Grande distribution

Un sourire pour satisfaire le client

Les 250 collaborateurs des magasins Super U de Colmar suivent une formation pour améliorer la fidélisation de la clientèle. Cela passe aussi par le sourire.

« La caissière, c'est la dernière image que le client garde du magasin avant de partir », souligne Georges Tischmacher, le gérant, avec sa femme, des trois Super U de Colmar. Depuis le printemps dernier, la formation « Satisfaction client : faire plus et mieux » concerne les 250 employés des Super U colmariens.

Les caissières et hôtesses d'accueil sont particulièrement concernées. *« L'entreprise véhicule une image. Nous sommes les « nouveaux commerçants ». Il faut que cela se traduise dans les faits. Le comportement de nos collaborateurs vis-à-vis de la clientèle doit être à la hauteur »*, ajoute Georges Tischmacher.

La formation, quatre sessions d'une demi-journée, doit donner des outils de travail pour améliorer la relation clientèle. *« Il y a notamment des formules à ne pas utiliser en face d'un client »*, explique Christophe Praud, gérant de Maven, le cabinet de conseil spécialisé dans la performance commerciale et satisfaction client en charge de la formation chez Super U.

Pour faire travailler le personnel, des sortes de jeu de rôles lors de tables rondes en petits groupes ont été animés par Pascal Leroy pour la société Maven.

Le personnel a, par exemple, bossé sur l'attitude à avoir quand le client « Jean Aimar » n'est pas content : *« Dites, vous ! Une fois de plus, y a plus d'huile d'olive de Toscane ? C'est vous le responsable ? J'exige une explication ! »*.

Pas toujours facile de garder son calme et sa sérénité dans ces conditions. *« Grâce à ce genre de formation, après avoir assimilé une méthode, le personnel, moins désemparé vis-à-vis du client, peut réagir sans stress »*, note Christophe Praud.

C'est un devoir d'aller vers un collègue qui va mal

Une charte a ainsi été proposée aux collaborateurs. Avec les attitudes à ne pas avoir : faire la tête, absence d'intérêt pour le client, absence de considération et ne pas se sentir concerné.

Et les attitudes fondamentales à avoir : le sourire, l'attention, le respect et l'écoute.

« Un « mauvais » comportement vis-à-vis d'un client peut aussi venir de problème dans la vie privée d'un employé. Des soucis familiaux se répercutant souvent sur le travail. Il est très important qu'entre collègues, il y ait une solidarité. C'est presque un devoir d'aller vers un collègue qui ne va pas bien. Une petite structure comme Super U doit favoriser un esprit de famille », explique Pascal Leroy.

« Nos équipes se renouvelant régulièrement, la formation doit aussi permettre de rappeler les valeurs de notre entreprise », conclut Georges Tischmacher.

Patrice Barrère

«Le sourire, l'attention, le respect et l'écoute». **Photo Dominique Gutekunst**

« Je l'appelle mon client préféré »

« Cette formation m'a appris à recadrer les choses ». Quand on rencontre Sandra D'Altamura, on se dit qu'elle n'a pas besoin d'apprendre à adopter une attitude bienveillante envers les clients. Le ton de sa voix trahit une certaine douceur, une attitude plutôt aimante envers autrui. Elle appliquait déjà le SBAM, à savoir le sourire, le bonjour, aurevoir et merci, et même plus encore. *« Lorsqu'un client tourne dans le magasin et ne trouve pas l'article qu'il cherche, au lieu de lui dire 't'est au fond à gauche'je vais l'accompagner. S'il crie, je vais faire en sorte de faire baisser la pression. Avec le formateur, on a rappelé tout ça »*.

Sandra D'Altamura **Photo C.L**

Toujours postée derrière le bureau de l'accueil, elle est la première interlocutrice lorsqu'il faut gérer une situation conflictuelle. Ce côté relationnel lui plaît énormément. *« Lorsque le Super U s'est agrandi, les clients ont eu peur de perdre le côté familial du magasin. Or ce n'est pas parce que le magasin est plus grand qu'il faut changer de comportement. Y'a des clients que j'appelle par leur nom. Comme dans une épicerie. Il y en a même un qui m'a avoué, la mine désespérée, avoir perdu sa femme. Aujourd'hui, je l'appelle mon client préféré »*.

Sandra D'Altamura aime parler aux gens. Elle a tenté l'expérience de bureau. Se retrouvant seule face à un ordinateur, il ne lui a pas fallu longtemps avant qu'elle regagne le magasin. *« Des fois, les clients sont durs mais je préfère ça »*. Par contre, le formateur lui a fait comprendre qu'elle réagissait peut-être trop à l'affect. *« Je sais que si une mère de famille me demande du lait, je vais faire plus attention à sa demande que la jeune fille qui cherche un paquet de chewing gum. Le formateur m'a appris que chaque demande est essentielle, qu'il ne faut pas prendre à la légère la requête de cette jeune fille »*.

Toujours en se basant sur son expérience personnelle, il a analysé son rapport aux autres. Et a sans doute appris des choses grâce à elle…

Camille Lem

« Avant, je disais juste bonjour »

Nathalie désapprouve totalement cette image qui voudrait que la caissière soit considérée comme une machine, comme le décrivent les penseurs critiques du taylorisme. Selon elle l'humanisme est très présent dans cette profession. Et donc, une petite formation pour apprendre à gérer les relations avec les clients est loin d'être inutile. *« On connaît le nom des clients. Ils ne sont pas des numéros de carte de fidélité »* précise-t-elle.

Au début elle s'est montrée sceptique au sujet de la formation et n'était pas la seule. *« On s'est tous dit que ça allait être encore une de ses formations qui allait nous apprendre à dire bonjour »*. Et puis, très vite elle a adhéré à la méthode d'analyse et de valorisation personnelle. *« Le formateur nous a mis fictivement dans une situation conflictuelle. Le client s'appelait Jean Aimarre. Il était en colère car il ne trouvait pas son café. L'intervenant a analysé nos réactions. Ce que j'ai appris avec lui me sert même en dehors du boulot »*.

Nathalie Bodèle **Photo C.L**

En guise de comparaison, Nathalie Bodèle m'explique comment se comporter avec un amoureux. *« Au lieu de dire chéri ça fait vingt heures que je t'attends et de crier, on lui explique les choses »* raconte-t-elle d'une voix amusée.

« Il y a un truc tout bête que je ne faisais pas avant et que je viens de mettre en pratique, c'est de dire 'Bonjour Madame'. Ce n'est pas grand-chose mais les clients voient la différence ».

Nathalie Bodèle a déjà travaillé pour une grande enseigne de prêt à porter. Avant d'accepter ce poste à Super U, elle pensait que la caisse ce n'était pas pour elle. *« J'ai besoin de contact. »* Mais très vite elle s'est sentie bien à son nouvel emploi. *« Les gens nous racontent des anecdotes ici »*.

Avec cette formation, elle pense aller plus loin dans le relationnel.

Aussi, lors des tables rondes, elle a pu rencontrer les autres employés et voir à quels problèmes ils étaient confrontés. Car on n'est jamais seul face à l'adversité !

C.L.

Associations

Accueil des nouveaux arrivants

Les Accueils des villes françaises (AVF) sont présents à Colmar, 5 rue Woelfelin. Tél./Fax : 03.89.24.43.12.

Une permanence a lieu en juillet et août les vendredis de 14 h 15 à 17 h. Elle a pour but d'accueillir les nouveaux arrivants, de les aider à s'adapter, à découvrir la cité à faire connaissance à l'occasion d'activités et d'animations diverses.

Les internautes sont invités à visiter le site d'AVF Colmar : www.avf-colmar.org

Pour tout renseignement ou suggestion, contact possible aussi par e-mail : contact@avf-colmar.org

Comme d'habitude, les adhérents d'AVF Colmar trouveront le calendrier de toutes les animations proposées dans leur bulletin.

Les informations pratiques et les rendez-vous sont également disponibles à la mairie et à l'office du tourisme.