

Attitude et procédure pour répondre efficacement aux réclamations de vos clients

Votre attitude	la procédure
<p>Du courage vous n'en manquez pas, montrez-le. Ne déléguiez jamais cette fonction Acceptez la responsabilité des faits. L'enjeu est de taille : l'image et la crédibilité de votre entreprise Préparez vous psychologiquement. Rassurez-vous l'infailibilité n'existe pas.</p> <p>Votre détermination à régler le problème rapidement apportera satisfaction à votre client Adoptez la méthode de l'édredon. Face une personne furieuse imaginez un édredon ou un oreiller que vous serrez contre votre poitrine pour amortir les coups. Il fera office de punching-ball. De cette façon vous amortissez mentalement les coups de votre client Adoptez une attitude d'empathie. Soyez sincèrement désolé</p>	<p>Prise de contact immédiat avec votre client.</p> <p>Préparer les questions à lui poser, préparation indispensable pour comprendre, analyser à froid et ne rien oublier</p> <p>Si possible avoir un rendez vous physique avec lui.</p> <p>Laisser votre client s'exprimer le premier. Laisser-le se libérer de sa colère, de sa peur, de son doute, de sa déception, sa rancœur envers vous. Cette étape est essentielle si vous voulez l'intégrer ensuite dans la résolution du problème « je comprends que vous puissiez penser ceci et j'en suis désolé »</p>
Les causes	Les causes
<p>N'incriminez jamais une autre personne, salarié, collègue etc. Préférez- le « nous ». Mais lorsque vous vous engagez faites-le à titre personnel « je »</p>	<p>Comprendre les faits « racontez-moi avec précision ce qui s'est passé » Identifier le problème « je comprends votre déception et quel problème cela a occasionné pour vous ? »</p>
Les conséquences	Les conséquences
<p>Aidez votre client à percevoir le problème dans sa globalité et non pas par une seule facette (un problème peut en cacher un autre)</p> <p>A cette étape n'évoquez pas encore votre solution à son problème car il va associer son problème (qui n'est pas encore réglé) à votre produit dont il est mécontent</p>	<p>Etablir un diagnostic : « Pourquoi cela est-il arrivé ? » « Comment expliquez-vous cette situation ? » « quelle conséquence cela a t il eu sur votre situation actuelle ? »</p> <p>Quels ont été les préjudices pour vous ?</p>
Proposition de solutions	Proposition de solutions
<p>Adoptez une attitude positive. Posez des questions positives constructives et utiles qui amènent à la résolution du problème</p> <p>Accompagnez-le dans sa recherche de solutions.</p>	<p>Posez des questions ouvertes sur ses besoins et sur l'objectif de son achat « qu'espérez-vous de ce produit ? » « qu'en attendez-vous ? « peut-être va-t-il vous faire des révélations</p> <p>Notez que ces questions devaient être posées lors 1er du rendez-vous, le rendez-vous « découverte ».</p>
La solution	La solution
<p>Mettez en avant les bénéfices de votre produit</p> <p>Profitez en pour instaurer à nouveau un climat de confiance. Ne faites pas de sur promesse ! Reformuler avec votre client la définition de ses besoins et de ses désirs et mettez cette définition en adéquation avec les bénéfices de votre produit,</p> <p>Ne parlez plus de problème il est déjà loin !</p> <p>Appréciez l'effort que votre client fait pour améliorer la situation " Je vous remercie de votre compréhension" ou bien " Je vous remercie de votre aide à trouver une solution"</p>	<p>Valoriser votre produit</p> <p>« Dans la mesure où vous attendez tel bénéfice de mon produit, cette gamme de produit présente tout les avantages que vous en attendez » (énumérer les avantages). Qu'en pensez-vous ? »</p> <p>Proposez toujours 2 solutions, il lui sera plus difficile de refuser l'une d'entre elle Les 2 solutions présentées doivent être acceptables pour les 2 parties Le faire adhérer à l'une d'elle</p>
Le suivi	Le suivi
<p>Restez en contact pour montrer que vous continuez à être attentif.</p>	<p>Tenir informé le client sur le suivi en interne de la réclamation. Faites un geste commercial pour la gêne occasionnée</p>