

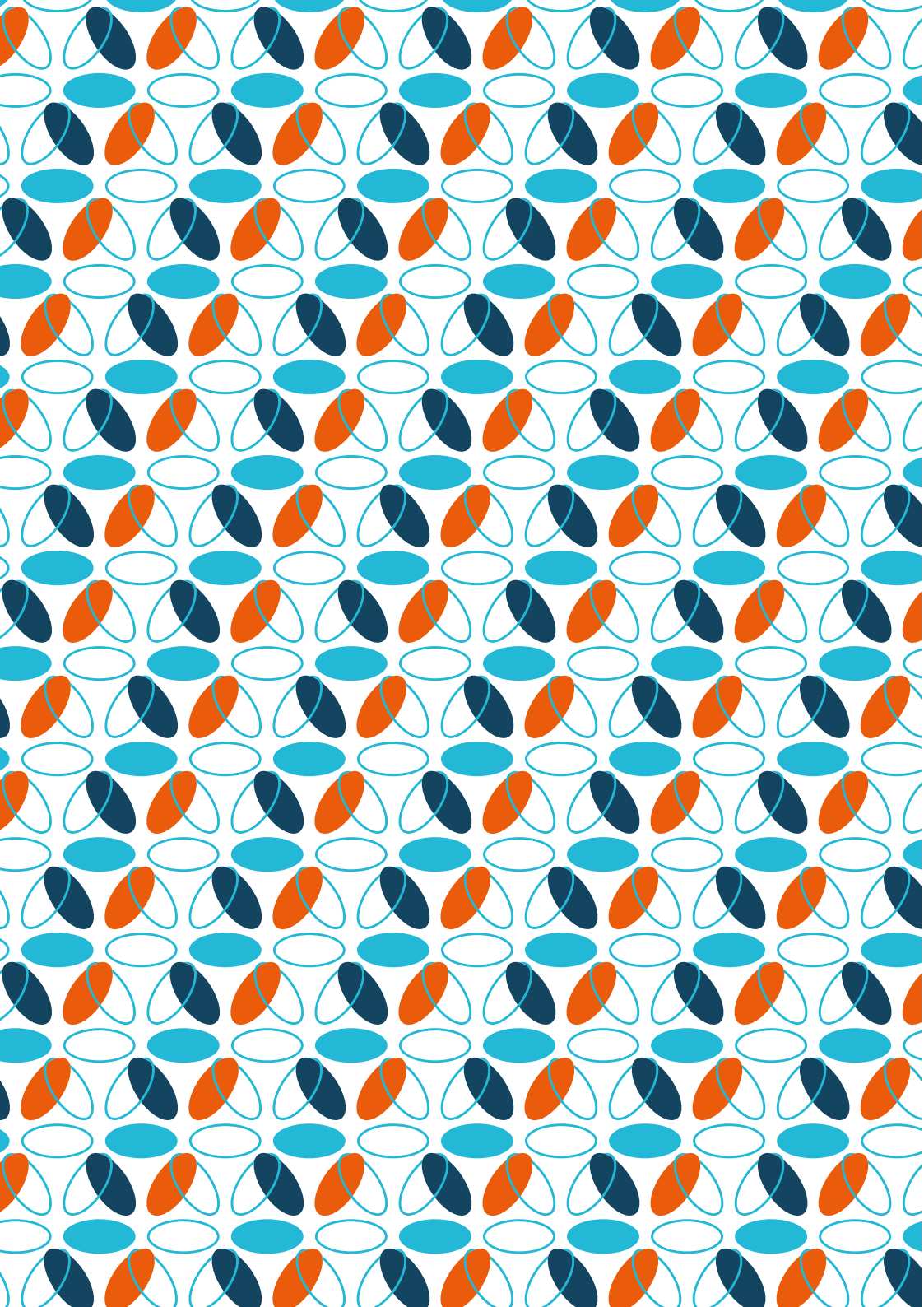
Edition 2022

# Code Client

Télévente sortante

**on est fait pour  
être ensemble**





# La posture relationnelle de Bouygues Telecom



# La posture relationnelle de Bouygues Telecom

## Plateforme de marque *Notre raison d'être*

### Mission

Faire grandir les relations humaines

### Signature

On est fait pour être ensemble

## Personnalité de marque *Qui nous sommes*

### Personnalité de marque

Les artisans des liens humains

### 5 traits de personnalité

Collectif, empathique, proactif, honnête, inspirant

## Posture relationnelle *Comment nous l'incarçons*

### Grands principes

Nos 5 traits de personnalité se traduisent par des grands principes de posture relationnelle.

### Code Client

Ces grands principes s'appliquent et sont visibles grâce à l'utilisation de marqueurs relationnels (ce que je dis, ce que je fais, comment je suis).

#### Des marqueurs par étape

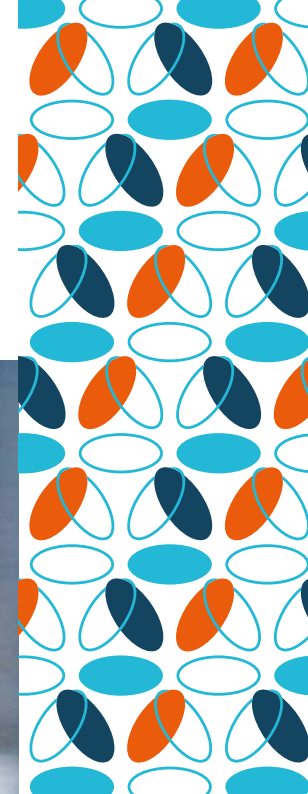
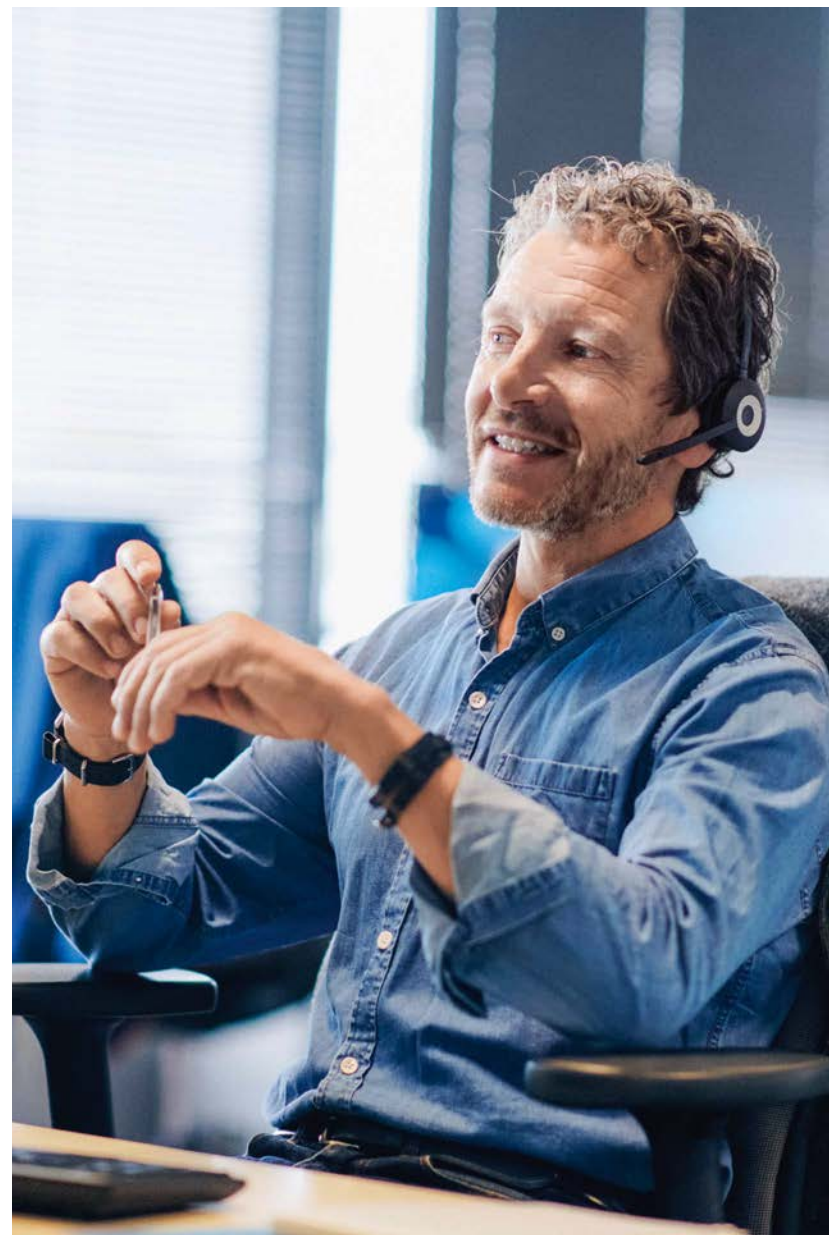
Accrocher | Découvrir | Convaincre | Conclure

#### Intelligence émotionnelle

Prendre en compte l'émotion de mon client

#### Intelligence situationnelle

S'adapter à la situation client



on est fait  
pour être  
ensemble





# Plateforme de marque

## Notre ambition

Devenir N°2 en terme de considération sur le marché des télécoms

## Notre vision

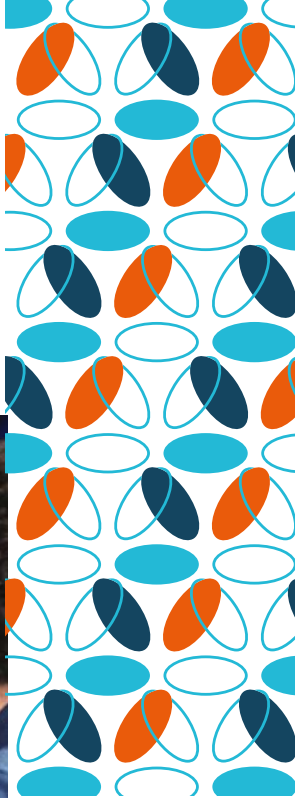
Nous croyons que la qualité de nos relations est la clé du bonheur

## Notre mission

Nous existons pour faire grandir les relations humaines

## Notre signature

On est fait pour être ensemble

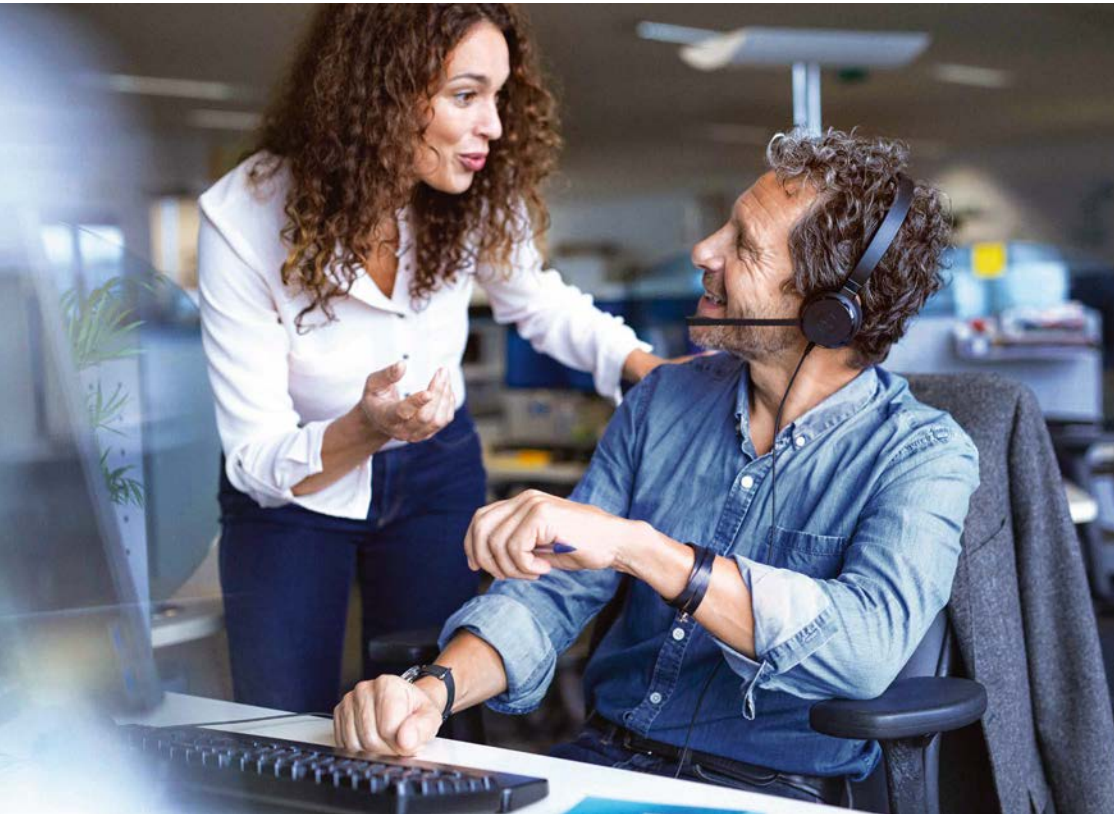


on est fait  
pour être  
ensemble





# Personnalité de marque



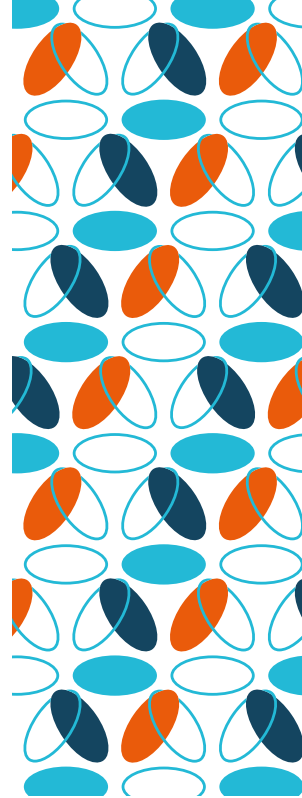
## Nous sommes Les artisans des liens humains

Chez Bouygues Telecom nous avons à cœur, au quotidien, de mettre notre expertise de la technologie au service d'un idéal : contribuer à créer et enrichir les liens entre les gens, des liens plus forts, des liens durables. Pour nous, la technologie est un moyen, pas une fin. Un moyen donné à tous, pour tisser des liens. Lorsque l'on installe une antenne relais mobile, que l'on raccorde un foyer à la fibre, que l'on donne accès à de nouvelles applications... On installe d'abord une relation.

Ce qui nous définit, c'est bien plus qu'un opérateur télécom : nous sommes les artisans des liens humains. Nous agissons comme un collectif, qui met son expertise métier et sa passion au service de relations humaines de qualité. C'est ce supplément d'âme que nous mettons dans notre métier qui fait la différence. Un savoir-faire et une exigence qui nous sont propres. Une passion que nous avons plaisir à transmettre aux autres.

5 traits de personnalité qui caractérisent les artisans des liens humains

 **Collectifs** |  **Empathiques** |  **Proactifs** |  **Honnêtes** |  **Inspirants**



**on est fait  
pour être  
ensemble**





# Les traits de personnalité

Nos 5 traits de personnalité se traduisent par des grands principes de posture relationnelle.

## Collectifs

### Faire équipe

Se comporter comme le membre d'une équipe, à laquelle je peux passer le relais et sur laquelle je peux m'appuyer.

Jouer collectif tout en étant responsable individuellement.

Faire équipe avec le client : ne jamais le laisser seul affronter une difficulté.

## Empathiques

### Être attentionnés

Faire preuve d'écoute, de compréhension et de considération.

Être chaleureux sans être intrusifs.

Être sympathiques sans être trop gentils ou familiers.

Prendre plaisir à transmettre.

## Proactifs

### Entreprendre

Assumer sa vision et l'affirmer. Être assertif.

Anticiper les besoins de nos clients en prenant des initiatives. Aller au-delà de leurs attentes.

Parfois surprendre positivement.

## Honnêtes

### Parler vrai

S'attacher à être les plus clairs possible et à ne rien cacher.

Simplifier le discours technique.

Être respectueux du client sans en faire trop.

Être VRAI.

## Inspirants

### Faire grandir

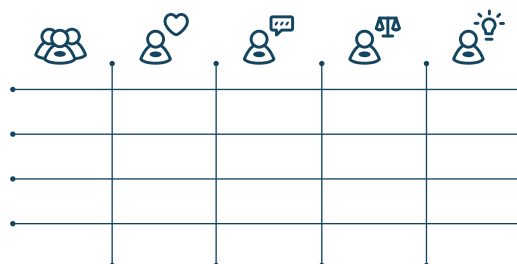
Inspirer par une vision positive et progressiste de la société.

Montrer de la confiance et de l'optimisme dans la capacité à trouver une solution.

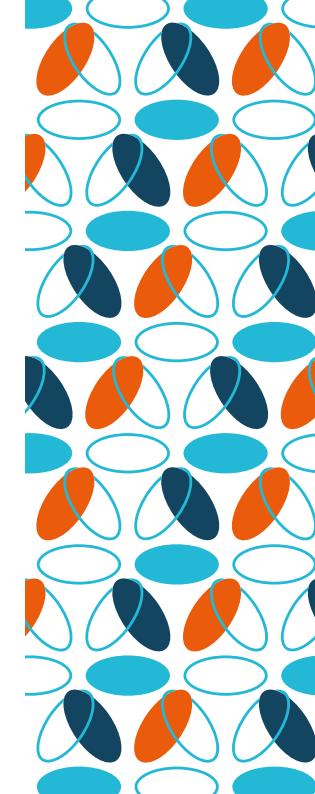
Générer de l'enthousiasme dans chaque interaction.

## Mon positionnement personnel

**C'est complètement moi !**  
**Je le suis régulièrement**  
**Je le suis de temps en temps**  
**Je dois travailler**

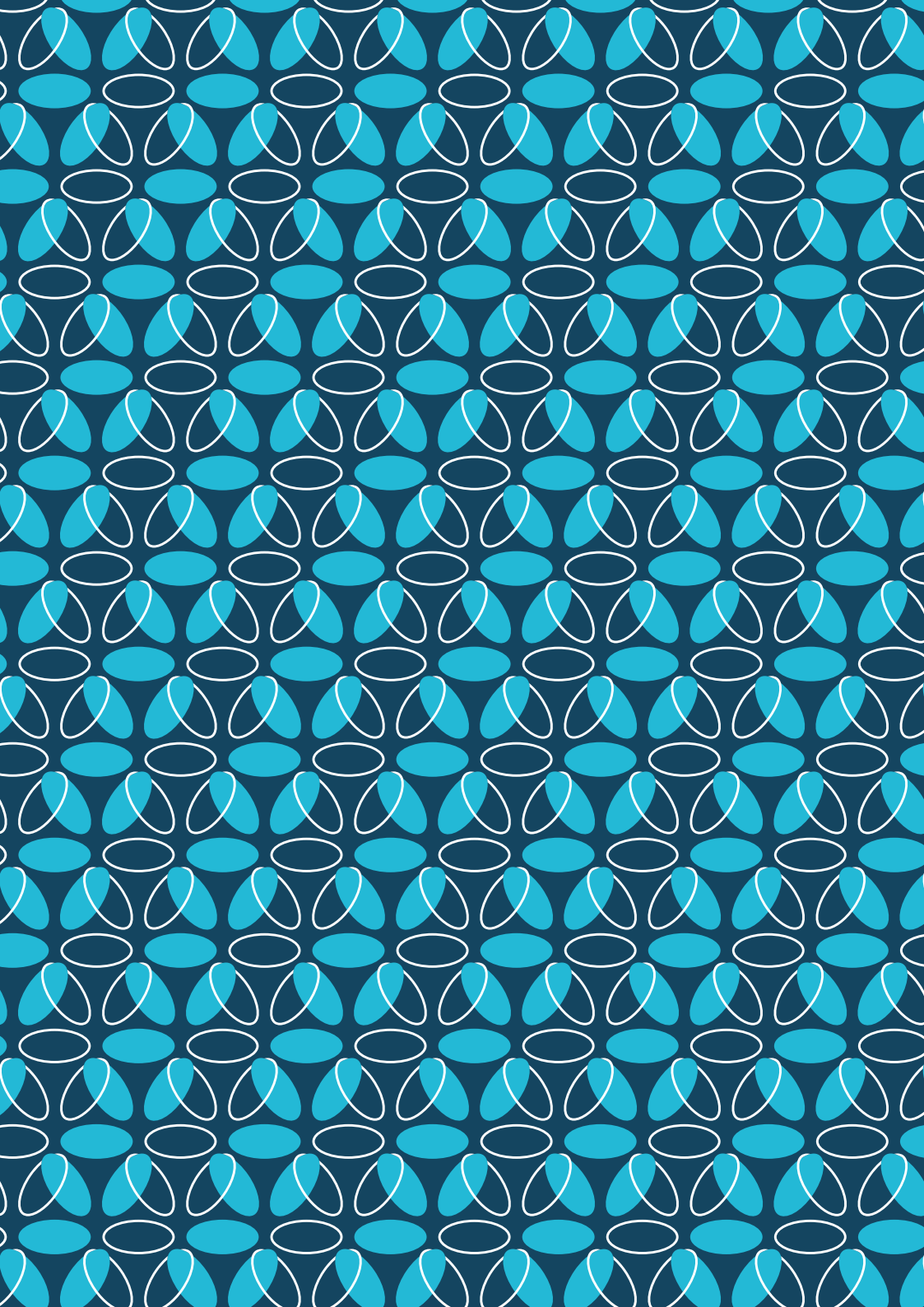


Ces grands principes de posture relationnelle, liés à nos traits de personnalité, sont ensuite incarnés dans nos prises de parole et notre façon d'interagir avec nos clients et nos prospects, grâce à des marqueurs (ce que je dis, ce que je fais, comment je suis).



on est fait pour être ensemble





# Code Client



# Grands principes du code client

## Mettre en place des marqueurs relationnels dans les étapes de ma méthode de vente avec le client pour faire ressentir nos 5 traits de personnalité

Désormais retrouvez les marqueurs relationnels projetés en face de votre méthode de vente pour une meilleure appropriation.

**L'objectif ?** Incarner nos 5 traits de personnalité pour devenir un artisan des liens humains et faire de Bouygues Telecom un expert de la relation client.

## Prendre en compte l'émotion de mon client (intelligence émotionnelle)

**Être les artisans des liens humains c'est placer l'humain au cœur de notre métier.**

C'est pour cela qu'il est essentiel que nos marqueurs relationnels prennent en compte les émotions de nos clients. Vous trouverez des conseils pour devenir expert de ce sujet à la page 19.

## S'adapter à la situation du client (intelligence situationnelle)

**Construire une relation, c'est ça être les artisans des liens humains. Cela implique aussi de s'adapter à la situation du client.**

Vous le savez, tout ne se passe pas toujours comme prévu ... et même si les demandes peuvent se ressembler, chaque client est unique. Plus d'information sur ce grand principe page 40 du code client.

# Les mots-clés du code client

**Relais**  
**Content**  **Nous**  
Je vous explique

**Meilleur Ensemble**

**Vous Plaisir Ravi** 

Nous allons

Mettre en relation **Votre**

**Bon endroit**

**Par exemple** **Heureux**

 **Bravo** Vous aider

Faire équipe Mme/M.

**C'est comme si** **Merci**

**Coéquipier** Avec plaisir



# Les étapes du code client

## Accrocher

- | Bien démarrer son appel
  - | Communiquer la nature de l'appel
  - | Traiter les barrages
  - | Informer sur la CNIL
- 

## Découvrir

- | Questionner pour comprendre les besoins
  - | Découvrir le foyer du client
  - | Reformuler le besoin
- 

## Convaincre

- | Proposer l'offre
  - | Proposer des ventes complémentaires
  - | Rebondir sur le foyer
- 

## Conclure

- | Valoriser et contractualiser l'échange
  - | Informer et accompagner
  - | Conclure l'appel
- 





CODE CLIENT - TELEVENTE SORTANTE

# Accrocher 1/2

## Bien démarrer son appel

### La méthode

- | Je dis bonjour.
- | Je me présente.
- | Je vérifie l'identité du client/prospect et je valide qu'il est bien le titulaire de la ligne.

## Communiquer la nature de l'appel

- | J'annonce la nature de mon appel avec détermination.

### Les marqueurs relationnels

- | **Accrocher chaleureusement et de façon personnalisée.**
  - Nommer le client/prospect par son nom / ou valider la bonne prononciation de son nom\*.
  - Se présenter par son prénom en indiquant sa fonction.
  - Indiquer que j'appelle de la part de Bouygues Telecom.

- | **Ne pas être mécanique**  
Varier ses phrases d'accroche en fonction de la typologie client, de la campagne, des barrages.

- | **Montrer de l'enthousiasme**  
Exprimer mon envie d'échanger et de parler de mes offres.

### Exemples de mots pour le dire

« ..... »

- | **TLVs acqui PP**  
« **Bonjour Mme/Mr , je suis [prénom], expert commercial de chez Bouygues Telecom. Je suis bien avec Mr ou Mme [nom] C'est un plaisir de vous avoir en ligne .** ».

- | **TLVs acqui VSB**  
« **Bonjour Mme/Mr [nom]. Je suis « prénom du conseiller » votre conseiller commercial Bouygues Telecom. Je suis ravi(e) de vous avoir au téléphone. Tout d'abord, je tiens à vous remercier pour votre confiance / fidélité .** ».

- | **TLVs rétention**  
« **Bonjour Mme/Mr [nom], je suis [Prénom du conseiller], du service qualité Bouygues Telecom. Je suis bien avec Mr ou Mme X, ravi(e) de vous avoir en ligne, je vous appelle pour faire un point sur vos offres / sur votre niveau de satisfaction par rapport à vos offres .** ».

\*Excusez moi, j'ai peur d'écrocher votre nom... pouvez-vous me confirmer sa bonne prononciation ? ».

« Comme vous le savez, Bouygues Telecom a installé la fibre optique dans votre quartier. Nous pouvons maintenant vous proposer la fibre, **c'est une très bonne nouvelle !** ».

« Je vous contacte pour **partager avec vous** nos offres mobiles . Etant client, **Bouygues Telecom vous a réservé de très belles remises sur les Smartphone dernière génération/ de même génération. Je vous explique rapidement si vous permettez ?** ».

»



CODE CLIENT - TELEVENTE SORTANTE

## Accrocher 2/2

### Traiter les barrages

#### La méthode

**| Je rebondis positivement car mon appel n'est pas sollicité (barrage)**

- Je ne suis pas intéressé.
- S'il ne s'agit pas de la personne attendue.
- Si le client n'est pas disponible.
- S'il m'indique ne plus vouloir être contacté par Bouygues Telecom.
- Contentieux/panne en cours. Proposer un Callback

### Informé sur la CNIL

**| J'obtiens le consentement du client**

**| J'annonce la phrase CNIL**

**| Je lis la phrase CNIL dans sa totalité.**

#### Les marqueurs relationnels

**| Respecter**

Ne pas juger le client, l'accepter tel qu'il est.

**| Rassurer le client**

Montrer que je suis à l'écoute.

**| Parler vrai**

S'attacher à être le plus clair possible et à ne rien cacher.

**| Ne pas être mécanique**

Dans la lecture de la phrase CNIL.

#### Exemples de mots pour le dire

« ..... »

« **Rassurez-vous cela ne vous engage à rien, c'est un simple échange et si cela ne vous intéresse pas j'aurai été ravi d'échanger avec vous** ».

« Puisque je vous ai en ligne, rien ne nous empêche de **vous parler/de vous faire part / d'échanger sur nos offres, c'est une bonne occasion d'en parler** ».

« **Je vous propose de vous recontacter** à un moment où vous serez disponible. **Quel serait le meilleur moment pour vous ?** » => Prise de rendez-vous.

**soyez plus contacté. Merci de votre temps, je vous souhaite une excellente journée de la part de Bouygues Telecom** » => Je saisis une demande « stop contact » (si et seulement si le client en exprime explicitement le besoin).

« Vous avez besoin d'une expertise approfondie pour répondre à votre demande .... / pour vous aider. **Je vais vous mettre en relation** avec un coéquipier du service client. **Nous allons fixer ensemble un rendez-vous** »

« **Si vous êtes d'accord pour poursuivre notre conversation Monsieur, je vais vous informer** du cadre légal de l'appel ».

« **Avant d'échanger ensemble sur nos offres** et si vous êtes d'accord pour poursuivre notre conversation, **je vais vous informer** du cadre légal de l'appel ».

« **Avant d'échanger ensemble sur nos offres, je vais vous informer** de vos droits, si bien entendu, vous êtes d'accord pour poursuivre notre conversation ».

»



CODE CLIENT - TELEVENTE SORTANTE

# Accrocher

## Mes phrases référence

### Bien démarrer son appel

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Communiquer la nature de l'appel

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Traiter les barrages

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Informez sur la CNIL

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# Découvrir

## Questionner pour comprendre les besoins

### La méthode

- | J'explique au client que je vérifie son adresse afin de réaliser un test d'éligibilité.
  - | Je pose des questions ouvertes pour que le client s'exprime.
  - | J'écoute attentivement ce que me dit le client/prospect.
  - | Je rebondis et creuse sur les besoins/habitudes communiqués par le client/prospect.
- 
- | J'interroge le client pour savoir si toutes ses lignes mobiles/Box sont chez nous.
  - | Je pose des questions rebonds en lien avec le discours/environnement du client.

## Découvrir le foyer du client

## Reformuler le besoin

- | Je résume les informations communiquées par le client.
- | Je remercie le client.

### Les marqueurs relationnels

- | **Respect**  
Ne pas juger le client, l'accepter tel qu'il est.
- | **Rassurer le client**  
Montrer que je suis à l'écoute.
- | Être centré sur le client et à l'écoute de ce qu'il dit.

- | **Se montrer enthousiaste**  
Exprimer l'envie de trouver l'offre qui correspond le mieux à ses besoins.
- | **Faire équipe avec le client** dans la recherche de solutions.

### Exemples de mots pour le dire

- « ..... »
- « **Avant de poursuivre notre échange nous allons vérifier ensemble votre adresse et tester votre éligibilité** ».
- « Pour cerner au mieux votre besoin/vos habitudes, **je vais me permettre de vous poser quelques questions** : Quels sont vos besoins ? Que souhaitez-vous améliorer ? ».
- « **Je vais commencer par vous poser quelques questions** pour en savoir plus sur vos habitudes de consommation ».
- « Qu'est-ce qui vous plait dans votre offre actuelle, qu'aimeriez-vous changer ? ».
- « ..... »
- « **Vous êtes combien à la maison / dans votre foyer ?** ».
- « Est ce que l'ensemble de vos lignes mobiles sont chez nous ? ».
- « **Je vois** que vous n'avez pas la box, peut-être est-elle chez un autre opérateur ? ».
- « ..... »
- « **Afin d'être sûr d'avoir bien compris, je me permets de résumer vos besoins...Dites-moi si j'ai oublié quelque chose ?** ».
- « **Merci pour toutes ces informations, je vous propose que nous regardions ensemble l'offre qui vous convient le mieux** ».
- « ..... »



CODE CLIENT - TELEVENTE SORTANTE

# Découvrir

## Mes phrases référence

### Questionner pour comprendre les besoins

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Découvrir le foyer du client

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Reformuler le besoin

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# Convaincre

## Proposer l'offre

### La méthode

| Je réalise ma proposition commerciale en m'appuyant sur les éléments de ma découverte.

| Je mets en avant les bénéfices pour le client.

| J'exploite les leviers commerciaux dans le cas d'une objection.

## Proposer des ventes complémentaires

| Je propose un service/ une option en lien avec les besoins détectés.

| Je propose des accessoires.

| J'exploite les leviers commerciaux pour vendre plus.

## Rebondir sur le foyer

| Je propose des lignes supplémentaires pour le foyer.

| J'exploite les leviers commerciaux dans le cas d'une objection.

| Je fixe un rappel si la proposition n'aboutit pas.

### Les marqueurs relationnels

#### Manifester de l'enthousiasme

Être convaincant et enthousiaste pour présenter les offres / produits.

| **Personnaliser les échanges** en fonction du client, l'aider à se projeter dans une scène de vie qui lui correspond.

#### Utiliser un vocabulaire intelligible

Expliquer simplement les choses au client sans utiliser de termes techniques.

### Exemples de mots pour le dire

« ..... »

« **Par rapport à ce que vous m'avez dit, je vous recommande...** ».

« **Bonne nouvelle, j'ai une offre parfaite pour vous** ».

« **Vous m'avez dit que ce qui est important pour vous c'est...** ».

« **Pour vos ados, c'est la box parfaite, ils pourront tous regarder leurs vidéos en même temps** ».

« **Vous pourrez regarder Netflix pendant que vos enfants jouent en ligne** ».

« **J'entends votre réserves**, cependant grâce à la promotion X vous allez pouvoir économiser X€ ».

« ..... »

« **Comme vous j'adore le cinéma, je vous propose de découvrir / tester le bouquet ...** ».

« **Je vous propose de protéger votre nouveau téléphone avec .... Et bonne nouvelle** il y a actuellement un remboursement de X€ sur votre accessoire. Il vous revient uniquement à X€, **il ne faut pas rater ça !** ».

« ..... »

« **Vous m'avez dit** que vous étiez attentif à votre budget, et **si nous regardions ensemble comment vous faire faire des économies supplémentaires ?** ».

« Vous savez qu'en prenant la box chez nous, vous allez pouvoir bénéficier de remises supplémentaires ? ».

« **Je comprends que vous ayez besoin** d'en discuter avec votre femme... **Je vous propose** de vous rappeler demain. A quelle heure êtes-vous disponible ? ».

»



CODE CLIENT - TELEVENTE SORTANTE

# Convaincre

## Mes phrases référence

### Proposer l'offre

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Proposer des ventes complémentaires

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Rebondir sur le foyer

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---





CODE CLIENT - TELEVENTE SORTANTE

# Conclure

## Valoriser et contractualiser l'échange

### La méthode

- | Je valorise le choix du client et je l'informe de la démarche contractuelle.
- | Je réalise la saisie des informations en expliquant les étapes de souscription au client.
- | Je relis le récapitulatif de la commande en mettant en évidence les informations importantes.

## Informier et accompagner

- | J'explique au client les événements à venir et les actions à réaliser.
- | Je valide la bonne compréhension du client.
- | J'informe de la « rupture d'appel ».

## Conclure l'appel

- | **Cas 1 : Vente concrétisée**
  - Je remercie le client.
  - Je lui souhaite la bienvenue (prospect).
  - Je dis au revoir.
- | **Cas 2 : Vente non concrétisée**
  - Je remercie le client.
  - J'indique que Bouygues Telecom reste à sa disposition.
  - Je dis au revoir.

### Les marqueurs relationnels

- | **Se montrer enthousiaste**  
vis-à-vis du choix du client.
- | **Faire équipe**  
avec le client lors de la saisie des informations (Ne pas laisser de silence).
- | **Utiliser un vocabulaire intelligible**  
Expliquer simplement les choses au client sans utiliser de termes techniques.

- | **Témoigner de la reconnaissance**  
Fidélité, confiance, disponibilité, patience.
- | **Remercier chaleureusement le client**  
Montrer au client/prospect que j'ai été ravi(e) de m'occuper de sa demande.
- | **Personnaliser la prise de congé**  
Personnaliser la clôture en nommant le client.

### Exemples de mots pour le dire

- « ..... »
- « **Mme/Mr (Nom), vous avez fait un très bon choix, nous allons maintenant saisir les informations ensemble** ».
  - « **Mme/Mr ( Nom ), comme nous avons vu ensemble, vous avez choisi l'offre... c'est un très bon choix** ».
  - « **Je vous propose qu'ensemble nous réalisons les étapes de votre souscription, à chaque étape je vous expliquerai ce que je fais** ».
- « ..... »
- « **Je vais vous donner tous les éléments nécessaires** pour valider votre commande en toute autonomie ».
  - « **Est-ce que tout est clair pour vous ?** Avez-vous des questions ? ».
  - « Afin de finaliser votre commande, **nous allons créer ensemble votre espace client, je vais vous accompagner sur les différentes étapes** et je vous laisserai valider votre commande en toute autonomie ».
- « ..... »
- | **Vente concrétisée**
    - « **Mme/Mr [nom], merci pour votre confiance, j'ai été ravi(e) de vous accompagner, vous êtes le bienvenu chez nous** » (prospect).
    - « **Mme/Mr [nom], je vous remercie pour votre confiance/patience/ fidélité/votre appel/le temps passé ensemble et je vous souhaite une bonne journée/soirée** ».
  - « **Merci une nouvelle fois pour votre confiance, je vous souhaite un bon début de week-end/séance de cinéma** ».
  - | **Vente non concrétisée**
    - « **Je vous remercie pour le temps passé ensemble.** Je suis désolé que nous n'ayons pas trouvé la solution qui correspond à vos besoins. **Toute l'équipe Bouygues Telecom reste à votre disposition si vous changez d'avis** ».
- « ..... »



CODE CLIENT - TELEVENTE SORTANTE

# Conclure

## Mes phrases référence

### Valoriser et contractualiser l'échange

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Informier et accompagner

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Conclure l'appel

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# Prendre en compte l'émotion de mon client

(intelligence émotionnelle)

## Être les artisans des liens humains c'est placer l'humain au cœur de notre métier.

C'est pour cela qu'il est essentiel que nos marqueurs relationnels prennent en compte les émotions de nos clients.

Dans certaines situations, vous ne pourrez pas juste appliquer les marqueurs attendus, il faudra tenir compte de l'état d'esprit du client, de certaines de ces émotions afin de ne pas provoquer l'inverse de ce qui est attendu en terme de posture relationnelle.

Nous parlons alors de faire preuve d'intelligence émotionnelle.

Cette fiche pratique vous permettra de découvrir la méthode pour gérer les émotions clients.

## Nous avons tous des émotions

Il existe 4 émotions primaires.

**Une seule est positive : la joie** (chaleureux), les 3 autres sont souvent à l'origine de situations sous tension.



Joie



Colère



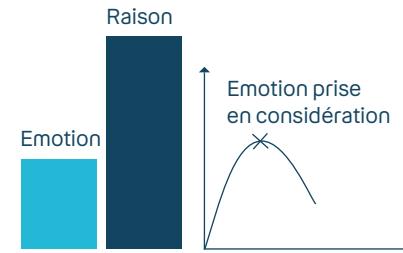
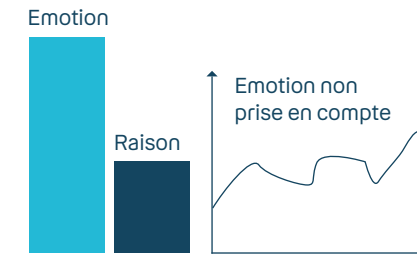
Déception



Peur

## Pourquoi est-ce important de prendre en compte l'émotion du client ?

Si on ne prend pas en compte l'émotion du client, celle-ci revient, s'intensifie et peut varier tout au long de votre appel. Car l'émotion prend le dessus sur la raison, le client ne vous écouterait plus, tant vous ne l'avez pas prise en compte.



Si on prend en compte l'émotion du client, celle-ci diminue. Car la raison reprend le dessus sur l'émotion, le client est de nouveau à votre écoute car vous l'avez prise en compte.

## Comment les gérer ?

- 1 **Identifier l'émotion** : est-ce de la peur, de la tristesse (déception), de la colère ou de la joie ?
- 2 **Légitimer** : montrer au client avec des mots qu'on a pris en compte son émotion, j'accuse réception de son émotion.
- 3 **Appliquer les postures en lien avec l'émotion** : rassurer le client, lui envoyer des signes de reconnaissance, de respect.

# Prendre en compte l'émotion de mon client

(intelligence émotionnelle)

## J'identifie l'émotion



### La colère

Le client est exigeant, excessif. Il ne se sent pas considéré.

*Il parle fort, crie, insulte, voire menace.*

*Il fait des phrases courtes, adopte un ton sec, coupe la parole.*



### La déception

Le client est triste, déçu, malheureux. Il ne sent pas reconnu.

*Il a une attitude de repli sur soi.*

*Il fait des phrases longues et hésitantes, adopte un débit de parole lent et bas, un ton de voix triste.*



### La peur

Le client est inquiet, angoissé. Il ne se sent pas rassuré.

*Il parle doucement, sur un ton calme.*

*Il fait des phrases courtes, adopte un ton bas, il est hésitant.*

## Je légitime avec des mots

| J'accuse réception de l'émotion.

| Je reconnais le client dans son droit à être en colère.

| Je me mets à sa place.

| Je présente des excuses au nom de Bouygues Telecom si cela se justifie.

« J'entends votre mécontentement ».

« Je comprends que vous soyez agacé au vu de la situation ».

« Je suis navré pour les désagréments occasionnés ».

« Je vous présente nos excuses au nom de Bouygues Telecom ».

| J'accuse réception de l'émotion.

| Je comprends que le client est déçu de sa situation.

« Je comprends que vous soyez déçu de... Ce n'est pas ce que vous souhaitiez ».

| J'accuse réception de l'émotion.

| Je comprends que le client soit inquiet pour ce motif.

| Je me mets à sa place.

« Je vois que vous êtes inquiet. Je le comprends tout à fait, c'est normal. Je me mets à votre place ».

## J'applique la posture en lien avec l'émotion

| Je respecte le client. Je ne juge pas sur les raisons de sa colère.

| Je passe vite à l'action en proposant de traiter le problème, sans perdre de temps à expliquer le pourquoi.

« Afin de vous apporter des réponses à votre situation, je vais demander à mon coéquipier du service client de vous appeler aujourd'hui. Etes-vous joignable à 15h ? »

« Je comprend votre agacement, nous allons regarder ensemble l'offre qui va vous satisfaire »

| Je manifeste des signes de reconnaissances : je lui déclare que je suis également déçu qu'il ne soit pas satisfait.

| Je lui déclare que je souhaite améliorer sa situation pour qu'il reparte satisfait.

« Cela m'embête que vous ne soyez pas satisfait. Regardons ensemble comment nous pouvons améliorer la situation. ».

| Je rassure le client.

| J'accompagne le client, je l'aide.

| Je prends le temps de bien lui expliquer.

« Je vais vous accompagner pas à pas pour que tout soit clair pour vous ».

« Je vous rassure depuis notre espace client Bouygues Telecom votre paiement sera parfaitement sécurisé. Je vais vous guider dans sa création ».



FICHE PRATIQUE 2

# S'adapter aux situations client

(intelligence situationnelle)

Dans certains cas, le client ne manifestera pas d'émotions particulières pour évoquer la situation qu'il rencontre ou le contexte dans lequel il se trouve. Cependant, dans certains cas, la situation ou contexte du client nécessite de s'adapter. En écoutant ce qu'il vous dit et en analysant les informations client, vous devrez être en mesure de vous alerter.

Interrogez-vous :

« Est-ce judicieux d'appliquer le code client comme je le fais d'habitude avec ce client ? ».

« Dois-je adapter mon discours et ma posture vis-à-vis des marqueurs attendus ? ».



## 1 Je m'alerte Sur quoi ?

| Sur un contexte particulier vécu par le client dans son parcours chez Bouygues Telecom. **Par exemple** : un engagement de Bouygues Telecom non respecté.

| Sur une situation personnelle du client particulière ou anormale. **Par exemple** : un changement de situation familiale, une dépense imprévue, ...

## 2 Je m'adapte Comment ?

### En adaptant ma posture

- | Je me mets à la place du client.
- | Je fais preuve de bon sens face à la situation rencontrée.

### En observant les informations Be 360 pour un déjà client

- | Je consulte les notifications, l'historique des demandes, les communications transmises au client.

### En ne m'arrêtant pas au process

- | Je peux faire appel à mon superviseur.
- | Je peux escalader la problématique du client : Callback.



# S'adapter aux situations client

(intelligence situationnelle)

## Je m'alerte sur la situation/ contexte client (exemples)

Le client indique avoir demandé à plusieurs reprises à ne plus être contacté.

Le client évoque une situation personnelle difficile.

## Je m'adapte

- | J'adapte mon marqueur.
- | Je me mets à la place du client.
- | Je lui envoie des signes de reconnaissance (je lui montre que j'ai pris en compte le contexte particulier vécu dans son parcours Bouygues Telecom).

- | J'adapte mon marqueur.
- | Je me mets à la place du client.
- | Je lui envoie des signes de reconnaissance (je lui montre que j'ai pris en compte son contexte particulier)



Si on ne s'adapte pas lors de ces situations exceptionnelles, au mieux le client aura le sentiment que votre discours est mécanique, au pire, cela pourra créer des tensions dans la relation.

S'adapter à la situation, c'est faire preuve d'intelligence situationnelle.

## Les mots pour le dire

« .....

« Je vous présente mes excuses au nom de Bouygues Telecom, cela n'aurait pas dû arriver, je vais faire le nécessaire aujourd'hui et l'indiquer dans votre dossier ».

« Je comprends votre situation, mon objectif est de vous aider en trouvant l'offre qui vous correspond et qui vous permettra de faire des économies / vous aider dans votre quotidien / profiter de ce nouveau service ».

»

