

## L'ACCUEIL DE PERSONNE À PERSONNE



## L'ACCUEIL DE PERSONNE À PERSONNE

---

### Outil du Programme Qualité

*Basé sur l'outil : L'accueil plaisir de PB-RH*



## L'ACCUEIL

L'image de l'entreprise est véhiculée non seulement par sa publicité, ses produits et services, ses installations, mais aussi par sa manière de répondre au téléphone et d'accueillir les gens qui se présentent à sa porte. L'accueil de personne à personne ou téléphonique représente souvent le premier contact d'un client actuel ou potentiel, d'un partenaire ou d'un fournisseur avec l'entreprise. Or, on ne réalise pas toujours l'importance stratégique de ces postes et on évalue mal l'impact d'un mauvais service donné.

Les personnes côtoyant régulièrement l'entreprise ne remarquent peut-être plus l'ambiance lourde des lieux, le désordre et l'absence de sourire de la personne à l'accueil, mais les nouveaux venus, eux, le constatent et peuvent choisir de faire appel à quelqu'un d'autre. L'accueil de personne à personne ne concerne pas seulement le ou la réceptionniste, mais l'ensemble de l'entreprise. Chaque individu peut contribuer à faire en sorte que le client se sente le bienvenu par un simple bonjour et un sourire ou en tenant son bureau propre, en proposant son aide ou en posant de simples gestes de courtoisie. Bien entendu, cette règle vaut aussi pour un partenaire, un fournisseur, un stagiaire, un livreur, un visiteur, un représentant, etc. non seulement par respect pour eux, mais aussi parce qu'ils peuvent devenir, dans l'avenir, un client et ils se souviendront de l'accueil reçu antérieurement.



Accueillez les gens dans votre entreprise comme vous aimeriez être accueilli. C'est une question de gros bon sens. Surprenez-les agréablement par un accueil digne de ce nom.

## LA PLANIFICATION DE L'ACCUEIL

### Soyez prévenant

Assurez-vous que vos clients sachent où sont situés vos bureaux. Simplifiez leur venue : avant une rencontre, envoyez, si besoin, un plan indiquant le meilleur itinéraire, les places de stationnement disponibles et les moyens de transport en commun les plus appropriés. Assurez-vous que la première personne qu'ils vont rencontrer en arrivant sera quelqu'un d'accueillant et non un gardien à l'air sévère. Veillez à ce que le logo de votre entreprise soit visible à l'extérieur du bâtiment ou à l'entrée et que la personne puisse identifier rapidement où se diriger. Les panneaux indicateurs doivent être clairs. Ainsi, vous diminuez le risque que le client arrive en retard et stressé.



### Aménagez le lieu

Si vous recevez un groupe ou une personne particulière, installez un panneau à l'entrée lui souhaitant la bienvenue. Prévoyez un endroit où le client pourra déposer son manteau et tout objet encombrant. Assurez-vous que le lieu d'attente et d'accueil soit

propre, chaleureux et agréable. Les fauteuils ou chaises mises à la disposition des clients ne doivent être ni trop bas, ni trop vieux, ni trop beaux ou luxueux pour ne pas créer une fausse impression de richesse, de malpropreté ou d'inconfort.

Mettez un peu de couleurs dans vos couloirs, préférez les véritables plantes et fleurs à celles artificielles, identifiez les bureaux (nom et poste), offrez, sur un comptoir, un contenant de friandises dont vous renouvelerez le contenu régulièrement. Rendez l'endroit convivial. Visitez des concurrents ou des entreprises complémentaires afin de dénicher des idées d'accueil, d'aménagement, de communication, de techniques de vente ou de services. Mettez, à la disposition des gens, de l'information sur l'entreprise sous forme de dépliants, maquettes, projection vidéos, produits en vente, etc. Vous pouvez aussi installer un téléphone dans un coin tranquille, des journaux ou des magazines récents.

## LA COURTOISIE

### Concentrez-vous sur le client



Le client mérite toute votre attention. Dès qu'il arrive, concentrez-vous sur lui. Cessez votre conversation avec un collègue ou votre activité. Il est en effet irritant de voir un préposé à l'accueil continuer de taper sur un clavier quand cela n'est pas en lien avec l'information demandée ou discuter avec un collègue alors que l'on attend au comptoir. Établissez un contact visuel avec le client et proposez-lui votre aide. Si cela est possible, assurez-vous que quelqu'un

d'autre prend les appels lorsque vous accueillez quelqu'un. Il est plus facile d'offrir un bon service lorsque le préposé aux appels n'est pas le même que celui qui s'occupe de l'accueil.

### Soyez discret

Ne discutez pas des problèmes internes devant un client. Ne montrez jamais votre frustration causée par un incident qui ne regarde en rien le client. Il n'a pas à payer le prix d'une mauvaise gestion de personnel ou d'une mésentente entre employés. Si un problème survient, soyez discret. Dans la mesure du possible, le client ne doit pas s'en rendre compte!

### Soyez courtois

Lorsqu'un client se présente à votre entreprise, évitez les phrases impersonnelles, froides et désagréables telles que :

- ü Vous êtes... ? ou Monsieur comment...?
- ü Vous avez rendez-vous? ou C'est pour quoi?
- ü Mme XYZ n'est pas là! ou Je n'ai pas vu Mme XYZ rentrer de dîner.
- ü Vous pouvez patienter?
- ü Vous savez où c'est?



- ü M. XYZ est très occupé, vous savez!
- ü Il y a une cabine dehors pour téléphoner.
- ü Vous avez rempli le formulaire?
- ü C'est difficile de trouver un stationnement ici.
- ü Je ne suis pas un bureau de renseignements.
- ü Ici, c'est l'accueil, je ne connais pas tout le monde.
- ü Ce n'est pas de ma faute.
- ü C'est écrit sur le panneau, vous ne savez pas lire?
- ü On est débordé aujourd'hui.
- ü On s'en occupe.

Utilisez plutôt des phrases courtoises qui mettent en confiance et prononcez-les avec sincérité :

- ü Bienvenue chez l'entreprise ABC. Je préviens Mme XYZ de votre arrivée. Puis-je connaître votre nom et celui de votre entreprise?
- ü Puis-je connaître l'heure à laquelle vous aviez rendez-vous?
- ü Pourriez-vous me répéter votre nom s'il vous plaît?
- ü M. XYZ n'est pas à son bureau en ce moment, mais je continue mes recherches.
- ü Je suis désolé de cette attente. Vous est-il possible de patienter encore quelques instants?
- ü Je crains qu'il n'ait quelques minutes de retard. Vous est-il possible de l'attendre un peu?
- ü Connaissez-vous le chemin pour vous rendre au bureau de M. XYZ?
- ü Mme XYZ est encore en réunion. J'ignore combien de temps la rencontre va se prolonger. Vous est-il possible de l'attendre un peu. Désirez-vous un café ou une autre boisson?
- ü Puis-je connaître le motif de votre visite?
- ü Nous n'avons malheureusement pas de téléphone à la disposition des visiteurs. Est-ce très urgent?
- ü J'ai pris bonne note de votre message, vous pouvez compter sur moi.
- ü Je suis désolé d'apprendre que vous avez eu de la difficulté à trouver une place de stationnement. La prochaine fois, n'hésitez pas à nous téléphoner pour que nous vous conseillions ou vous réservions une place.
- ü Je n'ai pas cette information, mais si vous me laissez quelques instants, je peux vérifier auprès de M. XYZ.
- ü Il m'est impossible de retenir par cœur les coordonnées de tous nos partenaires, mais si vous m'accorder quelques instants, je vais faire les vérifications nécessaires.
- ü Je suis à vous dans un instant.
- ü Au revoir, passez une belle journée.



### **Facilitez l'attente**

Ne laissez jamais attendre quelqu'un au comptoir sans établir un contact visuel et lui signifier que vous serez à son service dans quelques secondes. Utilisez des phrases telles que :

- ü Je suis à vous dans un instant.

- ü Je vous prépare le document dont vous avez besoin pour aller au comptoir de réservation.
- ü Le responsable arrive dans un instant.

Le niveau de satisfaction des clients est souvent influencé par le temps et les conditions d'attente. Rappelez-vous que son temps est aussi précieux que le vôtre. Aussi, observez ces quelques règles élémentaires :

1. Dans la mesure du possible, indiquez au client le temps d'attente et demandez-lui s'il désire patienter ou revenir plus tard. Ne lui donnez pas un délai irréaliste pour lui faire plaisir ou calmer sa frustration. L'attente ne ferait qu'augmenter son insatisfaction.
  - ü Mme XYZ a été retenue et demande s'il vous est possible de l'attendre une quinzaine de minutes.
  - ü Je peux vous obtenir une place dans vingt minutes. Désirez-vous patienter ou préférez-vous revenir plus tard?
  - ü Je suis à vous dans moins de 10 minutes.
2. Soyez patient tant dans vos mots, vos gestes que dans votre attitude face à un client. Rien n'est plus désagréable et stressant pour un client qu'un employé trop pressé, qui regarde sa montre, reste impatientement à ses côtés pendant qu'il consulte le menu, termine ses phrases à sa place pour accélérer la discussion et fait allusion à ses contraintes d'horaire.
3. Lorsqu'il y a une file d'attente, faites tout ce qui est en votre pouvoir pour augmenter la rapidité de réponse. Il est en effet très irritant, pour un client qui attend, de constater que l'employé ne semble nullement vouloir accélérer les choses et prend même le temps de discuter avec ses collègues.
4. Dans un même ordre d'idée, ne faites pas attendre des clients au comptoir où ne travaille qu'un seul collègue alors que les autres discutent entre eux ou prennent une pause.



### **Soyez attentionné**

Donnez des indications claires quant au chemin à prendre pour se rendre à un bureau ou une salle. Annoncez rapidement le visiteur à votre collègue chez qui il se rend avant d'exécuter les consignes de sécurité (cocarde, passe, carte magnétique, etc.). Ayez toujours à portée de main une liste récente des noms et numéros de téléphone de vos collègues (employés, patrons, bénévoles, partenaires) ainsi que les coordonnées les plus utiles (taxis, gares, aéroports, entreprises de location de voitures, compagnies aériennes, buanderies, nettoyeurs, ambulanciers, pompiers, Info-Santé, Centre anti-poison, etc.).

Assurez-vous que le client soit toujours servi avec efficacité et dans des délais raisonnables malgré l'absence de certains collègues. Adaptez-vous à votre clientèle non seulement dans votre vocabulaire, mais aussi dans vos gestes. Aussi, ne

laissez pas une personne âgée attendre debout, proposez-lui un siège. Mettez-vous à la hauteur des enfants qui vous demandent un service.

## LES SITUATIONS DÉLICATES

### Désamorcez la colère d'un client



Lorsqu'un client vient exprimer son insatisfaction, il souhaite une amélioration ou un dédommagement, mais n'est guère convaincu que l'entreprise va réellement prêter attention à sa réclamation. Il se peut que son ton soit élevé, que les mots ne soient pas tendres et qu'il se montre désagréable, mais n'oubliez pas qu'il demeure un client.

Une personne en colère a généralement besoin d'exprimer son insatisfaction. Désamorcez cette colère avant d'entreprendre la résolution du problème. Pour ce faire, il est important :

- ü D'écouter attentivement ses propos sans l'interrompre. Permettez-lui de ventiler sa frustration, de s'exprimer.
- ü De rester calme. La tension peut être palpable, maîtrisez-vous. Prenez du recul, une distance face à cette « crise ». C'est le service reçu qui est mis en cause, pas vous en tant qu'individu.
- ü De parler lentement et bas pour encourager votre interlocuteur à en faire de même. Si le ton monte ou que le client est désagréable, n'hésitez pas à le faire passer dans un bureau fermé afin qu'il ne dérange pas ou n'influence pas d'autres clients qui n'ont pas à subir cette situation.
- ü De prendre en note ses propos, de vous montrer intéressé. Hocher la tête de temps à autre pour lui montrer que vous êtes attentif à ce qu'il dit. Approuvez-le dans la mesure du possible. Récapitulez pour être certain d'avoir bien saisi l'essence de ses propos.
- ü De vous montrer respectueux.
- ü De lui présenter vos excuses de manière sincère et crédible au nom de l'entreprise.
- ü De lui demander poliment ce qu'il attend de la part de l'entreprise et de vous.
- ü De valider avec lui le moyen avec lequel vous allez traiter sa demande.



Évitez de :

- ü Tenter d'anticiper ou pire, d'exprimer à sa place ses doléances.
- ü Contester ou de nier les faits, ça ne ferait qu'augmenter l'insatisfaction du client.
- ü Demander à votre client de vous excuser de votre incompétence ou du fait que l'on ne vous a jamais appris à exécuter une tâche.
- ü Insinuer au client que ce qui arrive est de sa faute. Vous le vexerez et empêcherez toute ouverture de sa part.
- ü L'interrompre, l'empêcher d'exprimer l'ensemble de ses arguments, ses besoins, ses humeurs, etc.
- ü Utiliser des termes, des codes, des abréviations, des sigles que le client ne peut comprendre.
- ü Plaisanter à propos d'une situation que le client prend très au sérieux, manquer de respect, faire fi des règles de politesse, critiquer un concurrent.

- ü Transférer inutilement une demande qui vous est adressée à un collègue, lui faire porter la responsabilité d'un incident ou d'un problème. Critiquer un collègue au su du client.
- ü Banaliser le problème, exprimer ou indiquer au client qu'il survient fréquemment.

### **Intervenez rapidement**

Un individu insatisfait parle à entre 10 et 20 personnes du mauvais service reçu. Il faut donc intervenir rapidement. Agir rapidement signifie :

- ü Écouter et recevoir tout de suite sa plainte.
- ü Le mettre immédiatement en contact avec la personne qui peut l'aider.
- ü Prendre dès maintenant des moyens pour que l'erreur ne survienne pas de nouveau.
- ü Mener une enquête.
- ü Résoudre le problème aussi tôt que possible.



Essayez de vous mettre à sa place pour mieux le comprendre. Montrez-lui que vous êtes de son côté. Essayez de faire pour lui une petite action, lui offrir un petit quelque chose qu'il appréciera et démontrera votre volonté de le satisfaire.

### **Sachez dire non**

Il peut arriver que des clients tentent d'abuser de la patience et de la confiance de votre entreprise. Si vous constatez, après vérification, que la demande d'un client n'est pas justifiée ou qu'il essaie de profiter d'une situation, sachez dire non et faites-lui comprendre qu'il dépasse les bornes.

S'il est impossible de satisfaire une demande d'un client, prévenez le client :

- ü Soyez positif, expliquez au client ce que vous pouvez faire pour lui et minimisez ce que vous ne pouvez pas faire.
- ü Concentrez-vous sur les faits.
- ü Indiquez les raisons vous empêchant d'acquiescer à sa demande (règlements de l'entreprise, consignes, légitimité, etc.) et efforcez-vous de lui suggérer une alternative.
- ü Dites-lui combien vous appréciez sa franchise.
- ü Ayez, dans la mesure du possible, une attention particulière à son égard.
- ü Donnez-lui l'assurance que tout sera entrepris pour qu'un tel problème ne se reproduise pas, remerciez-le de l'aide qu'il apporte en faisant part de ce problème.