

Comment exécutez une expérience client personnalisée

Seriez-vous prêt à aller plus loin pour surprendre vos clients ?

Aujourd'hui, je vais vous parler de la façon de créer une expérience client très... mais très personnalisée. Je vais ensuite vous raconter une anecdote réelle qui est arrivée à l'un de mes collègues de travail.

1. Ce que vous dites et la manière dont vous le dites sont importants.

Pour illustrer ce point, je prendrai un exemple simple : vous pouvez répondre au téléphone et dire "Bonjour". Mais, selon le ton de votre voix, la personne à l'autre bout du fil aura l'impression de vous interrompre ou d'être accueillie dans une conversation. Oui, utilisez les bons mots, mais dites-les aussi de la bonne manière.

2. Utilisez le nom du client.

Dans son livre *How to Win Friends and Influence People* (1936), Dale Carnegie écrit : "Rappelez-vous que le nom d'un homme est, pour lui, le son le plus doux et le plus important de toute langue". Bien sûr, aujourd'hui, Carnegie écrirait cela d'une manière plus inclusive, mais le fait est que les gens aiment entendre leur nom. Utiliser correctement le pouvoir du nom d'une personne est un excellent moyen d'établir un rapport qui fera progresser la relation. Montrez un intérêt sincère. Mares insiste sur ce point. Elle demande : "Qui a payé les vacances que vous avez prises l'année dernière, les chaussures coûteuses que vous avez achetées à vos enfants ou le bon repas que vous avez pris en famille ?" La réponse est : "Le client !" Si cela ne vous incite pas à vous intéresser à eux, rien ne le fera.

3. Montrez un intérêt sincère. Mares insiste sur ce point. Elle demande : "Qui a payé les vacances que vous avez prises l'année dernière, les chaussures coûteuses que vous avez achetées à vos enfants ou le bon repas que vous avez pris en famille ?" La réponse est : "Le client !" Si cela ne vous incite pas à vous intéresser à eux, rien ne le fera.

4. Soyez prévoyant et cherchez la "pépite d'or" qui vous aidera à offrir l'expérience "plus un".

Cherchez à surprendre le client. Par exemple, si vous êtes serveur dans un restaurant et que vous entendez un couple parler de leur anniversaire de mariage, cette "pépite d'or" est l'occasion idéale d'améliorer l'expérience en réservant une surprise, comme une part de gâteau avec une bougie. Anticipez et soyez à l'écoute des opportunités qui vous permettront d'améliorer l'expérience.

5. Soyez un héros. Personne n'est parfait.

Il y aura des erreurs et des problèmes. Ils peuvent être ou ne pas être de votre faute. Cela n'a pas d'importance. La manière dont vous traitez les plaintes et les problèmes des clients peut faire de vous le héros du moment. Non seulement vous prenez soin du client, mais vous pouvez également rétablir la confiance, souvent à un niveau plus élevé que si le problème ne s'était jamais produit. Il s'agit d'une excellente liste d'idées de bon sens que tout le monde peut mettre en œuvre immédiatement. Alors, qu'attendez-vous ? Allez-y et offrez une expérience cinq étoiles qui fera dire à vos clients : "Je reviendrai!".

Ockpvgpcpv'r qwt'hcpgef qvg's wktUwo g're 'vj Uqtlg"#

J'ai un ami qui s'appelle Robert McKee. Il vient de Vancouver. Il faisait le même travail que moi, mais dans l'ouest du Canada. Il y a quelques années, il a décroché un contrat avec une entreprise américaine. Comme il devait voyager, son client lui a demandé de dormir dans des hôtels Marriott. Il a répondu sans problème. Il arrive à son premier hôtel Marriott à Chicago à 23h30. Il est fatigué... mais il a soif. Il décroche le téléphone et demande : "Bonjour, je voudrais un thé glacé, s'il vous plaît". La dame à l'autre bout du fil a probablement regardé la carte d'identité de l'appelant et a dit : "Excellent M. Mckee : Excellent M. Mckee. M. Mckee, voulez-vous quelque chose d'autre avec ça ? Robert a répondu : Oui, je voudrais un quart de citron s'il vous plaît. Pas de problème M. Mckee, nous serons là dans 10 minutes. 10 minutes plus tard, on frappe, on frappe, on frappe. Robert ouvre la porte, prend le thé glacé, signe la facture, boit son thé glacé, se brosse les dents et va se coucher. Fin de l'histoire.....(Silence)

Quelques semaines plus tard, il se rendit à San Francisco, toujours à l'hôtel Marriott. Il est sorti du taxi et a posé ses valises par terre. Le portier de l'hôtel prit ses bagages et dit : Bonjour Monsieur. Bienvenue à l'hôtel Marriott de San Francisco. Est-ce votre première visite ici ? Robert a répondu : "Oui, c'est ma première visite : Oui, c'est ma première visite. Le portier dit : Excellent. Nous vous souhaitons la bienvenue en tant que "nouveau client" à l'hôtel Marriot de San Francisco. Venez avec moi et nous allons vous enregistrer. Le portier a apporté les sacs au comptoir, les a posés et a dit à Robert : Bonne journée, monsieur ! (il se gratte l'oreille). Il retourne ensuite à son bureau. La dame de la réception s'est approchée du comptoir et a dit ceci à Robert : Bonjour Monsieur, j'aimerais vous souhaiter la bienvenue en tant que "nouveau client" à l'hôtel Marriott de San Francisco.

Robert ne comprenait pas comment elle pouvait savoir qu'il n'était jamais venu dans cet hôtel. Il dit à la dame Excusez-moi Mademoiselle, est-il écrit sur mon front que je suis un nouveau client ? La dame regarde Robert avec un sourire et lui dit : "Ici, à l'hôtel Marriot, nous sommes très heureux de vous accueillir : Ici, à l'hôtel Marriot, nous aimons personnaliser autant que possible chacune de nos interactions avec nos clients. Il y a quelques instants, le portier vous a demandé si vous étiez un nouveau client ?

-Oui.

-Vous ne l'avez pas vu, mais il s'est gratté l'oreille pour nous indiquer que vous étiez un nouveau client de l'hôtel. C'est un code que nous utilisons pour personnaliser notre approche..... Est-ce WOW ou COOL ? COOK !

Robert s'est ensuite dirigé vers sa chambre. Devinez quoi ? Il a soif. Il décroche le téléphone et appelle le service d'étage. Bonjour, je voudrais un thé glacé, s'il vous plaît. (Pause) Oh, M. Mckee....., voulez-vous toujours un quart de citron avec votre thé glacé ?

Il n'y a qu'un pas entre offrir une expérience et offrir une expérience personnalisée... La différence est..... vous ! Faites-le ou ne le faites pas !

J'espère que vous avez apprécié cette courte leçon. N'oubliez pas de visiter mon site Web à l'adresse www.marioloubier.com. Vous y trouverez plus d'informations sur mes programmes de conférences ainsi

que des centaines d'articles sur le service à la clientèle que vous pouvez lire et partager avec vos collègues.