

article extrait de

la tribune de la franchise

n° 15, juillet août 1997

[publication de l'observatoire de la franchise](#)

Zoom

Découvrez

[Audit renégociation des contrats de services](#)

CONTACT

[vos réactions](#)

<http://www.extraland.com>

extraland@extraland.com

Téléphone +33 1 46 04 45 85

EXTRALAND marque et logo déposés.

© EXTRALAND juillet 1997

reproduction interdite

Attendez, j'en ai pour une minute !

Mardi 6 mai, j'attends depuis 8H30 l'électricien qui refait notre installation. Le temps passe, il ne vient pas, je n'arrive pas à le joindre. Il arrive à 15H et explique qu'il a été retenu par un dépannage. Pourquoi n'a-t-il pas prévenu ? Je ne l'aurais pas maudit pendant une demi-journée.

A l'heure du déjeuner, je vais à la poste. Plus de 10 personnes font la queue devant moi. Il y a 4 guichets ouverts. Un rapide calcul me fait penser que j'attendrai moins de 10 mn... et j'attends calmement. Au même moment, plusieurs personnes repartent en râlant, voyant la longueur de la queue.

Mercredi 7 mai, je prends le périphérique. Il est très encombré, quasi bouché. Pourtant, un panneau annonce : Porte d'Orléans 13 mn. Si c'est vrai, ce n'est finalement pas très long. Je vérifie et effectivement le délai annoncé est juste, à la minute près.

Qu'y a-t-il de commun dans ces exemples ?

Premièrement, la perception des situations est souvent subjective. Deuxièmement, on est prêt à accepter ou relativiser un désagrément si l'on est informé.

Alors dans une relation client / fournisseur, franchiseur / franchisés ou franchisé / clients, il y a, sinon des contrats, du moins des promesses et une qualité de service attendue.

Il y a donc 2 façons de répondre aux impondérables inévitables : objectiver la promesse et jouer sur la relation.

- Mettre en place des indicateurs de performances
Sur le premier point, il s'agit de mettre en place des indicateurs de performances. On s'engage à réparer dans les 4 heures et on le mesure. Nos trains arrivent le plus souvent à l'heure et on l'affiche. C'est un des points clés de la gestion de contrat. La relation devient plus rationnelle et moins conflictuelle. En plus c'est la base de l'amélioration permanente. Cela doit faire aussi partie du savoir faire formalisé et capitalisé, inclus dans le concept d'une franchise.
- Le client achète une fourniture et une relation
Sur le deuxième, il faut toujours se rappeler que le client achète 2 choses à la fois : une fourniture et une relation. Ce qui avait été promis en 48 heures n'est toujours pas là après 3 semaines, mais on suit l'affaire et on vous informe, vous êtes tenu au courant. La qualité passe aussi par l'accueil, le suivi, la gestion des incidents.

Dans tous les cas l'information déstresse.

D. NEURY

EXTRALAND Conseil en gestion de contrat