5ème Vente - Art de la vente – Mme Mongiovi
Les différents types de clients en magasin

Bonjour à tous, voici la première partie de notre travail à distance pendant la suspension des cours.

Connaître la personnalité de ses clients, cela fait gagner du temps et surtout, vous permet de mieux les cerner ! Quels sont les clients types ? Quel est leur profil et comment les gérer ?

Je vous demande de vous mettre en situation, comme si vous étiez en magasin (ou lieu de stage). Comment réagiriez-vous, de manière professionnelle, face aux types de clients ci-dessous. Il s'agit ici d'une première approche et non d'une évaluation. Ce travail sera à me remettre le premier jour de la rentrée et nous le corrigerons ensemble. Prenez soin de vous et de vos proches.

Je me tiens à votre disposition si vous avez des questions :

mongiovi_angelique@hotmail.com

0494/54 34 40

Bon travail, Mme Mongiovi

Comment te comporterais-tu avec ces différents types de clients ?

Le client Roi

C'est le plus connu de tous. Il est persuadé que, parce qu'il est client, **tout** lui est dû. Ce client est le moins facile à gérer parce que cette idée est très ancrée dans son for intérieur!

……
……
……
……

Le client anxieux

Il a toujours peur de mal faire ou d'avoir mal fait. Il n'est même pas tout à fait sûr de la vraie définition de ce qu'est "bien faire".
Du coup, il a un 6ème sens pour **repérer** tout ce qui ne va pas ou **tout ce qui pourrait ne pas aller**. Cerise sur le gâteau, il peut paniquer assez rapidement. Et c'est très contagieux !
Si vous n'y prenez gare, vous pourriez bien attraper son anxiété à l'insu de votre plein gré.

……

Le client négatif

Son leitmotiv : « c'est impossible » ou « ça ne marchera jamais ».
Il condamne systématiquement les idées avant même de les connaître.

……
……
……
……

Le client méticuleux obsessionnel

Très perfectionniste, il se perd dans les détails et il a tendance à vouloir que les autres en fassent autant. C'est un client exigent, *mais c'est comme ça qu'on réussit dans la vie, vous savez*.
Il commence souvent ses phrases par un très fatal "**Oui, mais**".

……
……
……

Le client râleur

Il adore **bougonner à propos de tout** mais, en définitive, il s'agit juste d'une attitude de surface. Cela le rend souvent attachant, d'autant qu'il y a toujours un peu de vérité dans ce qu'il dit.

……
……
……

Le client muet

Souvent timide, **il est réservé** et il se conforte dans le silence. C'est l'un des types de clients les plus difficiles à gérer car il communique peu. C'est donc bien difficile de savoir précisément ce qu'il veut. Et en plus de cela, lorsqu'il valide une idée, on n'est jamais tout à fait certain qu'il est vraiment d'accord.

……
……
……

Le client négociateur

Ce client négocie tout, tout le temps. Il passe le plus clair de son temps à discuter de l'opportunité d'**avoir un peu plus**, ou de **payer un peu moins**, ou de **payer un peu plus en retard**. Ce qui l'intéresse c'est avoir la "bonne affaire", le "bon plan", le "bon prix".

……
……
……
……

Le bon client

Ils sont sympathiques, aimables, patients. Ils apprécient votre travail et vous pardonnent même quelques petites erreurs. C'est ce client qui recevra le meilleur service, car il l'appréciera à sa juste valeur et vous encouragera à donner le meilleur de vous-même.

.....
.....
.....

Le client pressé

Il veut tout, tout de suite, et ne veut surtout pas perdre de temps à attendre quoi que ce soit. Vous le repérez bien rapidement dans la file d'attente alors qu'il s'impatiente et qu'il vous exige de tout faire en un temps record lorsque vient le temps de le servir.

.....
.....
.....
.....

Le client indécis

Il est du genre à entrer dans un magasin et d'en faire lentement le tour cinq fois sans se décider. Il ne sait souvent pas vraiment ce qu'il veut.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Le client discret

Il n'ose pas prendre trop de place ou poser trop de questions alors il sera d'accord avec tout ce que vous lui dites. C'est le genre de client à qui l'on pourrait servir n'importe quel plat infâme au restaurant et il répondrait toujours qu'il est satisfait. Toutefois, il est beaucoup moins gêné lorsque vient le temps de parler à ses amis ou ses collègues et c'est là qu'il vous fait une mauvaise réputation.

.....
.....
.....
.....
.....

Le client qui sait tout

Il prétend savoir faire le travail mieux que vous au point où vous vous demandez pourquoi il requiert vos services. Il ne cesse de passer des commentaires sur ce que vous faites ou vous donner des conseils, ce qui peut rapidement devenir envahissant. Il veut tant prendre votre place dans le projet?

.....
.....
.....
.....
.....

Le client colérique

Il se frustre pour un rien et se met alors à se plaindre et vous insulter. Peu importe ce que vous dites, ce ne sera jamais assez pour lui.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Le client autoritaire

Certains clients peuvent être très insistants et autoritaires.

.....
.....
.....

- Préparez-vous à ce que le client élève la voix ou vous insulte.
- Regardez toujours le client dans les yeux, excusez-vous si cela est nécessaire et rappelez au client que ses besoins sont importants pour vous. Essayez de lui dire : « Mr X, nous apprécions beaucoup votre loyauté et nous voulons trouver une solution. Avez-vous une suggestion ? »
- Si le client suggère quelque chose que vous pouvez faire, dites-lui : « c'est une excellente suggestion, M. X et je pense que nous allons pouvoir le faire pour cette fois-ci ». Si sa suggestion est quelque chose que vous ne pouvez pas faire, soyez honnête avec le client. Essayez de lui dire : « merci pour votre suggestion, Mr X, mais je ne peux pas le faire à cause du règlement de la société. Pourrions-nous essayer ____ à la place ? »
- Une bonne connaissance de votre société et de son règlement peut vous aider à négocier avec ce genre de client et vous offrir des solutions viables à ses problèmes.

Le client mal poli ou sans gêne

Ce genre de client peut faire usage de gros mots, il peut vous couper la parole ou exiger votre attention pendant que vous aidez quelqu'un d'autre.

.....
.....
.....

Le client bavard

Certains clients vont se mettre à parler avec vous et vont monopoliser tout votre temps. Ils pourraient vous parler des évènements actuels, du temps qu'il fait ou de leurs expériences personnelles.

.....
.....
.....
.....
.....

Gérer un client difficile

Les gens sont l'une des choses les plus difficiles lorsqu'on travaille dans le service à la clientèle. Que vous travailliez dans le domaine de l'alimentation, de l'habillement, de l'hospitalité, tôt ou tard, vous allez devoir faire face à un client furieux, irrité ou incontrôlable. N'ayez pas peur, car il existe des méthodes testées pour calmer la situation d'une façon qui vous profite, qui profite à votre compagnie, mais encore plus important, qui profite au client. Cela vous permettra de satisfaire votre client en perpétuant l'adage « le client est roi », de rester inflexible sur votre position ou simplement de trouver un compromis.

Synthétisez en une phrase chaque paragraphe.

.....

Les clients difficiles ne s'attendent pas à la perfection, mais ils veulent savoir que vous prenez au sérieux leurs problèmes. Soyez attentif et écoutez calmement le problème du client. Regardez-le dans les yeux et ne souriez pas bêtement. Hochez de la tête lorsque le client énonce un fait que vous trouvez valide.

La plupart des mauvaises interactions avec les clients empirent, car le client a l'impression que vous ne faites pas d'efforts pour comprendre ses soucis. En communiquant votre empathie au client, vous donnez le ton à toute l'interaction et vous lui montrez que vous êtes son allié pour trouver une solution à son problème.

- Dites-lui : « je comprends tout à fait et je suis désolé de la gêne occasionnée. Trouvons une solution ensemble ». En employant le « nous », vous lui indiquez que vous faites équipe pour trouver tous les deux une solution.
- Si le client répète sa plainte, augmentez votre empathie. Répondez-lui par exemple : « cela a l'air incroyablement frustrant » ou bien « à votre place, je ressentirais exactement la même chose ».
- N'oubliez pas que l'expression de votre empathie ne signifie pas que vous donnez au client tout ce qu'il veut. Au lieu de créer une confrontation entre la société et le client, c'est vous et le client contre la société.

En vous imaginant un public qui observe votre conversation, vous arriverez à rester calme. Vous ne voulez pas que d'autres clients voient que vous vous comportez mal avec l'un d'entre eux. Vous devez toujours croire que le client en question va aller raconter à d'autres personnes l'interaction qu'il a eue avec vous.

La façon dont vous interagissez avec les clients ne doit jamais causer du tort à la société, mais elle doit être un exemple de la qualité du service que votre société propose.

Les émotions sont contagieuses. En baissant le ton de votre voix et en parlant plus bas, vous montrerez au client que vous contrôlez la situation et que vous êtes calme. C'est d'autant plus important si le client est très en colère et s'il parle fort. Vous ne devez rien faire qui puisse aggraver la situation.

N'importe quel employé peut s'excuser, quel que soit son rôle dans la société. Regardez le client droit dans les yeux et assurez-vous de communiquer votre sincérité par le ton de votre voix et votre regard. Dites-lui qu'au nom de votre société, vous êtes désolé qu'il ne soit pas satisfait et que vous allez faire tout votre possible pour l'aider.

Le client pourrait vous demander de le faire de toute façon, mais même s'il ne le fait pas, cela reste une bonne idée. Votre superviseur a plus de pouvoir pour arriver à résoudre le problème du client, que cela se fasse au moyen d'une réduction, d'une compensation ou de toute autre concession. En plus, cela permet

de transférer la responsabilité de la satisfaction du client à une personne à un niveau plus élevé dans la hiérarchie, ce qui aide le client à se sentir rassurer.

Une des pires choses à faire est d'offrir une solution ou de faire une promesse que vous ne pouvez pas tenir. Cela va rendre le client encore plus frustré. Si vous n'êtes pas sûr de quelque chose, demandez à votre superviseur. Ne prenez pas une décision précipitée dans le feu de l'action.
Vous pouvez toujours dire au client : « cela pourrait être possible, donnez-moi une minute pour vérifier avec mon superviseur ».

Même si vous avez trouvé la solution que le client espérait et s'il continue à être énervé, essayez de ne pas le laisser partir dans cet état. Essayez plutôt d'exprimer votre gratitude pour sa patience et promettez-lui que vous ferez tout votre possible pour que son expérience suivante se passe bien. Par exemple, vous pourriez lui dire : « je vous remercie de votre patience pendant que nous trouvions une solution à votre problème. Je me réjouirai la prochaine fois de m'occuper personnellement de votre prochain contact avec notre société pour être sûr que tout se passe bien, n'hésitez pas à me demander ».
Si vous n'avez pas pu satisfaire le client, essayez toujours de créer un souvenir positif lorsque le client s'en va en restant courtois et professionnel. Le client partira alors en pensant : « ils n'ont pas pu m'aider, mais au moins le vendeur a été gentil ».

Si le client commence à devenir violent ou montre des signes qui indiquent qu'il ne veut pas se calmer, appelez la sécurité du magasin ou les urgences et demandez à la police de résoudre le problème. Si le client fait une scène, s'il vous insulte ou insulte d'autres employés, s'il essaye de vous intimider physiquement, appelez les services de sécurité. Vous êtes allé aussi loin que vous le pouviez, autant pour votre propre bienêtre que pour celui de votre client.
Si le client est ivre ou sous l'influence de drogues, ne perdez pas votre temps à essayer de le raisonner. Appelez directement la sécurité pour vous assurer du bienêtre de tout le monde.

Préparez-vous à satisfaire le client même si vous croyez qu'il a tort. Vous allez devoir faire preuve d'humilité en face du client ou vous excuser pour quelque chose que vous ne croyez pas être important. Ne soyez jamais trop fier pour faire de votre mieux afin de satisfaire vos clients.
Pensez à ce vieil adage du service à la clientèle : « le client a toujours raison ». Cela ne veut pas dire que d'une façon objective, la plainte du client est juste et correcte. En gérant l'interaction d'une façon positive qui apporte de la satisfaction au client, vous ne vous humiliez pas en tant qu'employé, vous essayez simplement de conserver la fidélité de votre client.

N'oubliez pas que des clients heureux vous permettent de voir votre commerce florissant. Un client satisfait pourrait partager avec d'autres personnes son expérience positive, mais un client insatisfait va surement en parler à d'autres. Cela signifie moins de revenus pour votre affaire. Pendant que vous essayez de calmer les nerfs de votre client, voyez cette interaction comme une possibilité de conserver un client futur que vous auriez sinon perdu.

Souvenez-vous que quoi qu'il se passe, cela n'a aucun rapport avec qui vous êtes en tant que personne. Les plaintes des clients ne doivent jamais être prises comme des insultes personnelles, même si le client vous insulte personnellement. Mettez de côté votre fierté et votre désir de favoriser votre égo à l'expérience du client. Même s'il peut être tentant de vouloir prouver au client que vous avez raison et qu'il a tort, résistez-y.
Les clients difficiles sont une partie du service à la clientèle. Voyez ce genre de situations comme une partie normale de votre travail.

Conseils

- Ne soyez pas hautain. Rien ne peut faire empirer une situation qu'un employé qui a l'air malpoli ou moqueur. Parlez d'une voix polie, mais sincère.

- Ne vous laissez pas marcher sur les pieds. Il existe une différence entre aider un client et laisser un client vous marcher dessus. Informez le client de vos limites dès le début et restez poli, mais ferme.

- Évitez de répondre avant d'avoir écouté en entier ce que le client vous dit et assurez-vous de vous démarquer de la solution au problème. Après avoir écouté, trouvez le courage et la force de garder le silence après avoir posé d'une voix compatissante la question critique : « mais alors, que voulez-vous ? » Souvenez-vous que dans la plupart des négociations, celui qui offre une solution en premier est généralement celui qui perd.

- Certains clients peuvent être plus difficiles que d'autres. Ne laissez pas un client vous insulter ou vous toucher. Appelez la sécurité ou un gérant.

- Appelez le client par son nom si cela est possible. Tout le monde aime entendre son nom et vous pourriez lui donner l'impression de ne pas vous intéresser à lui en parlant de lui comme étant « le client ».

- Assurez-vous de ne dire que la vérité à votre superviseur, n'essayez pas de cacher ou de minimiser quelque chose que vous avez fait. Informez directement votre superviseur que vous avez un problème avec un client, même si c'est de votre faute. Il y a de bonnes chances que votre superviseur soit satisfait que vous soyez arrivé à le gérer seul.

- Souvenez-vous que le client a toujours raison, mais seulement dans certaines situations !

- Faites-vous aider si vous en avez besoin. Appelez votre superviseur ou votre chef si vous êtes seul. Ne vous débattez pas tout seul, vous ne faites qu'aggraver la situation.

http://fr.wikihow.com/g%C3%A9rer-un-client-difficile