



NewLoop Consulting

Le Biz' à la «loop»

#6

Le service client : Customer care ou ADV ?

1er Février 2011

Mesdames & Messieurs les décideurs,

Après quelques numéros sur des briques structurantes de la supply chain, il est important de revenir vers une valeur fondamentale, souvent affichée comme valeur et pourtant souvent démunie de faits : le service aux clients.

Des noms : Les sociétés les plus ambitieuses le nomme «customer care» pour exprimer que l'objectif est bien de tout faire pour «soigner» le client. Les moins marketing le nomme ADV (administration des ventes). Pourtant, la dénomination ne préjuge absolument pas de la qualité du service rendu mais bien d'une volonté de vendre une image ou une ambition trop souvent dépourvue de fondements ou de moyens.

Des contenus : La diversité des contenus est bien entendu dépendante de l'activité de l'entreprise, mais de manière générale nous y retrouvons communément : le support aux appels entrants, la prise et le suivi des commandes, la gestions des plaintes, le suivi des paiements clients jusqu'à la comptabilité client, la gestion administrative des contrats clients (participations publicitaires, RFA, ...) et la gestion des référentiels clients, conditions tarifaires, ... En bref, le processus qu'on appelle souvent «order to cash». Certaines sociétés y intègrent de façon bénéfique les appels sortants supportant les ventes tels que le support promotionnel ou les ventes téléphoniques, mais elles sont encore rares.

Les piliers d'un service client reconnu ?

- 1) La qualité de la réponse aux clients.** La priorité est souvent la productivité. Du coup, la qualité de l'accueil des clients, le temps d'attente, la rapidité des réponses sont souvent mis de côté. Pourtant, l'impression d'être un VIP au travers d'un simple «bonjour monsieur X» qui surprend et flatte toujours, rend le client instantanément moins vindicatif quel que soit le souci. Ici, investissez en formation, la technique est omniprésente et votre image est en jeu. Puis contrôlez vos résultats au travers de «tests mystères» ou de «questionnaires qualité client».
- 2) La gestion efficace des plaintes.** On pense toujours à faciliter la prise des commandes. Mais comment rendre un client heureux ? Et bien, tout montre que le véritable sentiment de service arrive lorsque le client a un problème; une mauvaise facture, un produits défectueux, un retard de livraison. Ici, il faut commencer par «ne vous inquiétez pas, je traite le sujet et je vous rappelle» et bien sûr résoudre le souci dans un temps supportable par le client (tout dépend du contexte). Ici, investissez sur un processus et un outillage efficaces.
- 3) Visiter les clients principaux.** Sans arrêt se remettre en question, sans arrêt se challenger sur le terrain face aux clients avec ou sans les vendeurs pour faire un point sur le service perçu. Et plus encore en temps de crise.
- 4) Une spécialisation par métier ou un traitement intégré ?** Un débat de processus souvent mis en opposition alors que rien n'interdit d'avoir des organisations mixtes. Il est vrai qu'un processus «order to cash intégré» avec des équipes spécialisées par client permet un traitement homogène et viabilisé du client mais il demande des équipes multi-compétences assez difficiles à trouver ou à former (bon relationnel, logistique client et comptabilité client). A l'inverse, quand l'organisation le permet, il est parfois très efficace de spécialiser les personnes : un spécialiste de la gestion des commandes avec une capacité de vente, un spécialiste de la résolution des soucis clients en interne, des spécialistes de la comptabilité client et de la collecte des paiements en retard. Rien n'est figé, les seuls drivers sont «les objectifs visés» et les moyens humains à disposition.

Newloop-consulting vous propose un cas concret de refonte du service client.

Une refonte des organisations client liées à 4 catégories de produits et 3 canaux de ventes sur 23 pays. Incluant, du grand export et liant des ambitions d'amélioration du service tout en visant un bien meilleure productivité.

Cliquez [ici](#) pour un lien direct vers le cas détaillé :



Consultez d'autres réalisations sur www.newloop-consulting.com . Onglet «réalisations»