**PFSE01A**

**Service Client : le Défi de l’Excellence**

Seuls **4%** des clients insatisfaits s'en ouvrent à vous, ce qui veut dire que **96%** d'entre eux ne vous le font jamais savoir.

Les clients insatisfaits parleront de **8** à **20** **autres** personnes de leur mauvaise expérience.

**90%** des clients insatisfaits ne reviennent pas vers l'entreprise avec laquelle ils ont eu une mauvaise expérience.

**Les origines des attentes des clients** sont au nombre de **trois** :

**N°1:** leur **EXPERIENCE,** avec nous. Qu'elle ait été bonne ou mauvaise, les clients attendent de nous des expériences similaires à partir de là.

**N°2:** leur expérience avec la **Concurrence.** Si les clients ont bénéficié chez elle d'un excellent service, ils exigent la même qualité de vous.

**N°3:** le service **MARKETING**, qui crée des attentes à travers les promesses de la marque.
Un client est satisfait quand le **RESSENTI** correspond aux **ATTENTES.**

Les clients satisfaits ne sont pas **Fidèles**. Un client fidèle est un client **Totalement** satisfait.

**Principe n°1 de la performance des employés :** Un comportement **Récompensé** sera réitéré.

**Principe n°2 : Former** et **Motiver** les employés sont les clés de l'ascension vers l'excellence du service.

Les **bonnes expériences d'apprentissage** doivent interpeller la **Tête** le **Cœur** et les  **Mains** des employés.

Les employés doivent trouver du sens à la formation [tête], se dire que c'est la chose à faire pour une bonne relation avec le client [cœur], et recevoir les compétences nécessaires pour fournir un meilleur service [mains].

***EXERCICES EFFECTUES***

* + *exercice ouverture* : les anagrammes des lettres des mots SERVICE CLIENT, pour stimuler notre créativité et innover en matière de Service Client pendant cette Session.
	+ *exercice 1* *– vidéo* : la liste des indices de satisfaction de mes clients : « mes Clients sont satisfaits quand… »
	+ *exercice 2* : « c’est décidé je change ! » : au moyen de mon propre exemple lors d’un changement de fournisseur, je liste les exemples d’attentes non-comblées de mes clients afin d’y répondre par les améliorations correspondantes.
	+ *exercice 3*: 1. le graphe du taux de satisfaction de mes Clients lors de chaque étape de leur Cycle de vie commerciale. 2. Le tableau d’amélioration de mon Service Client.
	+ *Exercice 4*: Les Médias Sociaux ou mon dispositif en ligne d’interaction et de suivi de mes Clients : existant et axes d’amélioration.

**Suggestions pour votre Plan d’Action Personnel**

1. Revenez sur vos pratiques « Médias Sociaux » actuelles : utilisez l’encadré « petit guide » de l’exercice 3 pour auditer vos actions en cours. Réunissez votre Equipe pour lister les améliorations, répartir les tâches et fixer des dates.
2. Présentez les résultats de la courbe de la 1ère partie de l’exercice 2 à votre Equipe, et évaluez avec eux les moyens d’améliorer la satisfaction client.
3. Placez les prestations connues de votre principal concurrent sur la courbe de l’exercice 2. Quelles mesures urgentes seraient à prendre concernant votre offre de services ?
4. Quelles sont les prochaines attentes liées aux promesses qui vont être crées par le service Marketing ? Faites le point avec eux pour mettre à niveau votre offre de services.

**Aide à la décision pour votre idée de Plan d’Action personnel**

**1. Je vais utiliser cette idée dans mon équipe / département / entreprise :**

A. (commencer)

B. (arrêter)

C. (continuer)

**2. Je vais commencer le :** (précisez la date)

**3. Les bénéfices attendus de cette action seront pour mon équipe / département / entreprise :**

A. Bénéfice non-financier :

B. Bénéfice en réduction de coûts :

C. Bénéfice en augmentation de Chiffre