

Au téléphone, vous vous débrouillez comment ?

Améliorer la communication téléphonique permet d'établir de bons contacts avec le client.

Il aura ainsi tendance à penser que la clinique offre la même qualité de service. En revanche, si le contact téléphonique se passe mal, il est probable que le client potentiel ne renouvelera pas l'expérience.

Plus de 75 % des contacts avec les clients s'effectuent par téléphone. Dans un monde idéal, il faudrait une réponse immédiate à la sonnerie, un mot de bienvenue, jamais d'attente, pas de perte de temps, pas de question sans réponse et bien sûr chaque appel devrait déboucher sur une transaction ! Dans ce même monde idéal, nos clients ou interlocuteurs courtois seraient toujours satisfaits, impressionnés par notre efficacité et par l'excellence de nos services et ils iraient raconter partout combien nous sommes amicaux, serviables et merveilleux !

Dans la réalité, les choses sont souvent un peu différentes. Le plus gros problème est le manque de temps. Une solution évidente serait d'allouer plus de personnel à la réponse aux appels. Ce serait fantastique mais absolument pas rentable d'un point de vue économique. Nécessité fait loi, donc comment faire pour impressionner nos clients tout en ayant à subir moins de stress à la réception et au téléphone ?

La solution miracle n'existe pas mais il y a des techniques de communication qui peuvent faire la différence en matière d'efficacité et de perception de la clinique par les clients qui nous appellent.

ÊTRE PRÊT

Les bases ... il faut être préparé lorsqu'on décroche le combiné. Un crayon (qui écrit !), du papier ou mieux un cahier d'appel sous la main. Un client paniqué, inquiet, pressé ou fâché (il y en a) ne veut sûrement pas entendre « attendez une seconde, je cherche un crayon ». Ce type de réflexion vraiment peu professionnelle est pourtant extrêmement fréquent. Il est aussi indispensable de savoir où sont les vétérinaires, lequel est en consultation, lequel est en chirurgie et lequel fait les visites. Pareil pour les ASV : quand et comment les contacter, laquelle assiste la chirurgie : elle est donc dans l'impossibilité de venir au téléphone, même si un client la réclame personnellement. Rien de plus frustrant pour le client en attente que de se voir finalement répondre : « Stéphanie n'est pas disponible avant cet après midi ! ». Il faut également que la réceptionniste possède le planning des opérations de la journée au cas où un propriétaire appelle. Le mieux est d'ailleurs de lui donner le nom et une heure approximative du moment où on va le rappeler pour donner des nouvelles. Il faut également veiller à ce que la réceptionniste ait accès au dossier des patients, pensez à ce qui se passe quand vous appelez un service client. Vous attendez que la personne qui vous répond sache de quoi vous parlez.

C'EST IMPORTANT

Le téléphone est souvent le premier contact avec un client et il faut veiller à ce que ce soit une expérience positive. Le client doit



Danièle Laugier

Le téléphone est souvent le premier contact avec un client et il faut veiller à ce que ce soit une expérience positive : le client doit sentir qu'il est le bienvenu.

sentir qu'il est le bienvenu, que vous êtes serviable et compétent. Pour cela, il faut :

- répondre avant la quatrième sonnerie,
- paraître heureux de répondre au téléphone,
- accueillir le client et donner le nom de la clinique,
- demander en quoi vous pouvez être utile.

Bien sûr, tout cela vous semble évident mais vous serez surpris par le nombre de cliniques qui n'appliquent pas ces simples règles.

POSER LES BONNES QUESTIONS

Il est essentiel de recueillir les bonnes informations au téléphone, à commencer par les coordonnées du client. Il n'y a rien de pire que de donner un rendez-vous pour le mauvais chien ou de mal comprendre une plainte et transmettre de mauvaises informations au vétérinaire. Faites une liste des questions de base. Pour les animaux de compagnie, demandez le nom du propriétaire et celui de l'animal, quel est le problème, depuis combien de temps cela dure-t-il. Soyez précis concernant l'heure du rendez-vous et si possible, donnez le nom du vétérinaire qui verra l'animal. Pour les visites en rurale, demandez précisément où se trouve la bête et annoncez une heure de passage avec prudence.

Le principal est que vous ayez une bonne idée du problème et qu'il n'y ait aucun risque d'incompréhension. Cela donne l'impression que la clinique est inefficace ou pire, qu'elle s'en moque.

SI LE CLIENT EST MIS EN ATTENTE

Personne n'aime attendre au téléphone mais c'est parfois inévitable. Il existe quelques règles pour éviter les frustrations :

- demandez au client s'il accepte d'attendre un peu,

- ne le laissez pas trop longtemps en attente et tenez-le au courant en vérifiant qu'il est toujours d'accord de patienter,
- proposez de rappeler si vous avez le sentiment que cela l'énerve ou si vous pensez que ce sera plus efficace – mais n'oubliez pas de le faire.

COMMUNIQUEZ EN INTERNE

La plupart des motifs d'insatisfaction des clients résultent d'une mauvaise communication au sein de la clinique. Le fait de parler au téléphone ajoute une autre dimension à ces sources de frustration. Il existe des procédures simples pour assurer une meilleure efficacité :

- veillez à ce que les informations soient transmises et reçues lors des changements d'équipe,
- l'information correcte doit être remise à la bonne personne (limitez les intermédiaires),
- donnez les bons comptes rendus de consultation au vétérinaire,
- notez les messages pour le vétérinaire et veillez à ce qu'il les reçoive,
- précisez au client quand et dans quelles conditions il peut récupérer son animal,
- donnez les renseignements corrects sur les animaux hospitalisés, que ce soit à long terme ou juste pour la journée.

RÉPONDRE AUX QUESTIONS DES CLIENTS

Lorsqu'ils appellent une clinique, les clients s'attendent à ce que leur interlocuteur soit capable de répondre à leurs questions « vétérinaires ». Si vous paraissez incertain, si vous donnez une réponse erronée ou si vous faites passer l'appel à plusieurs personnes avant de répondre au client, cela donne vraiment une impression d'amateurisme. Il est vital que la (le) réceptionniste ait une bonne connaissance des services offerts à la clinique et des produits disponibles.

Cela signifie :

- répondre aux questions des clients sur : la vermifugation, la vaccination, les puces, l'identification électronique etc....,

- connaître le prix des services et produits les plus courants,
- être au courant des éventuelles actions commerciales en place à la clinique (opération dentaire, obésité ou stérilisation),
- mentionner les informations disponibles sur le site web de la clinique,
- connaître les fiches d'information susceptibles d'être envoyées aux clients sur des sujets précis,
- être capable d'expliquer les bénéfices des services et des produits.

ÉCOUTER LES CLIENTS

Il est essentiel de vraiment écouter les clients si vous souhaitez leur procurer un véritable service. Il est facile de perdre des informations vitales si vous êtes débordé, stressé ou distrait.

Par conséquent, veillez à :

- vous concentrer sur ce qu'on vous dit, ne vous laissez pas distraire,
- n'assumez pas ce que le client va vous dire et ne sautez pas trop rapidement à des conclusions,
- apprenez à hiérarchiser les informations que l'on vous fournit,
- résumez ce que l'on vous a dit de façon à vous assurer que vous avez bien compris ce que le client veut,
- vérifiez que le client lui aussi a bien compris ce que vous lui avez dit en lui demandant s'il a d'autres questions.

Ces petits changements peuvent faire une grande différence. En améliorant votre communication téléphonique, les contacts que le client a avec votre structure vont partir sur de bonnes bases et il aura tendance à penser que la clinique offre la même qualité de service. De la même manière, si le contact téléphonique se passe mal, il est fort probable que le client potentiel ne renouvellera pas l'expérience.

Fabienne DETHIOUX

Source : Maggie Shilcock, Telephone skills, Veterinary Nursing Journal, Vol 21, 12, Dec 2006 : 14-15.