



la lettre d'EXTRALAND®

Best effort

Vendredi 16H30, suite à un problème de formulaire en ligne, nous appelons le support chez notre hébergeur. Hélas son intervention va aggraver le fonctionnement. Et à 19H le support ne sera plus accessible pour le weekend ! Notre site internet restera dégradé pendant 2 jours. Même si l'engagement de notre hébergeur n'est que de dépanner au mieux (best effort), nous, le client, au niveau du vécu, n'apprécions pas le service ainsi rendu.

Retenir

les constats

- la peur du client est liée à un manque de maîtrise de la qualité de service
- en B2B les impacts, les enjeux de dysfonctionnements vont en croissant avec les niveaux hiérarchiques

les réponses

- le pilotage des accords de services - SLA, doit être fait en multiniveaux
- les résultats doivent être mesurés tant au niveau des performances que des dysfonctionnements
- il ne s'agit pas seulement de mettre en place un référentiel d'engagements, mais de le faire vivre

les gagnants

- les clients, l'entreprise, les collaborateurs et les managers opérationnels

Zoom

acte de conférence

[Les accords de services -SLA](#)

focus

[Audit et renégociation des accords de services](#)

Contact

[vos réactions pour bénéficier d'une PRÉSENTATION sur un thème](#)

<http://www.extraland.com>

extraland@extraland.com

Téléphone +33 1 46 04 45 85

EXTRALAND marque et logo déposés

© EXTRALAND Novembre 2007

reproduction interdite

La peur du client

Les services se développent. On ne cesse de parler de qualité de service. Et pourtant un syndrome apparaît : la peur du client. En voici quelques symptômes tirés de faits réels. Vous les avez sans doute vécus, avec votre banque, votre fournisseur d'accès Internet, votre service après vente informatique...



Qu'est-ce que c'est que ces clients qui m'appellent et me dérangent dans mon donjon ?

Se cacher : voici le courrier d'une mutuelle. Sur les 6 pages aucun numéro de téléphone ne figure. Ce n'est pas un oubli, c'est volontaire !

Ne pas répondre : la hot line est inaccessible. Pour résoudre une panne d'une FAXbox, il faudra pas moins de 58 appels pour 6 contacts utiles !

Déléguer : vous souhaitez joindre votre correspondant habituel à la banque et vous êtes orienté sur une plate-forme téléphonique !

Raccrocher : vous appelez la hot line pour avoir des explications sur le fonctionnement de votre nouvelle imprimante. Votre interlocuteur ne sait pas et au bout d'un moment vous raccroche au nez !

S'inquiéter : votre appel à la hot line se termine et votre correspondant insiste pour que vous remplissiez le questionnaire de satisfaction qui vous sera envoyé par mail ! Hélas le questionnaire fera plus d'une page et la réponse sera abandonnée.

Filtrer : vous faites une lettre au service des réclamations. La réponse qui vous est fournie ne vous satisfait pas. Après vérification, vous apprenez que votre lettre a été réduite à un court paragraphe transmis à la personne chargée de traiter la réclamation !

Un seul maillon est défaillant et la chaîne de confiance est brisée.

Service client, où es-tu ?

La réponse est-elle dans des centres d'appels de plus en plus sophistiqués ? Êtes-vous satisfait de devoir passer de plus en plus par des menus enregistrés, avant d'avoir difficilement un interlocuteur ? La réponse est-elle dans l'externalisation ou la délocalisation des équipes pour réduire les coûts ? L'interlocuteur finalement joint a-t-il la qualification et la motivation que vous attendez ? Comment peut-on faire de la qualité de service dans ces conditions ? La nouvelle certification des services apportera-t-elle la réponse ? (AFNOR NF Services, NF X 50-798) Actuellement elle ne couvre que le traitement des appels mais pas la solution du problème du client.

B2B vs B2C, une différence d'enjeu

Si en B2C les dysfonctionnements restent circonscrits au consommateur, il en est tout autrement en B2B. Si un ordinateur en panne n'est qu'une simple perturbation au niveau du technicien d'exploitation, au niveau de l'utilisateur ce sont parfois des trains de fret qui ne partent pas. De même, pour une simple liaison téléphonique en panne, ce sont les bateaux qui ne rentrent plus dans le port. L'impact d'un même dysfonctionnement va en croissant avec les niveaux hiérarchiques.

En B2B, une méthode simple avec des résultats

Il y a donc lieu de traiter la qualité de service globalement. Diviser par 4 en 3 ans le nombre d'interventions de maintenance, réduire de 40% en 3 mois le taux d'erreurs de commandes... sont des preuves que des améliorations significatives sont possibles. C'est ce que nous avons obtenu avec la méthode spécifique de mise en place d'accords de services (SLA) que nous avons élaborée (cf. zoom ci-contre). La peur du client peut être entièrement retournée, en un partenariat professionnel, au bénéfice de l'entreprise, des collaborateurs et bien sûr des clients.

Daniel NEURY



EXTRALAND

"L' amélioration de vos performances
L' aboutissement de vos projets"