

Sept étapes pour créer une culture axée sur le client

Aujourd'hui, je vais vous expliquer comment la culture d'une entreprise est une question de philosophie et non de politique. Lorsque je voyage à travers le pays et que je travaille avec de nombreux clients de tous les secteurs d'activité, tous reconnaissent l'importance du service client et le rôle qu'il joue dans le marketing, les ventes, la croissance et le chiffre d'affaires. Je continue à défendre ma philosophie selon laquelle le service à la clientèle n'est pas un département ; c'est une philosophie qui doit être adoptée par tous les membres d'une organisation, du PDG au dernier embauché. Lorsqu'on me demande comment y parvenir, la conversation s'oriente toujours vers la création d'une culture axée sur le client. Cela signifie que chaque décision prise doit avoir le client à l'esprit. En outre, chaque membre de l'organisation comprend le rôle qu'il joue dans la stratégie globale de service à la clientèle, ainsi que dans l'ensemble de l'expérience client. Les meilleures entreprises élaborent des politiques et des procédures axées sur le client. Elles forment leurs employés, tous leurs employés, et pas seulement les employés de première ligne, à cette culture. Souvent, il existe un cahier des charges qui explique clairement comment gérer certaines situations, questions, problèmes et plaintes. C'est essentiel pour la formation, mais c'est à partir de ce point que je veux élever la discussion à un niveau supérieur. La culture est une question de philosophie et non de politique. Nous apprenons beaucoup en formation ; même nos formateurs sur place et les cours en ligne que nous proposons enseignent comment gérer de nombreuses situations différentes. Mais en fin de compte, il ne s'agit pas toujours de ce qui nous a été enseigné ; il ne s'agit pas des techniques spécifiques que nous apprenons dans les jeux de rôle. Non, il s'agit simplement de faire ce qu'il faut. Certains pourraient penser que c'est difficile à enseigner, mais je soutiens que ce n'est pas aussi difficile qu'on pourrait le penser. Voici les étapes à suivre :

1. Il faut d'abord avoir les bonnes personnes. Il y a deux aspects à cela : premièrement, l'équipe dirigeante doit créer la culture ; deuxièmement, vous devez embaucher des personnes dont l'état d'esprit est en phase avec votre culture axée sur le client.
2. Tout le monde doit comprendre les principes de base de l'embauche. Avant de donner aux gens les moyens de faire ce qu'il faut, il faut qu'ils aient une base de connaissances pour travailler. Par conséquent, chacun doit suivre une formation de base sur le service à la clientèle, adaptée à son rôle spécifique dans l'entreprise.
3. Laissez les gens faire ce qu'il faut d'eux-mêmes. Si vous voulez que les employés prennent leurs propres décisions, donnez-leur une formation de base et incluez des lignes directrices et des suggestions. Racontez des exemples où la philosophie du service à la clientèle l'emporte sur la politique. Prouvez que les employés n'ont pas besoin de demander l'approbation d'un responsable chaque fois qu'ils prennent une décision axée sur le client.

4. Lorsque les employés font ce qu'il faut ou vont trop loin, il s'agit dans les deux cas de moments propices à l'apprentissage. Profitez-en et donnez un feedback à chaque employé, et utilisez ces exemples pour enseigner aux autres.

5. Félicitez systématiquement les bonnes décisions. Ce point est lié au retour d'information que nous venons d'évoquer. En félicitant constamment les bonnes décisions, vous supprimez les limites que les employés s'imposent à eux-mêmes sur ce qu'ils pensent pouvoir ou ne pas pouvoir faire.

6. Restez dans l'alignement. Il n'est pas facile de maintenir une culture axée sur le client. On ne peut pas l'annoncer et s'attendre à ce qu'elle s'installe d'elle-même. On ne peut pas former tout le monde une seule fois et s'attendre à ce que tout change du jour au lendemain. Certains groupes au sein d'une organisation seront formés plus souvent que d'autres, mais il faut le rappeler régulièrement à tout le monde.

7. Finalement vous devez pratiquer ce que vous prêchez. Pratiquer ce que vous prêchez en matière de service clientèle est fondamental. Cela signifie incarner les valeurs que vous enseignez. En étant exemplaire, vous inspirez votre équipe à offrir un service exceptionnel. Chaque interaction reflète cette philosophie, renforçant la confiance des clients et établissant une culture d'excellence. Votre intégrité en tant que leader se voit surtout dans les actions, pas seulement dans les mots. Comme disait un grand sage : Parle plus fort, car le poids de tes actions enterre le son de tes paroles!

Bien qu'il s'agisse d'une simplification excessive d'un processus visant à faire prévaloir la philosophie sur la politique, cela a du sens. C'est pourquoi il est important d'engager les bonnes personnes et de les former à la philosophie. Une fois que vous y serez parvenu, vous et vos clients récolterez les fruits d'une organisation qui s'enracine dans une philosophie axée sur le client.