# Dynamique de l'appel

➤ Conseils pour avoir une voix agréable et conviviale :

- **Intonation**
- **Débit (vitesse)**
- **Intensité (volume)**
- **Articulation**
- **Implication physique**



# Dynamique de l'appel

- Utiliser le temps présent,
- Éviter un vocabulaire professionnel trop technique
- Parler à la bonne vitesse
- Construire des phrases courtes (concises),
- claires et précises
- Ponctuer le discours
- Respirer



# Les étapes de la relation téléphonique

- Accueillir le client
  - **L'image de l'entreprise**
  - **Le sourire**
  - **La disponibilité**
  - **En 10 sec., le client se fait une idée de vous**

- Identifier la demande
  - **Écoute**
  - **Compréhension**
  - **Les questions**
  - **L'intérêt**

- Apporter une réponse appropriée
  - **Produits et services**
  - **Fidélisation**
  - **Satisfaction**

- Prise de congés
  - **Validation de l'entretien**
  - **Conclusion**
  - **Courtoisie**
  - **Suivi de l'appel**

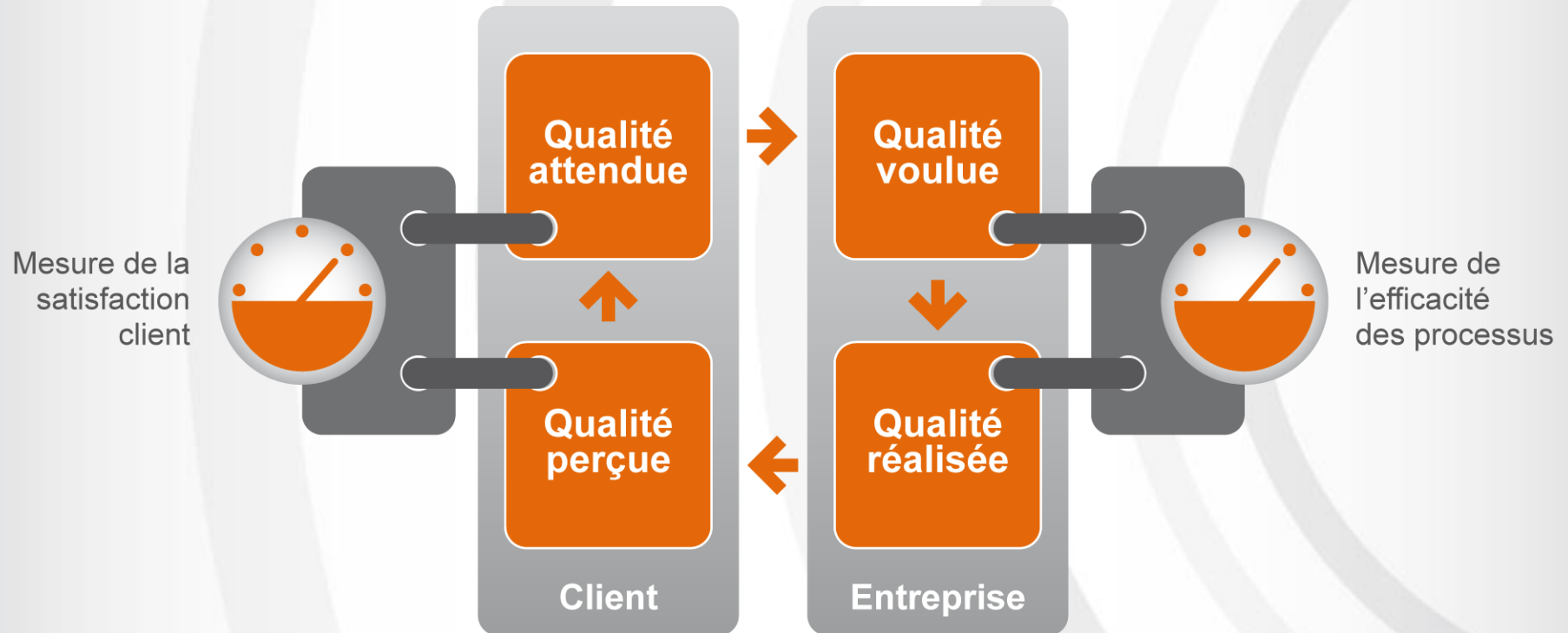


# Le script d'appel se déroule en plusieurs points

- Accueil
- Écoute Active
- Reformulation et diagnostic
- Recherche
- Réponse
- Vérification de la satisfaction client
- Fidélisation et prise de congés

# La qualité de service

## ➤ La qualité de service perçue par le client :



# La qualité de service

➤ Les vecteurs de satisfaction des clients sont :

- **Exactitude de la réponse**
- **Rapidité de la réponse**
- **Personnalisation de l'appel**

➤ Les moyens d'y parvenir :

- **Maîtrise de l'outil téléphonique**
- **Maîtrise de la structure d'appel**
- **Attitudes efficaces**

# La qualité de service

|                          | Démarche gagnante   | Démarche perdante  |
|--------------------------|---|--|
| <b>Attitude</b>          | <p>Convivialité : Sourire / courtoisie / Dynamisme</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adaptation / synchronisation avec le client</li> <li>- Humeur constante</li> <li>- Concentration</li> <li>- Confiance en soi</li> </ul>   | <p>Autorité / Agressivité / empressement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Couper la parole au client</li> <li>- Pas d'implication</li> <li>- Pas de mimétisme (rester pro)</li> <li>- Approximation</li> <li>- Mou / excité</li> <li>- Pas de réassurance de la demande du client / hésitations, (« heu », ...)</li> </ul> |
| <b>Voix</b>              | <p>Clarté du discours -&gt; importance de la voix</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pas d'accent</li> <li>- Débit contrôlé</li> <li>- Ton dynamique</li> <li>- Volume adapté</li> </ul>  | <p>Vocabulaire inadapté :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accent marqué</li> <li>- Débit trop rapide / trop lent</li> <li>- Ton monocorde</li> <li>- Volume inadapté (fort / trop faible)</li> </ul>  |
| <b>Langage</b>           | <p>Registre de vocabulaire -&gt; Clarté du discours</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Précision des mots</li> <li>- Phrases courtes et complètes</li> <li>- Épellation</li> <li>- Validation des éléments d'adresse</li> </ul> | <p>Vocabulaire inadapté -&gt; Approximation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vocabulaire approximatif</li> <li>- Phrases complexes</li> <li>- Choix arbitraires</li> <li>- Flou</li> </ul>   |
| <b>Structure d'appel</b> | <p>Maîtrise de l'appel -&gt; Directivité / Exactitude</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Écoute active</li> <li>- Gestion des blancs</li> <li>- Rapidité</li> </ul>   | <p>Subir l'appel -&gt; Lenteur d'exécution</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Faire répéter le client</li> <li>- Précipitation</li> </ul>  |

# La normalisation d'un appel téléphonique

- Les indicateurs spécifiques
- Les objectifs
- Les situations inacceptables



# Nos engagements NF Service sur le discours

Le discours est noté sur 5 indicateurs spécifiques

- [IS-4] Accueil & Identification
- **Établir un contact clair, compréhensible et agréable.**
  - **Identifier l'interlocuteur. (Avoir le bon interlocuteur)**
  - **Personnaliser l'appel.**

- [IS-5] Découverte des attentes
- **Emission d'appel => Présenter l'objet de l'appel de manière claire et concise.**
  - **Réception d'appel => Le conseiller aide le client à s'exprimer :**
  - **Méthodologie de conduite d'entretien.**
  - **Technique de questionnement.**
  - **Reformulation**

- [IS-6] Pertinence de la réponse
- **L'agent doit réaliser une proposition commerciale adaptée aux**
  - **besoins/demandes du client**



# Indicateurs qualité : Indicateur de Service (I.S.).

Le discours est noté sur 5 indicateurs spécifiques

## ➤ [IS-7] Conclusion du contact

- **L'agent s'assure de la compréhension réciproque des termes de l'entretien, et réalise une synthèse des démarches restant à effectuer**

## ➤ [IS-8] Prise de congé

- **La prise de congé est normée : l'agent prend congé en nommant la marque (respect d'un des verbatim de l'entreprise), de manière contextualisée (le cas échéant), et laisse l'initiative au client de raccrocher.**





# Indicateurs qualité : Situations Inacceptables (S.I.).



- Accueil du Client – IS 4
  - **Le conseiller est manifestement incorrect avec le client**
- Découverte des attentes client – IS 5
  - **Le collaborateur clôture l'entretien sans avoir compris la demande client.**
- Pertinence de la réponse – IS 6
  - **Le client n'obtient pas la réponse à sa demande alors que les informations sont disponibles au niveau du centre de contact.**
  - **Le client est induit en erreur suite à une information manquante ou erronée.**

# Indicateurs qualité : Situations Inacceptables (S.I.).



## Conclusion du Contact – IS 7

- **Le contact aboutit à une compréhension erronée des termes de l'entretien.**



## Prise de Congé – IS 8

- **Le conseiller ne respecte aucun élément de prise de congé et raccroche.**
- **Le conseiller n'exprime pas de remerciement et / ou n'utilise pas de formule type.**
- **Le conseiller est manifestement incorrect avec le client**

# Indicateurs qualité et Evaluation



## Objectifs Qualitatifs :

- [IS-4] Accueil & Identification ==> 95%
- [IS-5] Découverte des attentes ==> 80%
- [IS-6] Pertinence de la réponse ==> 85%
- [IS-7] Conclusion du contact ==> 85%
- [IS-8] Prise de congés ==> 95%

.....

• NOTE MOYENNE ==> 85%



## Objectifs Quantitatifs :

- 3 évaluations managériales à froid par agent et par semaine



**Merci de votre attention**