

atelier 2

Approche clients pour composer avec des clients difficiles

Philippe Cassidy
directeur de la valorisation
**Conseil québécois des ressources
humaines en tourisme (CQRHT)**





MISE EN CONTEXTE

- **46 %** des travailleurs de l'industrie ont constaté une augmentation du nombre de clients difficiles.
- **76 %** des responsables de l'expérience client déclarent que le moral des employées est faible.
- **64 %** des responsables de l'expérience client déclarent que leurs agents sont frustrés par un manque d'information pour aider les clients immédiatement.

CE QUE CELA SIGNIFIE POUR LES ÉQUIPES

La gestion de la clientèle difficile est une **COMPÉTENCE CLÉ**

- s'adapter aux situations imprévues
- communiquer efficacement avec les clients
- résoudre des problèmes rapidement
- faire preuve d'empathie et de professionnalisme

IMPACT sur le travail

- stress et charge de travail
- manque de reconnaissance
- difficultés de rétention du personnel



L'EXPÉRIENCE CLIENT

L'expérience client débute au moment où le client entre en contact pour la première fois avec l'entreprise et se termine quand il quitte après son séjour.

Il jugera globalement de la qualité de son expérience client à partir de ses attentes et de ses besoins.



Selon vous, quelles sont les attentes des clients ?



menti.com
3410 9511

Waiting for participants



cc

Menti

Attentes - BSL



Choose a slide to present

Selon vous, quelles sont les attentes des clients ?

L'EXPÉRIENCE CLIENT SÉDUISANTE

- ❖ Implique une interaction complice entre le client et l'employé basée sur le professionnalisme : en personne, par téléphone ou par écrit (courriel)
- ❖ Provoque une émotion positive chez le client
- ❖ Tient compte des besoins particuliers du client et de sa perception
- ❖ Dépasse les attentes du client, présente un caractère séduisant qui fait que le client s'en souvient et en parle avec enthousiasme à son entourage
- ❖ Démontre un esprit d'authenticité et de générosité

❖ Un client séduit, c'est :

- Un client qui revient
- Un client qui parle de son expérience avec enthousiasme à son entourage
- Un client qui fait venir de nouveaux clients

Un investissement qui rapporte beaucoup (8 à 10 clients potentiels)

VS

❖ Un client ayant vécu une mauvaise expérience :

Va parler de façon négative de l'entreprise et/ou de la région à son réseau de contacts

⇒ Le client ne se contente plus d'être satisfait ou surpris, il veut être séduit!

⇒ Ces adaptations permanentes contribuent à l'amélioration continue du service

Selon vous, quelles sont les attentes des clients ?



menti.com
3410 9511

Waiting for participants



Menti

Attentes - BSL

Select a different Menti



Choose a slide to present

Selon vous, quelles sont les attentes des clients ?

LES ATTENTES DES CLIENTS

- ❖ Les clients s'attendent à une expérience :
 - authentique
 - originale
 - personnalisée
 - complète
 - intégrée
- ❖ Ils cherchent même à participer ou à cocréer cette expérience.

TECHNIQUE 1

ÉCOUTE ACTIVE

DÉFINITION

Technique de communication qui consiste à porter une attention complète à l'interlocuteur, à comprendre son message et à démontrer cet intérêt par des réactions verbales et non verbales.



TECHNIQUE 2

QUESTION OUVERTES

DÉFINITION

Questions qui encouragent le client à développer sa réponse et à fournir plus d'informations. Elles ne se répondent pas par « oui » ou « non » et permettent de mieux comprendre ses besoins, ses motivations et son expérience.



TECHNIQUE 3

QUESTIONS FERMÉES

DÉFINITION

Questions qui demandent une réponse courte et précise, souvent « oui » ou « non ». Elles servent à confirmer une information, vérifier une compréhension ou obtenir un détail spécifique.



TECHNIQUE 4

REFORMULATION ET PARAPHRASE

DÉFINITION

Technique qui consiste à reprendre avec ses propres mots ce que le client vient d'exprimer afin de valider la compréhension du message, clarifier les informations et montrer au client que son point de vue est bien compris.



TECHNIQUE 5

RECENTRER LA CONVERSATION

DÉFINITION

- Consiste à choisir les éléments du discours sur lesquels vous voulez porter votre attention et celle du client
- Permet de vous concentrer sur les faits et non les émotions



LES COMPORTEMENTS PROFESSIONNELS

- Avoir une image soignée
- Établir un contact visuel dès l'arrivée du client
- Sourire et dire « bonjour »
- Se présenter
- Avoir un discours adapté et respectueux (ton, vocabulaire)
- Être responsable, constant, respectueux, honnête, enthousiaste et informé
- S'assurer que vous avez répondu à toutes les attentes du client



COMMENT RÉAGIR FACE À L'EXIGENCE DU CLIENT?

POURQUOI EST-CE PARFOIS DÉLICAT?

- Déficit de personnel et/ou manque d'expérience
- Personnel ayant peu de formation
- Niveau d'exigence des clients
- Émotions des clients : anxiété, stress, impatience...
- Réseaux sociaux et déconnexion de la réaction à ses propos
- Et bien d'autres!

Ce sont les services de première ligne, en contact direct avec les clients, qui sont confrontés à la résolution des situations problématiques.

GARDEZ VOTRE CALME

Prenez une bonne respiration

- Adoptez une approche positive
- Concentrez-vous sur les faits
- Ne vous laissez pas envahir par les émotions du client
- Conservez le contrôle de la situation



ÉCOUTÉ SANS INTERROMPRE

Laissez le client s'exprimer

- Écoutez attentivement : les solutions se trouvent souvent dans ce que dit le client
- Encouragez le client à exprimer tout son mécontentement
- Demandez au client si vous pouvez prendre des notes
- Démontrez de l'intérêt et de la compréhension



RÉAGISSEZ AVEC EMPATHIE

Regardez la situation à travers les yeux du client

- Mettez-vous dans la peau du client
- Employez les bons mots, le bon ton
- Utilisez le non-verbal : hochez la tête, regardez le client dans les yeux... sans oublier l'effet miroir



ENGAGEZ-VOUS SUR LA VOIE D'UNE SOLUTION AU PROBLÈME

**Tournez-vous vers l'avenir, on ne peut rien changer
au passé**

- Excusez-vous (au nom de l'entreprise) si une erreur a été commise
- Recherchez une solution avec le client : *Regardons ensemble comment nous pouvons régler cela*
- Vérifiez plusieurs fois que les solutions lui conviennent



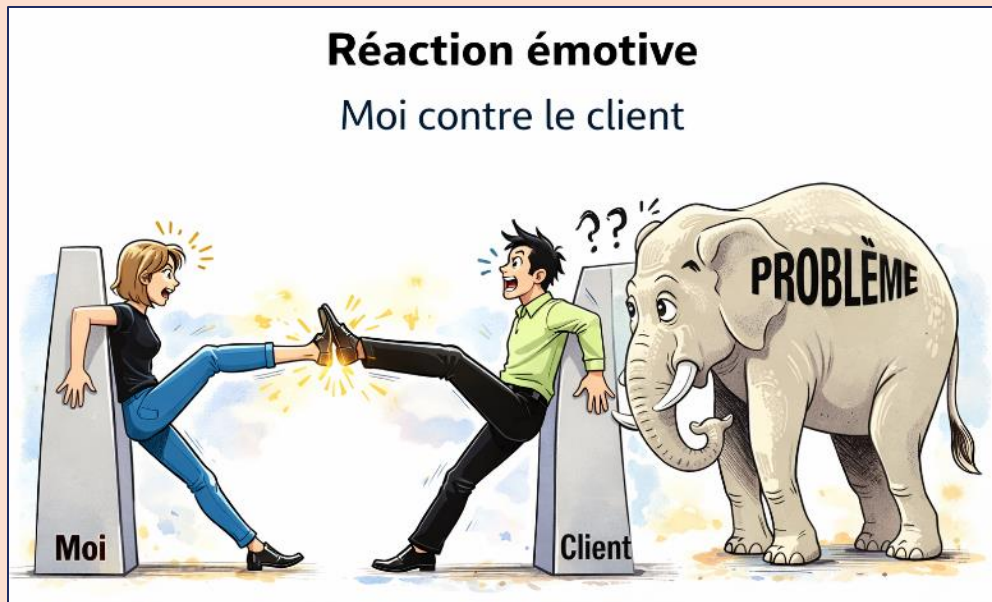
REMERCIEZ LE CLIENT

Laissez-le partir sur un effet de surprise

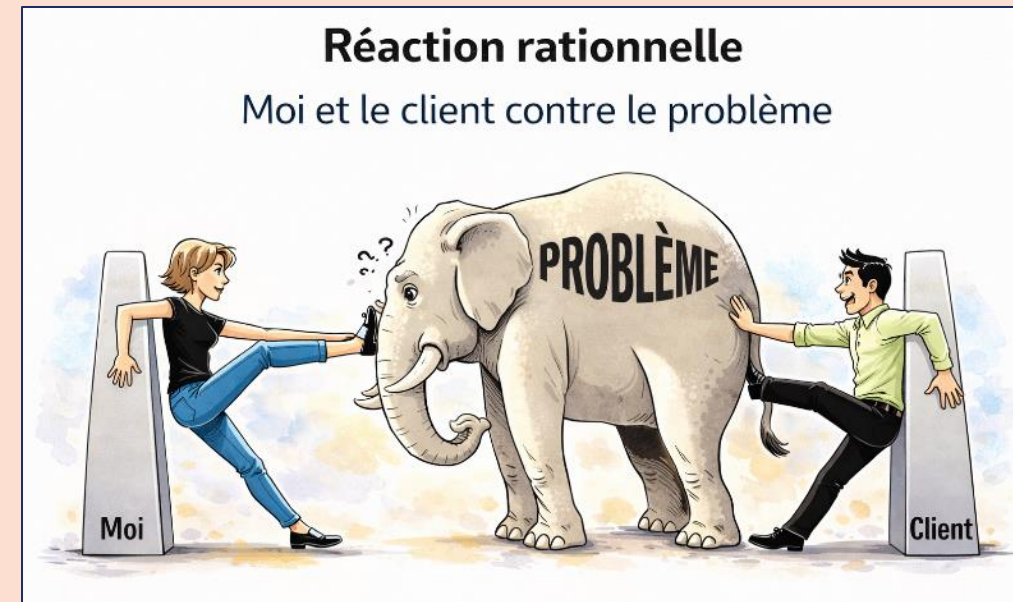
- Remerciez le client de ses commentaires constructifs
- Remerciez le client de la confiance qu'il vous porte
- Terminez l'échange sur une note positive, réitérez votre engagement à bien le servir
- Assurez-vous que vous avez répondu à toutes ses attentes : *Est-ce que je peux faire autre chose pour vous?*
- Faites un suivi quelques heures plus tard ou le lendemain pour vous assurer qu'il est pleinement satisfait de la solution mise en œuvre



LA GESTION ÉMOTIONNELLE



- Émotion au plus haut niveau
- Interprétation du mécontentement du client comme une attaque personnelle
- Réaction comme si le client était le problème



- Émotion au plus bas niveau
- Lutte conjointe contre le problème
- La maîtrise de soi est la clé du succès et du contrôle de la situation

Faire équipe avec le client pour régler le problème

Reconnaître les situations difficiles le plus tôt possible peut limiter les dégâts et éviter que la déception se transforme en colère

POLITIQUE DE SERVICE À LA CLIENTÈLE

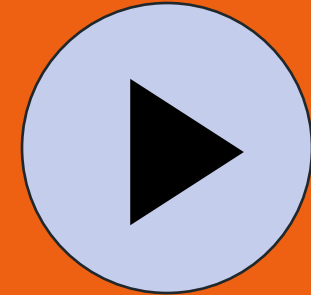
1. Engagement envers l'expérience client et culture organisationnelle
2. Normes de service claires pour les employés
3. Formation des employés, responsabilisation et autonomie du personnel
4. Processus structuré de gestion de plaintes, suivi et amélioration continue

LES AVANTAGES

- Cohérence du service
- Gestion plus efficace des plaintes
- Gain de temps pour les gestionnaires
- Meilleure formation des employés
- Clients plus satisfaits et fidèles
- Protection de la réputation
- Amélioration continue des services

SITUATION

Capsule 4



Questions ?

- Qu'est-ce que vous auriez dit à ce client?
- Que pensez-vous de la réaction de l'employé?
- Quelles techniques ont été utilisées par l'employé?

The background features a dark blue field with a diagonal white line running from the top-left to the bottom-right. On the left side, there are several geometric shapes: a white circle, a semi-circle, a series of concentric white circles, a solid orange semi-circle, a black hatched triangular area, a solid orange rectangle, a white triangle, and a solid orange triangle. The text is positioned on the right side of the page.

MISE EN SITUATION

JEUX DE RÔLE

CAS 1

Client fatigué : il a peu dormi à cause de la musique du bar, qu'il entendait depuis sa chambre.

Il vient se plaindre le matin à la réception.

Employé : Appliquez les techniques précédentes pour résoudre la difficulté

CAS 2

Client : Il pensait que son billet donnait accès à toutes les attractions, mais découvre que certaines nécessitent un supplément.

Il accuse le parc de manque de clarté dans l'information.

Employé : Appliquez les techniques précédentes pour résoudre la difficulté

20 % RABAIS EXCLUSIF

JUSQU'AU 15 AVRIL 2026

Trio service à la clientèle essentiel

Code rabais : TRIO20



An abstract graphic on the left side of the slide, featuring a dark blue background with a white diagonal line. The graphic includes a white circle, a semi-circle, concentric white circles, a black hatched triangle, and various solid-colored shapes in orange, white, and black.

MERCI

Philippe Cassidy

450 651-1099, poste 211

philippe.cassidy@cqrht.qc.ca

www.cqrht.qc.ca

COLLOQUE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE



toujours
la bonne
saison