

Clients agressifs

ALLEZ VOIR AILLEURS ! C'EST CE QUE L'ON AIMERAIT DIRE À UN CLIENT AGRESSIF... C'EST AUSSI CE QUE NOUS AIMERIONS FAIRE QUAND UN CLIENT DEVIENT MENAÇANT ! DANS LA RÉALITÉ, C'EST DIFFÉRENT... IL FAUT FAIRE FACE ! MAIS ATTENTION ! FAIRE FACE NE VEUT PAS DIRE CONFRONTER LE CLIENT, AU CONTRAIRE...



Vous trouverez une copie de cette affiche encartée avec ce numéro du magazine. Pour obtenir des copies supplémentaires, n'hésitez pas à communiquer avec nous.

CODE DE CONDUITE FACE À L'AGRESSIVITÉ

En station-service, rencontrer un client agressif n'est pas rare surtout si plusieurs facteurs s'ajoutent à sa mauvaise humeur : température, coût de l'essence, circulation. Un principe toutefois reste vrai : pour prévenir les agressions, **il faut éviter l'affrontement**. C'est notre attitude face au client qui l'incitera à se calmer ou à s'énerver encore plus...

QUESTION D'ATTITUDE

Plus que les mots, c'est notre image qui traduit nos intentions. Une attitude hautaine ou même cavalière exprime notre refus de dialoguer. Le client percevra du mépris à quoi il répondra avec plus d'agressivité... Par contre, **une attitude diplomatique** témoignera du respect et de la compréhension (voir l'encadré). Cette attitude permet de vérifier si le client est rationnel et si une solution vaut la peine d'être recherchée. Si le client est rationnel, son implication le valorisera et le rendra plus attentif à vos arguments. Sinon, on saura assez vite que le client ne fera pas de concession et on envisagera alors autre chose que l'argumentation...

LES ARGUMENTS : LA CLÉ D'UNE RÉOLUTION PAR LES MOTS

Un bon argument est un moyen de ramener certains clients à la raison. Au-delà du contenu, la spontanéité et l'assurance avec laquelle vous argumenterez sera votre meilleur atout. **L'idée clé est donc de préparer vos arguments à l'avance**. Il vous sera plus facile d'être convaincant le moment venu. N'hésitez pas à les partager !



par **JOCELYN JARGOT**
Conseiller en hygiène
industrielle,
Auto Prévention

Un bon argument utilise la sensibilité du client. Un client égoïste sera plus sensible aux arguments qui le visent individuellement. Un client qui se plaint du prix du carburant sera plus sensible à un calcul sur le coût supplémentaire réel pour son plein qu'à un long discours sur la faible marge bénéficiaire du détaillant. Enfin, un bon argument flatte l'intelligence du client. Tandis que mettre en doute la capacité de compréhension du client ne fait qu'attiser sa rancœur.

QUAND LES MOTS NE SUFFISENT PLUS...

Rappelez-vous que 5% de la population restera sourde à toute argumentation même excellente! Il faut alors envisager un compromis (ex.: si un client tient à fumer sa cigarette en faisant le plein, proposez-lui de le faire à sa place pendant qu'il fumera à l'écart) ou pensez à lui proposer un recours (formule de plainte, etc.), bref il faut passer à autre chose! 🗣️

L'ATTITUDE DIPLOMATIQUE EN 5 POINTS

- 1 Laissez le client agressif vider son sac avant de parler. Ne l'interrompez pas. Profitez-en pour respirer... (Quand la tension monte, on a tendance, à tort, à retenir sa respiration.)
- 2 À votre tour de parler, baissez le ton. Commencez toujours par dire que vous êtes désolé même si le client exagère! Cela ne peut que le calmer... Enfin, restez poli sinon taisez-vous!
- 3 Dans le cas de l'insatisfaction de vos services, commencez toujours par chercher à comprendre avant de vous faire comprendre. Impliquez le client en le questionnant sur ses attentes par exemple. Ne soyez pas catégorique et n'hésitez pas à dire «vous avez peut-être raison».
- 4 Réglez une chose à la fois. Ne sautez pas aux conclusions. Envisagez une concession de votre part afin d'en gagner une plus importante du côté du client.
- 5 Mettez l'accent sur le problème et non sur la personne. Partez du principe que ce conflit va se reproduire tant que vous ne trouverez pas une solution...



Auto Prévention tient à remercier les commanditaires et exposants qui contribuent au succès de son Colloque annuel 2004.

LES COMMANDITAIRES

Hostellerie Les Trois Tilleuls
Hôtel Omni Mont-Royal
Imprimerie Maurice Séguin inc.
Le Capitole de Québec
Le Manoir Richelieu
Le Manoir Hovey

LES EXPOSANTS

Amstutz Distribution
Ambulance Saint-Jean
Les équipements
de protection I.B.C.
Lev-Co
Regard sécurité
SPI Sécurité inc.



AUTO Prévention
ASSOCIATION SECTORIELLE SERVICES AUTOMOBILES