

## MODULE 6- MAXIMISER SON SERVICE À LA CLIENTÈLE

### Le lien de confiance, le point de départ!

Vos clients potentiels ne veulent qu'une chose !!

Avoir la tête tranquille en utilisant vos services, que vous soyez comptable, dentiste ou même plombier. Les clients veulent vous remettre en main leurs projets en étant confiants que vous serez en mesure de réaliser ce qu'ils vous demandent.

Vous comprenez donc pourquoi le lien de confiance est le point de départ.

### Comment l'obtenir ??

Soyez préparé, organisez pour débiter, plus vous saurez rapidement comment prendre en charge la problématique de votre client, plus vite vous gagnerez sa confiance.

Prenez l'exemple d'un taxi, si vous lui donnez une adresse et qu'il vous demande comment s'y rendre, il y a de fortes chances pour que vous ne le rappeliez pas la prochaine fois !!

À l'inverse, s'il vous dit qu'il vous apportera sans problème à votre destination et qu'il connaît même un raccourci pour vous faire gagner du temps, gageons que vous conserverez son numéro !!

Dites-vous que votre client sera toujours plus rapidement convaincu de son choix envers vos services si vous lui démontrez rapidement que vous avez la solution pour lui.

### **Le suivi et la communication**

Une fois une bonne confiance établie, vous devrez prouver ce que vous avez promis !!

Toujours tout dépendant de votre secteur d'activité, vous aurez à faire des suivis sur votre travail et l'évolution de celui-ci.

Ici, je dirais que " trop c'est comme pas assez" certains clients voudront savoir tout tout et d'autres diront ; je te fais confiance !

La clé est donc de trouver la routine et fréquence avec laquelle vous êtes confortable. Une conversation ou un suivi forcé donnera automatiquement une étrange impression à votre client et vous risqueriez d'effriter sa confiance.

Comme nous ne voulons pas affecter la base de notre relation client, nous devons nous montrer assidus dans nos suivis.

Votre communication et vos échanges seront donc engagés avec eux. Encore ici, certains clients s'attendent à ce que vous soyez hyper officiel avec eux, monsieur, madame, etc. Alors que pour d'autres, vous aurez l'impression de parler à votre meilleur ami!

Je me répète, trouvez le juste milieu, la façon de communiquer avec laquelle vous êtes confortable et que vous pourrez utiliser avec tous.

Vous ferez ainsi preuve d'authenticité et de solidité face à votre entreprise !!

### **Gérer un client qui a déjà qui a des appréhensions**

Vous êtes en affaires pour longtemps, donc, vous aurez un jour un ou des clients qui auront vécu de mauvaises expériences par le passé et auront des appréhensions face à vos services.

C'est inévitable, même en essayant de fuir, ils reviendront !!

D'autre part, la satisfaction de réussir à faire changer la perception de quelqu'un peut être très agréable.

## **Voici comment s'y prendre !**

Pour commencer, donnez-lui raison ... oui oui, gagner sa confiance. Si vous vous opposez à son opinion, il se retournera et vous classera dans la même catégorie que les autres avant vous.

Ensuite, partagé votre expérience personnelle, il verra ainsi que vous êtes humain et avez déjà été confronté vous aussi.

Finalement, montrez-lui LA différence. Vous savez ce qui vous distique de la compétition alors c'est le temps de le faire briller !!

Par la suite, il y a de fortes chances que vous ayez gagné un fan 😊

## **Bien mettre un terme à une relation client non optimal**

Advenant le cas où vous n'avez pas réussi à gagner la confiance de votre client, mais qu'il vous a tout de même choisi ...

Cela peut avoir l'air d'une victoire, mais peut facilement tourner au vinaigre. Vous risquez d'être coincé dans une relation où peut importe ce que vous allez faire, vous obtiendrez de l'insatisfaction de votre client.

Cette situation est délicate, mais peut être résolue !

Vous devez en premier, soulevez les points problématiques et les inversés afin de pouvoir les utiliser comme référence lorsque vous parlerez avec votre client.

Exemple : vous être décoratrice d'intérieur et vous ne travaillez pas en soirée. Votre nouveau client, même s'il a accepté votre horaire, continue de vous écrire le soir et d'attendre vos réponses. À la longue, cette situation créera des frustrations dans les deux parties. Dans ce cas, vous devrez mettre un terme à votre entente. Dans cet

*Propriété exclusive de Vintage Virtuelle - partage non permis*

exemple, vous pourriez expliquer à votre client, qu'il serait plus avantageux pour lui de trouver une décoratrice qui accepte de travailler en soirée, puisque vous ne répondez clairement pas à son besoin!

Le but est de revenir à la base qui est la réponse au besoin de notre client. Ainsi vous réussirez de façon professionnelle à mettre un terme à une relation client non optimal !!

Le service à la clientèle est tout simplement une montagne russe, il y a des hauts magnifiques, des bas plus sombres et des tournants inattendus !!

Mais le manège en vaut la peine croyez-moi 😊

Au besoin, vous avez toujours l'option de donner en sous-traitance cet aspect de votre entreprise !!