

# **Exceller en service à la clientèle...**

Méthode éprouvée pour vous distinguer de vos concurrents et être reconnue pour l'excellence de vos communications avec vos clients... mêmes les plus exigeants.

# Comment on va procéder

1. Je vous présente le tout
2. Discussion
3. Wiki pour gérer la complexité

Rappel: Il n'y a pas de recette magique pour un service à la clientèle d'excellence.  
C'est un travail d'équipe qui demande de la cohésion et un peu de folie

## Présentation Daniel Gauthier – mise en garde

- Je ne pratique pas tout ce que je prêche...
- Je suis (un peu) passé date
- Je n'ai pas un nom d'avatar très significatif (shrdlu)
- Depuis que je suis sur le web (1994), je place du matériel et j'occupe un espace de plus en plus personnalisé et à portée humanitaire
- Je connais beaucoup de monde dans plusieurs milieu
- Par conséquent, je me suffit à moi-même
- Pour demeurer à l'avant-garde avec les nouvelles technologies, je m'entourre de personnes et de projets qui vont au delà de mes rêves les plus fous

# Service client

Le tout c'est

- Définition
  - Satisfaire une demande
  - Le travailleur du 21<sup>ème</sup> siècle
- Modèle(s)
  - Centre de contact
  - UX
- Trucs/astuces (Comment « être en service » contact-client)
  - Comment annoncer une mauvaise nouvelle
  - Comment désamorcer une situation explosive (Situation délicate)

# Définition

**Qu'est-ce qu'une excellente expérience de gestion de la relation client (CRM)?**

**Satisfaire les besoins vs répondre à une demande**

- Le paysage du CRM est organique, en mouvement, en transformation.
- Les individus, les groupes, les entreprises changent rapidement et se doivent de rester en contact direct avec les experts.
- Recevoir un service personnalisé demeure la clé de l'excellence.
- Vivre une expérience client positive, qui a de la valeur, de la « plus-value ». Le service doit être simple, continue, rapide et uniforme sur toutes les plateformes.

# Ma théorie sur les travailleurs de demain

- Selon les écrits de Robert F. Reich  
« Reich divides **American jobs into three broad categories** for assessing their contribution to new the global economy. These are -1- "**symbolic-analytic**" services, routine production services, and "in-person" services. The first of these is carried out by what Reich calls "symbolic analysts" engineers, attorneys, scientists, professors, executives, journalists, consultants and other "**mind workers**" who engage in processing information and symbols for a living. These individuals, which make up roughly **twenty percent of the labor force, occupy a privileged position in that they can sell their services in the global economy**. They are well-educated and will occupy an even more advantageous position in society in the future.  
**-2- Routine production** workers and **-3- in-person service workers** will fare much worse in the new economy, according to Reich. Routine production workers include those who perform repetitive tasks — assembly line workers, data processors, foremen, and supervisors. Examples of in- person service workers are waitresses, janitors, hospital attendants, and child care workers. »

- <http://www.scottlondon.com/reviews/reich.html>

# Modèles

## Comment une application est créée pour qu'il rencontre les exigences d'une plateforme intégrée

<i>Qui est le patron</i>	Action à accomplir	Transformation	Requête du système	Gestion de la relation avec le client
<i>Client</i>	Planification Interaction	Une pyramide à l'envers	Première version « Démo » dev.monsysteme.com	Obtenir des critiques et suggestions d'améliorations « Release early, release often »
<i>L'exécutif qui décide: finance info CEO/CFO/CIO</i>	Construction du système	Budget L'aspect contrôle	Deuxième version dev.monsysteme.com	Les parties prenantes sont impliquées dans le processus
<i>L'employé virtuel</i>	Utilisé par les parties prenantes	Budget	Version 1 Qui répond aux <b>besoins et caprices du client</b>	Fonctionnel et participatif – en pleine ébullition d'utilisation et amélioration

# Les besoins et caprices du client

Les besoins et caprices du “nouveau client”

24/7

WWW

Voir planche UX dans deux diapos

“Message uniforme”

WWW + Cell

Choix sur le comment la  
communication se fait

eMail – WWW - Cell

Toujours plus vite, toujours pressé  
dans le temps

eMail – Cellulaire – Tchate  
instantané

Suivi

Par téléphone – commerce réel,  
physique

Innovation – Excellence dans l’action – la synchronicité entre tous les partis prenants

# UX

5 couches superposés qui tiennent compte de différents paramètres:

De l'abstrait vers le concret:

Abstrait:

Les besoins du client, les objectifs du site

Entre deux: spécifications, contenu, interaction, architecture, interface

Concret: Le design, ce qu'on voit

( wikipedia: A person's perceptions and responses that result from the use or anticipated use of a product, system or service )

Les attentes du client? -> L'intégration dans le canal de communication

N'importe quand -> email - www - cell - lieu physique

Expérience  
consistante  
Facilité de  
navigation  
Pas d'attente  
Pont entre le virtuel  
et le physique



# Qu'est-ce qu'on a vu

- Définition
  - Satisfaire une demande
  - Le travailleur du 21<sup>ème</sup> siècle
- Modèle(s)
  - Centre de contact
  - UX
- Trucs/astuces (Comment « être en service » contact-client)
  - Comment annoncer une mauvaise nouvelle
  - Comment désamorcer une situation explosive (Situation délicate)

# Comment: annoncer une mauvaise nouvelle

– Dans l'entreprise:

C'est pratique courante que de mettre en place un centre d'appel pour les cas extrêmes/problèmes. In and out perception

– Mindset:

Dans le système de contrôle, c'est au centre d'appel que vous pouvez obtenir des vrais chiffres

# « Mauvaise nouvelle : Comment »

Passer le problème au suivant

Le client n'a pas toujours raison

**Règle dans les médias sociaux au sujet de votre réputation**  
« Ne sous-estimez pas le pouvoir des imbéciles (Kathy Brooks) »

**“Leaders are the ones that  
give us their time and energy”  
— Simon Sinek**

# Désamorcer une situation explosive

Désamorcer une situation explosive (Situation délicate)

- Deux méthodes:
  - Crever l'abcès
  - Ne rien dire
- Parler beaucoup et ne rien dire
- Par email : Regardez à gauche, regardez à droite : Si je pouvais vous parler en personne, je vous demanderais de garder cette conversation entre vous et moi.
- Pouvez-vous me téléphoner s.v.p.?

# Qu'est-ce qu'on a vu

Je vous ai présenté le tout

- Définition
  - Satisfaire une demande
  - Le travailleur du 21<sup>ème</sup> siècle
- Modèle(s)
  - Centre de contact
  - UX
- Trucs/astuces (Comment « être en service » contact-client)
  - Comment annoncer une mauvaise nouvelle
  - Comment désamorcer une situation explosive (Situation délicate)

Discussion  
Wiki pour gérer la complexité

# Conclusion

- Résultat : Meilleur service, plus de clients et de partis prenants satisfaits
- Les systèmes de qualité servent moins
  - De Redmine à Jira (dénombré 47)
  - QA (QS dans le domaine de l'automobile)
  - ISO 9001 - [http://en.wikipedia.org/wiki/ISO\\_9000](http://en.wikipedia.org/wiki/ISO_9000)

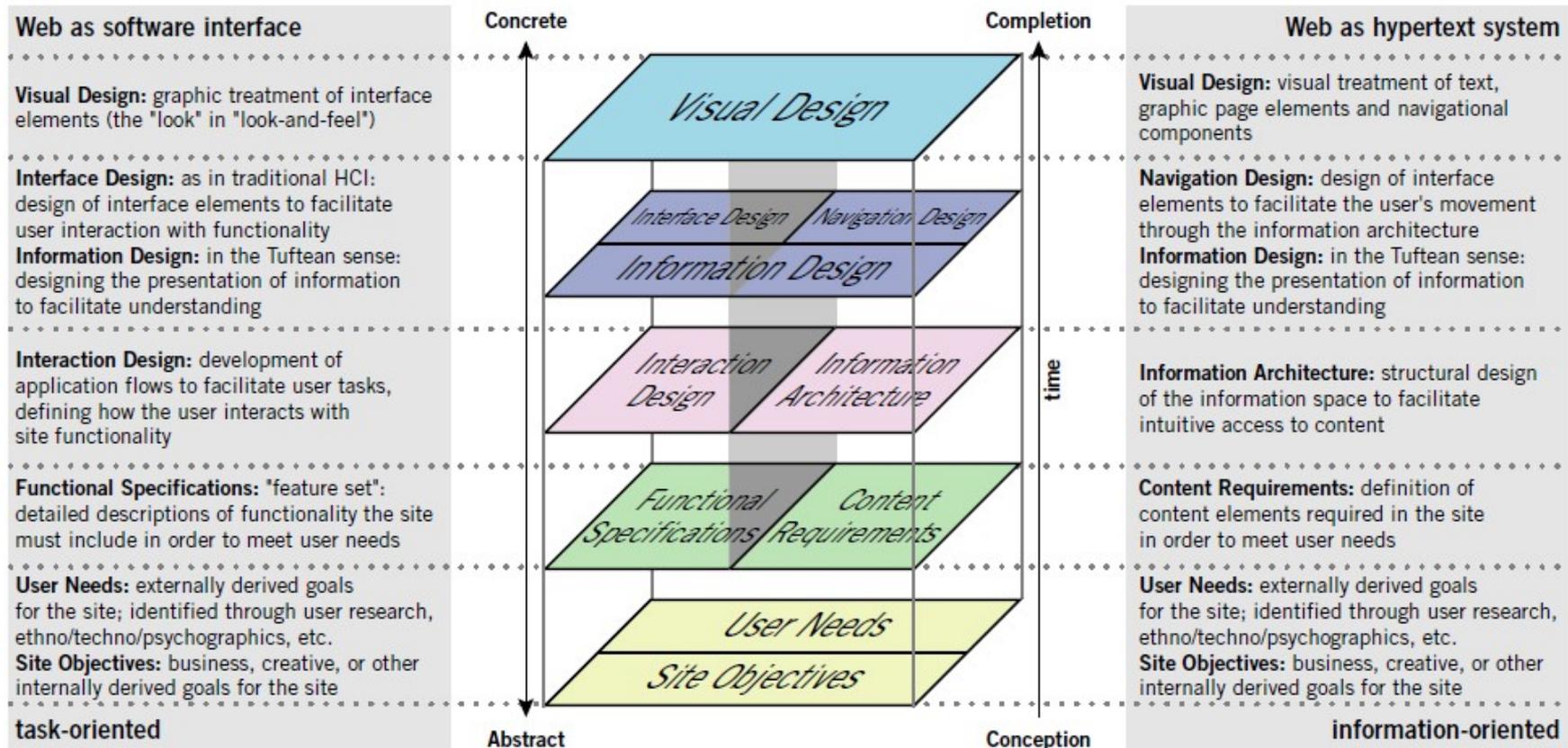
## Découvrez la communauté Tiki wiki CMS Groupware pour gérer la complexité

- Fait : Allez sur Sourceforge : rare sont les projets où tous ont accès au code source pour faire des contributions
- Il y a de la place pour tous, même ceux et celles qui ne sont pas « codeurs »
- Faites votre place : une démocratie par le faire. Ex : <http://tv.tiki.org>
- Pourquoi dit-on que Tiki est le « couteau suisse » de la gestion de contenu
- Un outil organique pour gérer la complexité de votre service à la clientèle
- Gestionnaire de la complexité (si on fait une gaffe, on peut revenir en arrière)
- Il n'y a pas de « médisance » (ou si peu) Pourquoi? Tout le monde peut accéder au code source et ajouter sa solution.
- Le concept de « Dog Fooding » ressemble à un genre d'introspection

# The Elements of User Experience

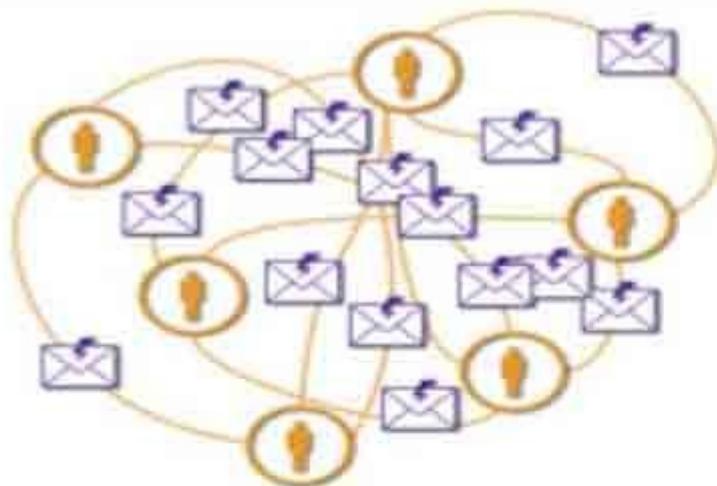
Jesse James Garrett  
 jjg@jjg.net  
 30 March 2000

© 2000 Jesse James Garrett



# Méthode éprouvée pour vous distinguer de vos concurrents

- Ma théorie : Laisser l'individu exprimer sa liberté sur le comment il veut interagir avec le client, le fournisseur, le partenaire.
- Exemple de la FSF.org – “Free Software is a matter of the user's freedom to run, copy, distribute, study, change and improve software.”
- Question Quiz: En quelle année Richard Stallman a t'il pensé à un système d'opération ouvert?



Email

VS.



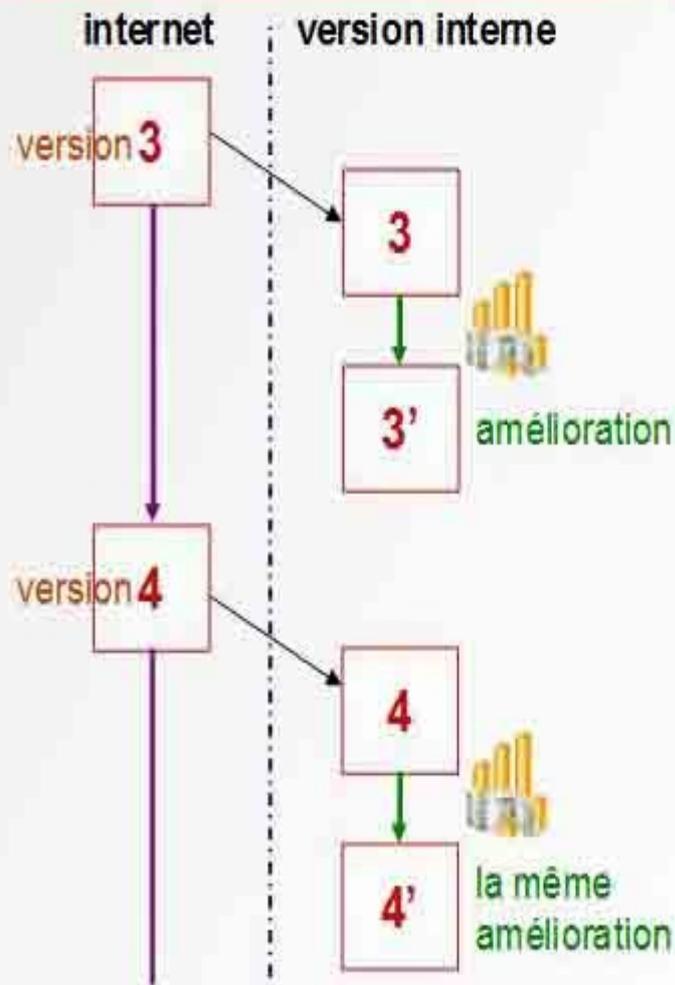
Socialtext

- Comment informer les nouveaux venus ?
- Quelle version fait référence ?
- Qui la détient ?

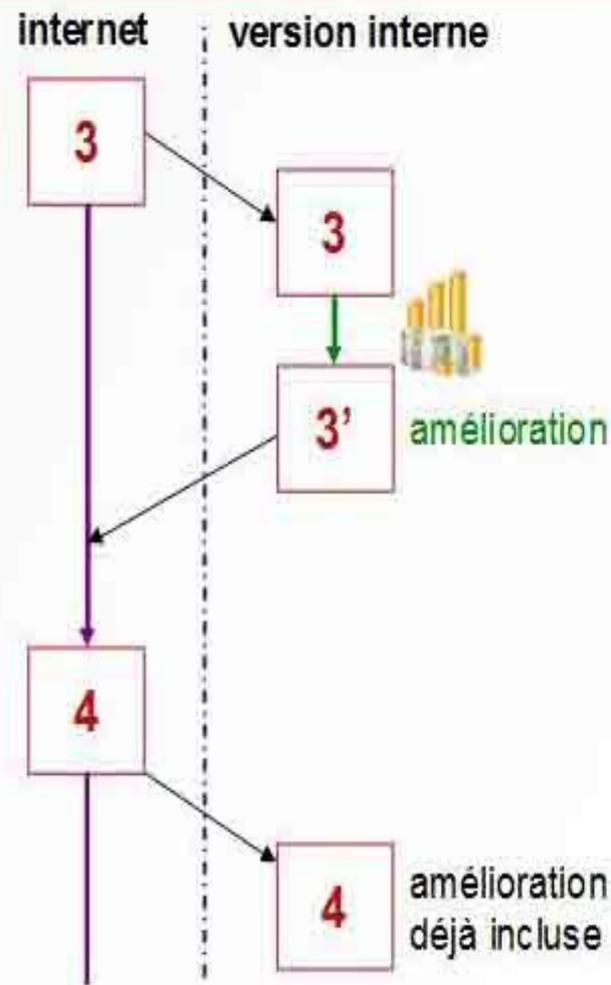
- On sait qui a changé quoi, quand, où, pourquoi
- On est notifié de chaque mise à jour

- Améliorations financées par la communauté (gratuit)
- Améliorations financées par le client-utilisateur (payant)

### sans contribuer



### en contribuant



Externalisation de la maintenance !

# Modèle organique

- Ce modèle n'est pas soutenu par un processus connu, spécifique à l'industrie des centres d'appels
- Il n'y a pas d'étapes à franchir
- Organique (non rigide), métamorphique
- La seule chose qui ne change pas c'est le changement
- Définition : « L'Excellence en service à la clientèle tient sur les faits et actions concrètes suivants : Altruisme, écoute active, empathie, besoin de faire une différence chez l'autre... au détriment de soi même (référence à Cook de chez Apple) Article récent sur le blogue... »
- Comment on fait pour offrir un service à la clientèle d'une qualité supérieure quand on n'a pas de modèle fixe, d'outil ou d'expérience « formelle » universitaire
- Faut se fendre en 4 pour le client

# Règles intrinsèques du succès avec vos clients

1. La parole est d'argent et le silence est d'or
2. Ne comptez sur personne d'autre : on n'est jamais mieux servi que par soi-même
3. Vivez/créez des API fragiles, vulnérables. Soyez prêt à tout abandonner et recommencer quelque chose de neuf chaque jour
4. Protégez votre « Cluster » (tribu)
5. Enlevez vos œillères (allez voir chez le voisin et créez des liens d'amitiés)
6. Ne regardez pas en arrière et ne tenez pas compte du futur
7. Faites quelque chose de nouveau à tous les jours
8. Soyez le mentor de quelqu'un d'autre. Commencez à entraîner la relève maintenant. (recrutez tôt et souvent)
9. Allez puiser dans votre source de réponse
10. Restez calme (Batman s'en vient)
11. Formez des SBU (Strategic Business Unit) multi disciplinaire (SWATT Team)
12. Observez, observez, observez. Puis, innovez de l'intérieur.

# Exercice d'écriture (réfléchir sur...)

- Votre vision du système (CRM/CMS) parfait, votre service web idéal, l'entreprise de rêve, le projet complété et mature qui vit et grandit par lui-même que vous souhaitez voir.
- Votre mission corporative est-elle mesurable

Pensée du jour: Play hard, be authentic: Genius is 1 % inspiration and 99% Perspiration

- Thomas Alva Edison

Pensée du jour: Le succès n'est pas un but en soi, c'est un état d'être

Cet exercice de réflexion doit être fait si vous souhaitez réussir

# L'excellence

*L'innovation vient de  
l'intérieur*  
Systeme de valeur

musique  
peinture  
amis  
conseiller/conseillère  
auteur  
internet  
boule de crystal  
camping

*L'innovation vient de  
l'intérieur*  
Systeme de valeur

natation  
méditation  
yoga  
parents  
prière  
intuition  
Modèle de réussite  
réel et tangible ou non