

La Culture Client

Qu'est-ce que c'est et pourquoi on en parle ?



Déroulé de la séance

1

Réfléchir sur vos expériences en tant que client

2

Considérer les avantages d'une culture client

3

Identifier stratégies adaptées aux différents types de clients

4

Créer un jeu-de rôle pour pratiquer les stratégies & Debrief



Introduction & Réflexion



**“Il n'y a qu'une seule
définition valide du but
d'une entreprise : créer un
client.”**

Peter Drucker, père de la gestion moderne

Réflexion Individuelle

Écrivez 1 expérience positive et 1 expérience négative, et pourquoi chacune l'a été.

Pour vous aider, considérez les questions suivantes :

- Avez-vous déjà vécu une expérience qui vous a rendu « fidèle à vie » ou convaincu de ne plus jamais remettre les pieds dans un magasin ? Pourquoi cette expérience était aussi marquante ?
- Quel est le dernier achat que vous avez effectué pour lequel vous avez interagi avec un représentant du magasin ou de l'entreprise (ex. portable, restaurant, jeu vidéo, manga, vêtements, cosmétiques, équipement sportif) ? Était-ce une expérience positive ? Négative ? Pourquoi ?

Aspects Marquants des Expériences Clients

Bonnes Experiences	Mauvaises Experiences

Définir une culture d'entreprise axée sur l'expérience client

Théorie



“La culture client, c'est l'ensemble des croyances et des valeurs partagées par les collaborateurs qui placent la satisfaction durable du client comme un objectif prioritaire”

Prof. Daniel Ray, GEM (référence académique française sur la culture client)

Qu'est ce qu'un client ?

Qu'est ce qu'un client ?

Une personne ou organisation qui bénéficie d'un bien ou service auprès de votre organisation, une fois ou de manière régulière.

Qu'est ce qu'un client ?

Une personne ou organisation qui bénéficie d'un bien ou service auprès de votre organisation, une fois ou de manière régulière.

Mais peut-on catégoriser les clients pour leur offrir une meilleure expérience client ?

3 Types de Clients

Client Externe (B2B ou B2C) : Organisation ou personne qui bénéficie d'un produit ou service mais ne fait pas partie de votre entreprise

Client Interne (Collègues, Services) : Employé ou service de la même entreprise

Client Partout (Parties prenantes / Grand Public) : "Toute personne en interaction avec l'entreprise qui, par son potentiel d'achat ou de recommandation, impacte notre image."
(Voisins, fournisseurs, étudiants, passants)

3 Types de Clients

Client Externe (B2B ou B2C) : Organisation ou personne qui bénéficie d'un produit ou service mais ne fait pas partie de votre entreprise

- **Le Dilemme :** La promesse commerciale/attente client vs La réalité technique/juridique (Garanties, délais, stocks)

Client Interne (Collègues, Services) : Employé ou service de la même entreprise

- **Le Dilemme :** Être un "Bon Collègue" (solidaire) vs Être un "Bon Employé" (respect des procédures/sécurité)

Client Partout (Parties prenantes / Grand Public) : "Toute personne en interaction avec l'entreprise qui, par son potentiel d'achat ou de recommandation, impacte notre image." (Voisins, fournisseurs, étudiants, passants)

- **Le Dilemme :** L'opérationnel immédiat (je travaille) vs L'image à long terme (je représente la marque)

Piliers Pratiques de la Culture Client

1. Écoute Active

écouter pleinement
l'interlocuteur sans
l'interrompre ni préparer sa
réponse pendant qu'il parle.

2. Empathie :

**comprendre et reconnaître
les émotions** de l'autre
(stress, urgence, colère) **sans
les juger.**

3. Reformulation

synthétiser les propos du
client **avec vos propres mots**
pour **valider votre
compréhension.**

4. Pédagogie

traduire un problème
technique **complexe** en un
langage **simple et accessible.**

5. Verbalisation Précise

décrire les faits techniques
avec une **exactitude
rigoureuse** pour les autres
intervenants (collègues,
supérieures).

Piliers Pratiques de la Culture Client

1. Écoute Active

=> Pour saisir tous les détails du problème (même non-dits) et **faire sentir au client qu'il est votre priorité absolue**

2. Empathie

=> Pour désamorcer les tensions relationnelles et humaniser une intervention purement technique

3. Reformulation

=> Pour **éliminer** immédiatement les **malentendus** et prouver au client que son message a été parfaitement reçu

4. Pédagogie

=> Pour rassurer le client, permettre la compréhension de la technologie et justifier la valeur de votre solution

5. Verbalisation Précise

=> Pour transmettre une information **fiable** et **accélérer la résolution** finale du problème sans perte de temps

Mini-Exercise



Mini-Exercice : Catégoriser le type de client

Je travaille dans une boutique SFR. Dans la même journée, j'ai rencontré 3 clients. Catégoriser-les comme **Client Interne**, **Client Externe**, ou **Client Partout** :

- Une collègue qui travaille dans une autre boutique SFR m'appelle parce qu'elle n'arrive pas à savoir si un téléphone est encore disponible en stock.
- Une grand-mère se rend en boutique sur recommandation d'une amie, satisfaite par son expérience d'achat d'un téléphone portable chez nous.
- Thomas qui vient à la boutique pour acheter un téléphone

Mini-Exercice : Catégoriser le type de client

Je travaille dans une boutique SFR. Dans la même journée, j'ai rencontré 3 clients. Catégoriser-les comme **Client Interne**, **Client Externe**, ou **Client Partout** :

- Une collègue qui travaille dans une autre boutique SFR m'appelle parce qu'elle n'arrive pas à savoir si un téléphone est encore disponible en stock. → **Client Interne**
- Une grand-mère se rend en boutique sur recommandation d'une amie, satisfaite par son expérience d'achat d'un téléphone portable chez nous. → **Client Partout (et Client Externe)**
- Thomas qui vient à la boutique pour acheter un téléphone → **Client Externe**

Résumé de Théorie

La Culture Client : L'ensemble des croyances et des valeurs partagées par les collaborateurs qui placent la satisfaction durable du client comme un objectif prioritaire.

3 Types de Clients :

- **Client Externe (B2B ou B2C)** → Trouver l'équilibre entre la promesse commerciale/attente client ET La réalité technique/juridique (Garanties, délais, stock)
- **Client Interne (Collègues, Services)** → Trouver l'équilibre entre "Être un Bon Collègue" (solidaire) ET Être un "Bon Employé" (respect des procédures/sécurité)
- **Client Partout (Grand Public)** → Trouver l'équilibre entre l'opérationnel immédiat (je travaille) ET L'image à long terme (je représente la marque)

Piliers Pratiques Comportementales : L'Écoute Active, La Reformulation, L'Empathie, La Pédagogie, La Verbalisation Précise

"Il n'y a qu'une seule définition valide du but d'une entreprise : créer un client."

Activité : Écrire Scénario Jeu-de-Rôle

Créez des groupes de 3-4 personnes

Utilisez les fiches d'accompagnement



Introduction à l'activité

- Rédigez un scénario de jeu de rôle d'une durée maximale de 5 minutes, dans lequel un interlocuteur accompagne un client pour résoudre positivement.
- L'interlocuteur doit proposer trois solutions au client (voir la fiche).
- Le client devra adopter une attitude « difficile » (méfiant, impatient, énervé, hésitant ou exigeant). Malgré cela, la réponse de l'interlocuteur devra rester professionnelle, bienveillante et alignée avec les piliers de la Culture Client.

Exemple de Scénario Dialogue

Technicien : “Bonjour, je viens pour ...”

Client: *coupe la parole* “Enfin. J’ai expliqué trois fois le problème à vos collègues, débrouillez-vous” *et commence à fermer la porte de son bureau*

Technicien : “Ça doit être frustrant – pourriez-vous m’indiquer où est installé l’équipement ?” **(Pilier Empathie)**

Client montre du doigt un couloir

Technicien : “Merci beaucoup, je comprends que ce n’est pas idéale. Je fais un diagnostic et reviens vers vous dès que possible” **(Pilier Empathie)** *Le client claque sa porte un peu fort, en grognant*

Le technicien trouve difficilement l’équipement dans un placard du couloir, réalise le diagnostic, et retourne toquer à la porte pour proposer la solution 1

(... Et poursuivre avec les solutions 2 et 3)

Écriture Scénario

Utilisez la fiche d'accompagnement
scénario

Complétez le scénario de jeu de rôle sur vos fiches en appliquant les Piliers de la Culture Client :*

- **L'écoute active** : Écouter attentivement le client pour bien comprendre sa demande ou son problème.
- **Empathie** : Comprendre et reconnaître les émotions de l'autre (stress, urgence, colère) sans les juger.
- **La reformulation** : Être capable de reformuler les propos du client pour s'assurer d'avoir bien compris et valider l'information.
- **La pédagogie** : Savoir expliquer des situations techniques complexes de manière simple et compréhensible pour le client.
- **La verbalisation précise** : Pouvoir verbaliser clairement et précisément les informations pour que l'interlocuteur qui traitera le problème comprenne bien l'origine d'une panne.

**Le scénario ne doit pas dépasser 5 minutes*

Pause (20 mins)

Activité en Tandem : Jouer vos scénarios (5 mins/groupe)

Groupe A présente puis Groupe B présente

Restitution en tandem (10 mins)

- Remplissez la partie “Discussion Scénario” de la fiche Scénario-Notes-et-Débrief.
- Préparez un résumé de vos scénarios, vos solutions, et vos enseignements pour présenter à la classe.

Restitution Globale (15 mins)

Résumé de Théorie

La Culture Client : L'ensemble des croyances et des valeurs partagées par les collaborateurs qui placent la satisfaction durable du client comme un objectif prioritaire.

3 Types de Clients :

- **Client Externe (B2B ou B2C)** → Trouver l'équilibre entre la promesse commerciale/attente client vs La réalité technique/juridique (Garanties, délais, stocks)
- **Client Interne (Collègues, Services)** → Trouver l'équilibre entre "Être un Bon Collègue" (solidaire) vs Être un "Bon Employé" (respect des procédures/sécurité)
- **Client Partout (Grand Public)** → Trouver l'équilibre entre l'opérationnel immédiat (je travaille) vs L'image à long terme (je représente la marque)

Piliers Pratiques Comportementales : L'Écoute Active, L'Empathie, La Reformulation, La Pédagogie, Verbalisation précise

“Il n'y a qu'une seule définition valide du but d'une entreprise : créer un client.”