

Travailler dans le support

Manuel pour les entretiens par téléphone



Objectifs ICT

2.	Saisir, traiter, documenter ou faire suivre de manière exhaustive les demandes du client dans le 1 ^{er} niveau d'assistance
3.	Analyser les demandes du client attribuées au 2 ^{ème} niveau d'assistance, préparer, implémenter, documenter une solution ou faire passer au niveau suivant

Au terme de ce chapitre, je suis capable de ...

Capacité à communiquer	
<input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Connaître les effets de sa propre image et apparence en relation avec le client
<input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Connaître l'influence de la communication verbale ou non, directement envers le client, sur la réussite du travail
<input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Me comporter de manière adéquate avec les clients et l'équipe (capacité à communiquer, capacité à gérer des conflits, aptitude au travail en équipe)

Table des matières

Informations sur le chapitre	1
Références	1
Manuel pour les entretiens par téléphone	2
1. Parler distinctement	2
2. Ne soyez pas ennuyeux.....	2
3. Sourire au téléphone	3
4. Ecoute	3
5. Se rappeler de <i>PSINet</i>	3
6. Servir le client	4
7. Gérer les plaintes	5
8. Attitude et image de soi.....	6
9. Croire en votre produit /service.....	7
10. Un sens de l’humour maîtrisé.....	7
11. La structure d’une « bonne » communication téléphonique.....	7

Informations sur le chapitre

Références



- Traduction d'un document rédigé en anglais par la direction de la société **PSINet** et distribué à tous les collaborateurs concernés de la société



Manuel pour les entretiens par téléphone

En tant que société active dans le service-client, nous nous reposons beaucoup sur l'utilisation du téléphone. Celui-ci peut fortement influencer la qualité de la communication avec le client.

Pour nous, l'élaboration d'une stratégie pour l'emploi correct du téléphone est très importante, car elle nous permet de nous assurer que chaque employé de notre société est bien conscient de l'importance du téléphone et sache exactement ce que nous attendons de lui lorsqu'il utilise le téléphone.

L'employé doit pouvoir réagir immédiatement et de façon adéquate aux demandes de l'appelant. Incompréhensions, demandes d'informations, objections ou problèmes de tous genres qui peuvent faire l'objet d'une lettre sont souvent remplacés par quelques minutes au téléphone et comme les mots défilent rapidement, il est essentiel que tout le processus de la communication téléphonique soit planifié consciencieusement et correctement avant l'appel.

1. Parler distinctement

- *Parler distinctement*
- *Parler à vitesse correcte et avec une tonalité correcte*
La plupart des gens parlent trop rapidement au téléphone. Souvent, le fait de connaître parfaitement le sujet car l'ayant déjà souvent évoqué (ou même « récité ») incitent les gens à en parler à un rythme anormalement élevé, persuadés que l'interlocuteur a le même niveau de connaissance sur le sujet en question. D'un autre côté, il ne faut non plus pas parler trop lentement car le risque est alors que l'interlocuteur s'impatiente et ne vous écoute plus.
- *Prononcer les mots de façon claire.*
- *Soyez résolu mais aussi avenant*
Il faut essayer de parler sur un ton énergique et résolu, mais aussi empreint de chaleur et d'encouragement, par opposition avec un ton de voix lent et monotone avec le risque de ne pas se faire entendre du tout. Le ton judicieusement modulé, qui peut être ajusté à chaque appel selon la situation est à coup sûr l'approche idéale.
- *Analysez votre présentation au téléphone*

2. Ne soyez pas ennuyeux

La lassitude peut survenir rapidement pour la plupart des gens. La même annonce (présentation) entendue à travers un écouteur peut générer facilement et rapidement un état de lassitude.

Il est essentiel d'adopter une touche joyeuse ou de bonne humeur dans vos discussions professionnelles, mais ne faut pas exagérer car il y a le risque de prendre le client pour un naïf. Malgré tout, il est important de pouvoir garder de l'appelant.

La clé pour éviter l'ennui du client au téléphone réside dans la variation du ton employé ainsi que les autres points du point 1.

3. Sourire au téléphone

La relation humaine a beaucoup plus de peine à s'établir par téléphone interposé que par un simple face à face. Par téléphone, beaucoup de paramètres physiques qui pourraient aider à la bonne communication sont tout simplement inexistantes. Nous parlons de sourire au téléphone, alors que celui-ci ne peut pas être vu, car nous devons nous comporter comme si nous étions en train de sourire lorsque nous décrochons le téléphone. La personne qui est au bout du fil ne peut pas nous voir lorsque nous répondons à son appel. L'aspect visuel étant absent, nous pouvons paraître antipathiques alors que si cette personne était en face de nous, les choses se passeraient autrement. Il est reconnu que si nous décrochons le téléphone en souriant, notre interlocuteur sera plus aimable.

4. Ecoute

Au téléphone, votre seul feedback est ce que dit votre client. Vous ne voyez pas l'expression de son visage, comme un front plissé ou un sourire aimable ni sa gestuelle. De même, la personne au bout du fil n'a à disposition que l'écoute pour toute réaction. Le manque de feedback ne doit pas être un handicap majeur. Une personne ayant un minimum d'astuce peut développer une si grande sensibilité aux mots qu'il pourra aisément deviner le sentiment ou le point de vue du client, ceci simplement avec une écoute attentive.

La plupart des personnes qui utilisent fréquemment le téléphone développent une certaine aisance à parler. Ils essaient de créer des impressions avec les mots et leur esprit est constamment impliqué à anticiper sur leur prochaine phrase. Mais attention, un grand parleur n'aura pas forcément plus de succès qu'une autre personne.

Ne soyez pas préoccupé avec ce qu'il faut dire car vous n'aurez pas une bonne écoute et vous parlerez probablement selon votre point de vue ou celui de votre société plutôt que celui de votre client. Il est parfois des situations où le silence est d'or. Vous devez écouter ce que le client a à vous dire. Si vous le faites, alors vous pourrez répondre avec un maximum de pertinence.

Lorsque nous prenons le soin de bien écouter quelqu'un, nous leur faisons savoir que nous les considérons à leur juste valeur et que nous nous préoccupons de leur problème ou leur situation.

5. Se rappeler de PSINet

Nos clients ou futurs clients continuent d'admirer la loyauté et de considérer ce développement de l'entreprise comme un signe de caractère. Notre entreprise est exceptionnelle à plusieurs égards et dans ce cas, mettez-le en évidence. Faites savoir aux clients pourquoi tant de gens préfèrent traiter avec nous plutôt qu'avec la concurrence. Si nous manquons ces occasions, nous perdons une excellente opportunité de convaincre nos clients des bénéfices qu'ils tirent à collaborer avec nous.

Même si vous pensez que le client connaît très bien notre entreprise, n'hésitez pas à réaffirmer sa crédibilité

6. Servir le client

Nous vivons et travaillons dans un marché hautement compétitif. La survie d'une grande entreprise dans les années 90 pourrait bien dépendre de sa capacité de déployer ses services au-delà de la vente initiale. Par conséquent, il est indispensable que nous restions attentifs à la manière avec laquelle nous réagissons au téléphone.

Un service à la clientèle efficace s'appuie sur une bonne communication. Parfois, le simple fait d'appeler un client pour lui transmettre des informations auxquelles il ne s'attendait pas peut être perçu comme une qualité exceptionnelle. Tenez informés les clients de ce qui se déroule dans leur segment de marché. Nos entreprises-clients ne devraient jamais, au grand jamais, être obligées de nous appeler pour obtenir des informations importantes pour elles. Nous devrions toujours rester en contact pour mettre au courant nos clients. Puisqu'il y a souvent très peu de différences entre les produits concurrents sur le marché, finalement, c'est la qualité du service qui assure la pérennité de nos relations commerciales.

Par la suite, tout contact téléphonique devrait être l'occasion de vanter la qualité de PSINet au cas où le client l'aurait oublié.

Les contacts téléphoniques peuvent venir de part et d'autre. Peu importe qui appelle en premier, si un client a un problème, nous devons le savoir. Nous souhaitons qu'il nous appelle. Cependant lorsqu'il s'agit de transmettre des informations et des mises à jour au client, nous devons de les leur communiquer au plus vite, et c'est à nous de le faire.

Lorsqu'un client nous appelle et nous fait part d'une difficulté, nous devons faire une première analyse de la situation, en prendre en compte tous les aspects, même subjectifs, qui caractérisent le problème de fond. Commencez par demander au client s'il veut bien répondre à quelques questions, tout en restant constructif et positif. Cette façon de faire comporte plusieurs avantages :

- Elle démontre notre professionnalisme et notre efficacité.
- Elle diminue le degré de tension qui pourrait être généré par la difficulté.
- Cela favorise la transmission d'informations utiles pour démarrer le travail de résolution du problème.
- Elle conforte le client dans l'idée que lorsqu'un problème surgit, il peut toujours compter sur nous.

Au final, le client gagne et c'est ce qui compte.

Nous retenons cinq points principaux dans le cadre de notre service clientèle :

- a) Faire en sorte que le client se sente à l'aise dans l'échange téléphonique avec nous.
- b) Si vous prenez un appel à la place du répondant habituel, indiquez-le clairement. Demandez le nom de l'entreprise du client, le numéro de téléphone ainsi que le numéro interne auquel on peut le joindre plus tard. N'oubliez pas de laisser un message au répondant habituel indiquant la date et l'heure de l'appel. Indiquez également si le client souhaite être rappelé.
- c) Gérez l'appel avec tact et efficacité. Ne le faites pas passer par tous les départements ! Un appel bien traité ne laisse aucune place au hasard et aux imprévus. Cela exige une organisation sans faille.

- d) Ne faites pas attendre le client. S'il doit rester en ligne pendant que vous recherchez un renseignement, rappelez-lui régulièrement que nous ne l'avons pas laissé tomber. En général il vaut mieux prendre ses coordonnées et le rappeler plus tard, vous ou quelqu'un d'autre.
- e) Faites savoir au client que vous êtes facilement atteignable. On reproche souvent aux entreprises d'être très intéressées par la vente d'un système, mais moins par le service après-vente. Est-ce le cas ? Il est ridicule d'embêter un client en lui infligeant une série de tracasseries alors qu'il ne souhaite que de faire affaire avec nous.

Nous devons développer une image qui démontre que nous nous préoccupons de nos clients.

La partie 11 « Structure d'une communication téléphonique » vient étayer le contenu de la présente partie.

Être accessible signifie être chaleureux et à l'écoute lorsqu'un client nous appelle, ainsi qu'être positif et prêt à répondre lorsque nous l'appelons. Nous ne devons jamais donner l'impression de travailler en isolement ou d'être dérangés par un appel. Chaque fois que le téléphone sonne, un client peut tirer profit de notre diligence.

7. Gérer les plaintes

Quel que soit notre professionnalisme dans nos affaires, tôt ou tard la loi des probabilités fait que nous devrons affronter un client insatisfait au téléphone. La question n'est pas de savoir d'où vient la faute. Il ne s'agit pas d'avoir raison. Ce qui est important, c'est le sentiment du client après nous avoir parlé. Les mots-clés sont : tact, politesse et respect.

On peut s'attendre à ce qu'un client qui appelle soit fâché, par conséquent notre premier devoir est de le calmer. D'abord, écoutez et montrez de la compréhension, exprimez vos regrets par rapport au problème, expliquez que vous vous sentez concerné et que vous voulez trouver une solution. La chose la plus importante c'est qu'une fois que le client sait que vous vous préoccupez de lui, que vous n'allez pas vous mettre contre lui, mais au contraire l'aider, et bien, il va se détendre. Après tout, il est difficile de se fâcher très fort contre quelqu'un qui est de toute évidence de votre côté !

La seconde étape dans la gestion d'une plainte est la compréhension des faits.

Cela paraît simple, mais parfois pour extraire les faits précis d'un client embrouillé et fâché, il faut y passer du temps. Le premier éclat de colère ne donne en toute probabilité qu'un petit quart des informations nécessaires pour agir dans leur intérêt.

Ainsi naturellement, la troisième et sans doute la plus importante étape est de poser toutes les bonnes questions pour identifier le problème rapidement.

N'omettez pas de prendre des notes pendant votre conversation.

Si vous ne pouvez pas résoudre le problème dans l'immédiat, prenez son numéro et convenez d'un moment pour le rappeler. Rappelez TOUJOURS le client au moment convenu, que vous ayez la réponse ou pas. N'oubliez pas que, plus longtemps la plainte reste non-résolue, plus le client va s'énerver, à moins qu'il n'ait votre parole que son problème est traité.

Souvenez-vous que le client ne s'attend pas forcément à ce que l'on puisse résoudre son problème immédiatement.

Si vous appliquez ces règles avec une attention courtoise agrémentée d'un suivi logique, vous aurez des clients satisfaits. Ceci va favoriser les affaires parce qu'un client qui sait que ses problèmes seront résolus rapidement et efficacement se rend compte que, quand les choses ne marchent pas (ce qui doit arriver un jour), il peut être certain que PSINet fera l'impossible pour résoudre le problème.

Chaque personne qui répond au téléphone, quel que soit son département, devrait être formée correctement pour pouvoir traiter un problème par téléphone.

Si, la première fois qu'un client appelle avec un problème ou une plainte, nous ne le traitons pas convenablement, il n'y aura peut-être pas de seconde chance.

8. Attitude et image de soi

Une bonne image de soi nous permettra d'avoir du succès au téléphone. En fait, tous les gens qui réussissent en cultivent une. Ils croient en eux-mêmes, et c'est ce qu'il y a de plus important. Ceci est encore plus vrai au téléphone parce que vous ne pouvez pas vous attendre à ce que le client ait confiance en vous, si vous ne croyez pas en vos propres possibilités.

Les vibrations positives peuvent voyager des milliers de kilomètres pour arriver à votre interlocuteur. Votre enthousiasme et votre conviction se feront sentir par téléphone aussi clairement que si vous étiez assis en face du client. Il n'y a pas de doute que rien n'est aussi contagieux que l'enthousiasme. Une voix terne éteinte, monotone et manquant d'enthousiasme cause l'ennui dès le début de l'appel. **L'enthousiasme par téléphone met en relief votre confiance en vous, votre société et votre produit ou service.**

Et si par hasard vous n'avez pas une bonne image de vous, comment l'obtenir ?

Si vous devez expliquer à quelqu'un comment fonctionne votre département, assurez-vous d'abord de le connaître vous-même. Après tout, il est difficile d'avoir une bonne opinion de vous-même ou de votre département si vous ne savez pas de quoi vous parlez. Il est difficile d'être sûr et plein d'enthousiasme si vous ne pouvez pas dire clairement au client ce que l'on peut faire au sujet de son problème. Il y aura sûrement des questions à poser et des recherches à faire pour arriver à connaître votre travail à la perfection.

Il ne devrait pas y avoir beaucoup de questions que le client pourrait poser auxquelles vous n'arrivez pas à répondre, ou tout au moins, que vous transférez à quelqu'un de plus qualifié pour y répondre.

Votre image personnelle et votre attitude adéquate dépendent également en grande partie de votre disponibilité au bout du fil, tant pour faire que recevoir des téléphones. Il ne suffit pas de se créer une fausse assurance. Une image de soi réussie dépend de la préparation : la préparation pour s'exprimer avec efficacité, pour écouter attentivement, pour ne pas être ennuyeux, etc.

Votre propre image personnelle peut se développer si vous connaissez bien votre travail et ce que le client veut, d'une manière objective et subjective.

Il est possible de changer votre image personnelle très rapidement, passant d'une image à peu près correcte à une image très efficace. Et ceci ne dépend que de vous.

9. Croire en votre produit /service

L'enthousiasme pour votre service ou produit se transmet aisément par téléphone. Souvenez-vous que si vous avez la moindre hésitation à parler de la qualité ou de l'efficacité de votre produit, le client ou client potentiel perdra confiance et, par un seul téléphone, il deviendra peu probable qu'il prenne une décision en notre faveur.

Vous pouvez sans doute envisager une situation où vos mots sont hésitants, lents et négatifs. Notre client écoute attentivement pour voir quelle est notre réaction quand il pose une question ou affirme quelque chose à notre sujet. Notre approche du client et de son problème est la réponse de PSINet, pas seulement la nôtre. Par conséquent, l'opinion que nous avons de notre produit peut rapidement être interprétée par le client comme un reflet de notre compagnie.

De la même manière qu'un coureur automobile doit avoir confiance dans sa voiture, et un agent d'assurance dans sa police, nous devons être convaincus de la qualité du département que nous représentons dans notre entreprise.

Posez-vous la question « Si j'étais le client, est-ce que j'achèterais ce produit ou ce service ? » Si vous n'y croyez pas, pourquoi est-ce que quelqu'un d'autre le ferait ?

10. Un sens de l'humour maîtrisé

Riez, et le monde rit avec vous, pleurez et vous pleurerez seul... Bien évidemment, il faut user de l'humour avec prudence. Au bon moment, une touche d'humour est convenable. Elle peut rendre vivante une conversation ennuyeuse. Elle peut être apaisante, et peut aussi rendre agréables les tractations d'affaires, et bien sûr les clients veulent prendre plaisir à faire des affaires avec nous. Au bon moment, la bonne touche d'humour peut avoir un effet brise-glace très efficace.

Mais soyez prudent et discret, soyez sensible à la personnalité de votre interlocuteur. Certains sont bien déterminés à ne pas rire et préfèrent avoir un ulcère. L'humour peut avoir l'effet inverse de ce que nous espérons, mais, comme sourire au téléphone, être sympathique et amusant peut créer une atmosphère dans laquelle tout peut être discuté et les « décisions » semblent plus aisément acceptables.

11. La structure d'une « bonne » communication téléphonique

Voici quelques rappels simples pour rendre l'usage du téléphone efficace et positif :

a) Répondez rapidement

Plus de trois sonneries peuvent sembler un long moment à l'appelant.

b) Le bon accueil

Ne dites jamais, jamais simplement « Allo ». « Bonjour » donne la bonne impression d'intérêt, suivi par votre nom et / ou département. Tout ceci est très flexible, mais devrait donner quelque chose comme « Bonjour, Anne Jones, fournitures ».

c) L'argot

Donnez l'impression d'efficacité et de « classe » dont la compagnie a besoin quand vous parlez aux clients. Evitez l'argot comme la peste. La manière dont nous parlons au téléphone et celle dont nous parlons à des amis peut être différente, mais la première requiert un très haut niveau de langage.

d) Soyez bref, mais précis et plaisant.

Soyez bref, mais non brusque. Soyez précis jusqu'à vous assurer que le contexte de l'appel est clair pour les deux interlocuteurs. Demandez toujours le nom de l'appelant, et utilisez-le quand vous l'avez. Evitez des phrases du style « C'est qui ? », « Madame qui ? », « Désolé, rappelez plus tard » ... Remplacez-les par des phrases de demande polie comme « Aimeriez-vous parler à M. Brian Smith à ce numéro ? » ou « Je suis désolé, mais Brian Jones est en réunion. Puis-je prendre votre numéro et lui dire de vous appeler plus tard ? »

Une longue liste de futilités ou une approche trop abrupte donnent toutes deux la mauvaise impression. Estimer la bonne longueur d'un appel téléphonique est tout l'art d'une bonne communication, et une telle estimation ne vient qu'avec l'exercice et la réflexion.

e) Transférer les appels

La règle d'or est : ne transférez les appels qu'en cas d'absolue nécessité. Parfois, ceci peut être très difficile. Si vous répondez à quelqu'un en quête d'une personne ou d'un département, ou d'une aide à l'intérieur de notre organisation, traitez-le avec bon sens. C'est-à-dire, découvrez exactement ce dont il a besoin, faites-le attendre si nécessaire et essayez de trouver le département ou la personne qu'il demande. Dites « Puis-je vous demander d'attendre quelques instants pendant que je vois avec le département que vous requérez ? » Dites à la personne de PSINet qui prend l'appel transféré quel est le nom de l'appelant et ce qu'il veut. Ne transférez les appels que s'il y a une bonne chance que l'appelant y trouve ce qu'il demande.

Une fois que vous avez arrangé un transfert d'appel, il se peut que vous l'oubliez, mais l'appelant pourrait bien se trouver baladé d'un téléphone à l'autre dans la compagnie. C'est l'une des plaintes les plus communes des clients à propos du système téléphonique.

f) Le téléphone interne

La nécessité d'une bonne communication téléphonique et d'excellentes manières est aussi importante quand nous téléphonons en interne que quand nous appelons l'extérieur de la compagnie.

g) C'est la pause

Ne soyez pas pris en train de manger, boire ou fumer quand vous parlez au téléphone. Entendre quelqu'un mâcher des chips est comme entendre une mitrailleuse. Il vaut mieux attendre que la communication soit terminée avant d'envisager de boire ou manger.

Des rires et des discussions en arrière-plan peuvent créer une atmosphère non professionnelle, particulièrement si vous discutez d'un problème.

h) Faux numéro

Le risque d'obtenir un faux numéro souligne la nécessité d'une méthode standard de présentation personnelle. Si un appel vous est transmis par erreur, il faut se rappeler que l'intrusion n'est pas intentionnelle, et que c'est probablement aussi irritant pour l'appelant que pour vous. Une redirection courtoise de l'appel est de rigueur.

i) Finalement

Efforcez-vous de toujours laisser l'appelant **dans un bon état d'esprit** suite à sa conversation avec vous. La compagnie a besoin de toute la bienveillance qu'elle peut avoir entre ses différents départements, et entre les clients internes et externes.

Satisfaire au besoin de l'appelant est une chose, lui donner de la satisfaction subjective et **le faire se sentir bien** est tout aussi important mais demande de tout autres critères.



Bien user du téléphone signifie tout autre chose qu'être capable de prendre le récepteur et dire « allo ». Les transactions de notre entreprise demandent un usage considérable du téléphone, et la façon dont nous procédons est cruciale pour notre succès.

Alors, veuillez vous en souvenir la prochaine fois que vous décrochez le téléphone. Et n'oubliez pas de sourire !



Traduction par les enseignants du CIFOM-ET :

Daniela Livingston, Anouck Matthey, Véronique Zulli, John Kidner & Mario Agostini