

---

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

# GÉRER LES ATTENTES DES CLIENTS

Pour éviter les insatisfactions

---

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

# PLAN DE LA RENCONTRE



PRÉSENTATION

L'ÉCART

L'EXPÉRIENCE CLIENT

GESTION DU FLOU

LA PERCEPTION

PISTES DE RÉFLEXIONS

LA RÉALITÉ

QUESTIONS?

---

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

# À PROPOS DE MOI

- Stratège et formatrice en expérience client
- Chargée de cours
- Maman & passionnée



---

# COMPRENDRE L'EXPÉRIENCE CLIENT

---

## Service VS expérience

Le service est une assistance, l'expérience est un tout.

Le service client est nécessaire à la survie de l'entreprise, l'expérience est nécessaire à sa croissance.

---

## Réactivité VS proactivité

Réfléchir à la prévention plutôt qu'à réparer les erreurs faites.

---

## Exemple concret

McDo VS Starbucks

---

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

# NOS IDÉES PRÉCONÇUES

« Le client n'est jamais content. »

« Il faut toujours en offrir plus. »

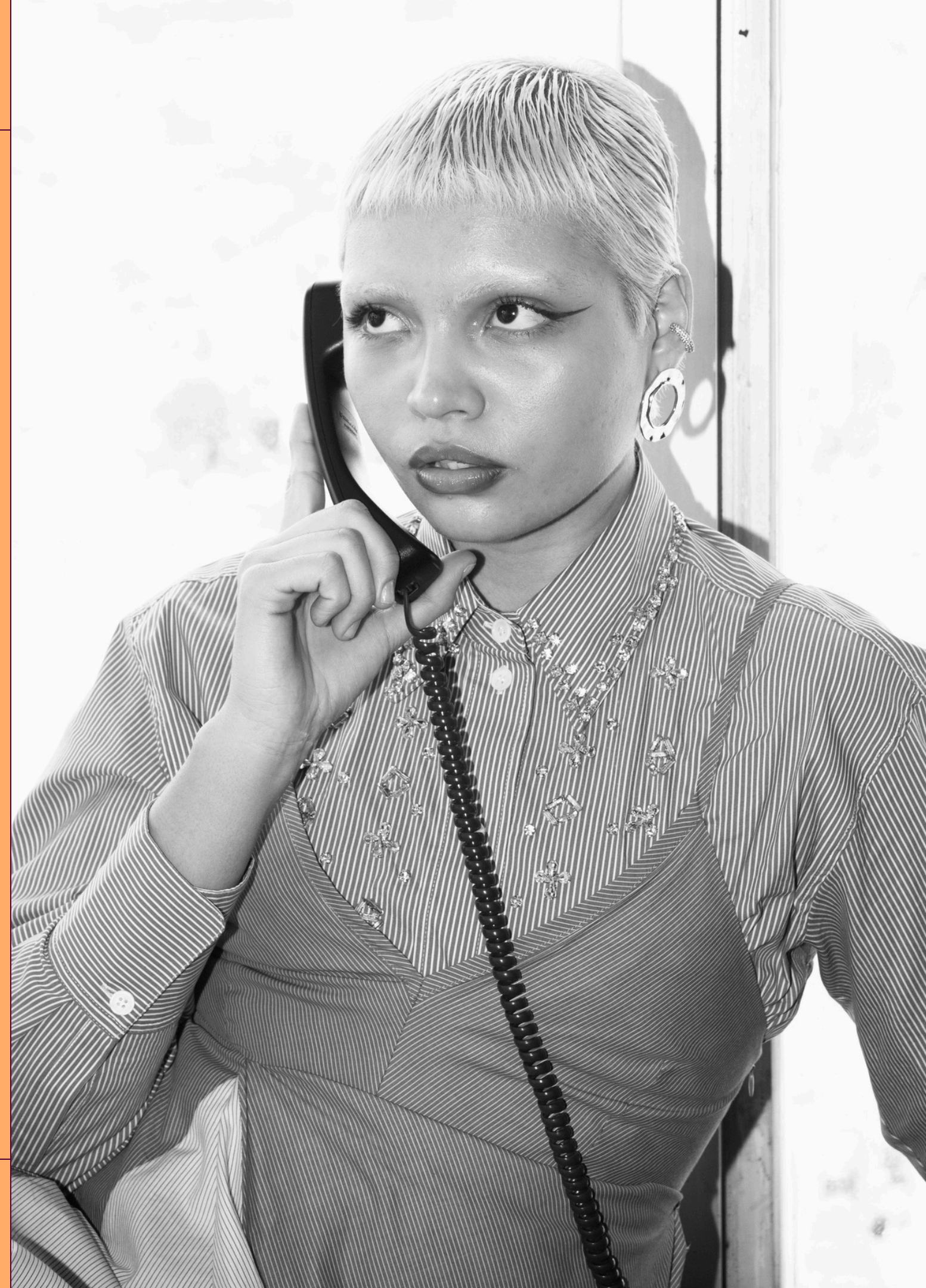
« Si le service est bon, il n'y aura pas de problème. »

Et si nous regardions sous un autre angle...

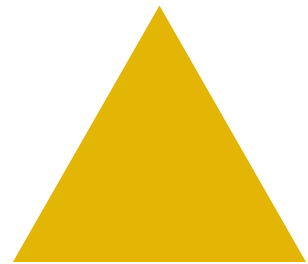
Qu'est-ce que notre client attendait de notre promesse?

VS

Qu'est-ce qu'il a reçu?

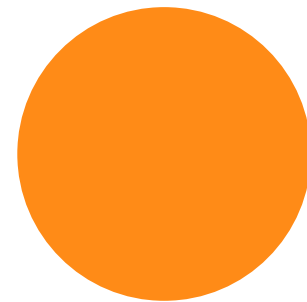


# COMPRENDRE POUR MIEUX GÉRER



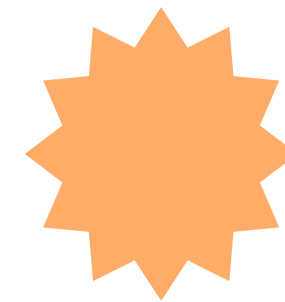
## Attentes perçues

Ce que le client pense vivre, influencé par le «avant» de ton parcours client.



## Expérience vécue

Ce qu'il vit concrètement, influencé par le «pendant» de ton parcours client.



## Ressentit finale

Sa perception à la fin de l'expérience, influencé par le «après» de ton expérience client.

---

# POURQUOI UN ÉCART SE CRÉE?

## **Le manque d'informations**

Le client peut alors avoir une mauvaise perception de la suite.

## **Mauvaise communication**

Retarder une communication ou ne pas s'exprimer.

## **Promesses implicites**

Éviter les floues lors de promesses.

## **Imprévus**

Tout le monde à des imprévus et c'est important de bien communiquer au client.

---

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

# OÙ SE FORMENT LES ATTENTES?

- Réseaux sociaux
- Site web
- Page de vente
- Email
- Email Marketing
- Premier contact (appels découverte, rencontre en personne...)
- Suivis
- Prestation





---

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

# SI JE TE DIS...

- « dans les meilleurs délais »
- « le plus rapidement possible »
- « dès que possible »

Selon toi, quels sont les délais?



# COMMENT CLARIFIER LES ATTENTES

## Être spécifique et honnête

- Reconnaître nos forces et nos faiblesses
- Limiter nos promesses à ce qui est réaliste
- Être précis dans nos offres

## Ne pas surpromettre

Faire une vente pour laquelle nous ne sommes pas qualifié est la recette parfaite pour devoir gérer des plaintes.

## Remplacer les flous

- « Livraison rapide » devient « Livraison sous 3 à 5 jours ouvrables »
- « Accessible à tout moment » devient « Accès à la plateforme en tout temps, réponses aux questions de 9h-17h du lundi au vendredi »

## Astuce

Si je suis malade demain matin, est-ce que mon remplaçant sait exactement à quel moment relancer ce client?

---

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

# MAIS C'EST ÉVIDENT...

- Toi et moi avons un vécu différent
- Nous avons pas la même perception du temps
- Ni les mêmes connaissances

Alors, plus tu seras précis plus ce sera facile de faire une saine gestion des attentes.



---

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

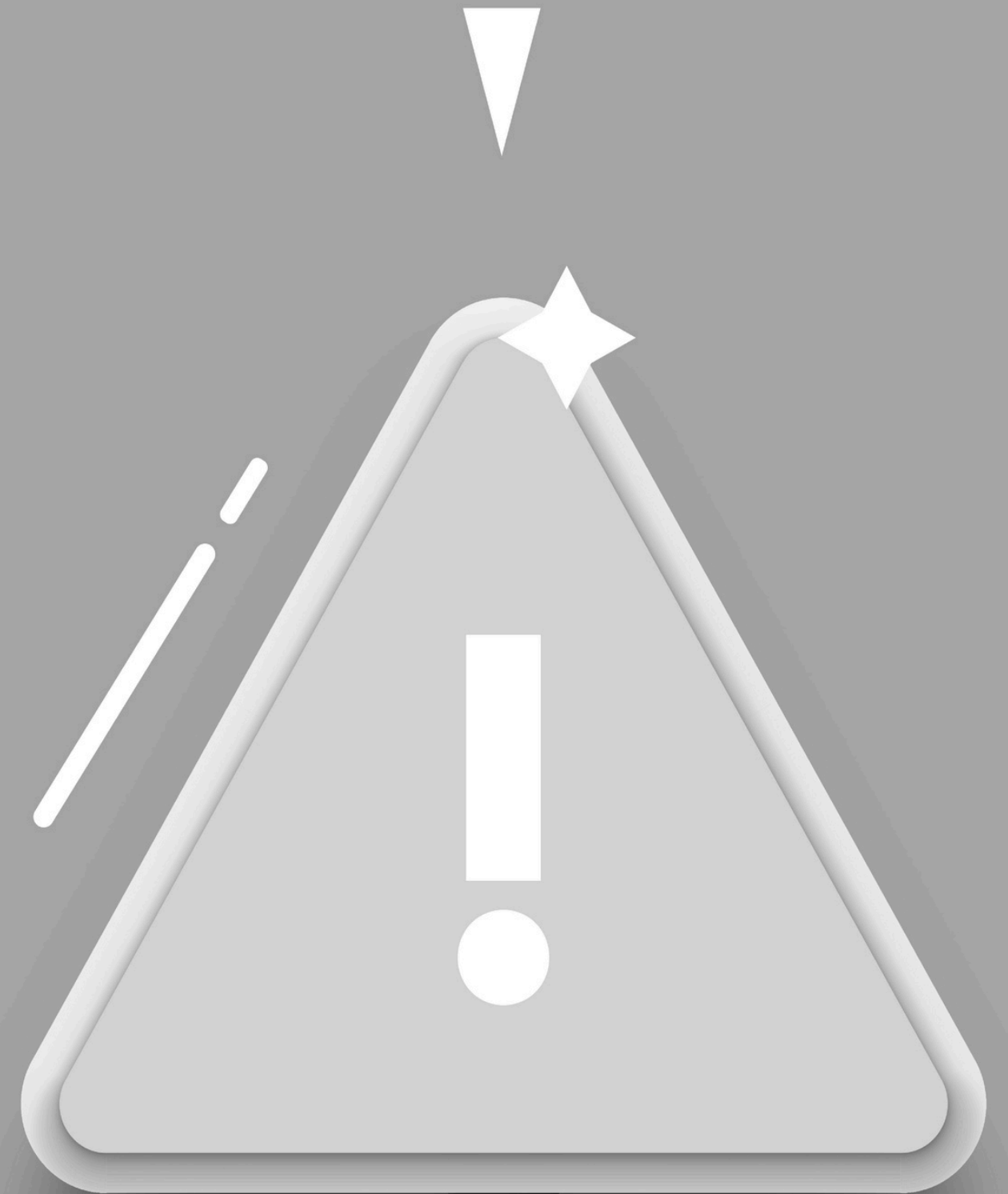
# CE QUE TU NE DIS PAS... CRÉE AUSSI DES ATTENTES!

Tes clients vont interpréter positivement et négativement les informations manquantes :

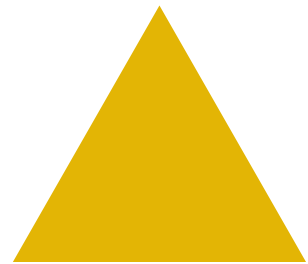
- Comparaison
- Hypothèse

Et ça, c'est mauvais pour la gestion des attentes!

---

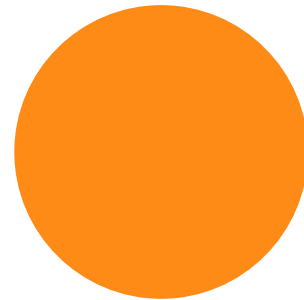


# COMMENT RECADRER?



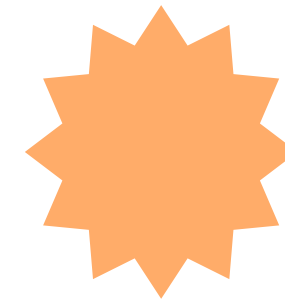
## Gérer l'émotion

Celles de tes clients, mais aussi les tiennes.



## L'écoute

C'est important de prendre le temps d'écouter réellement ce que ton client t'exprime.



## Offrir une solution

Offrir un dénouement concret à la problématique exprimée.

# TRANSFORMER L'INSATISFACTION EN OPPORTUNITÉ

## Écouter

Prendre le temps d'écouter réellement ce que ton client t'exprime.

## Valider

Démontrer notre compréhension de la situation et des émotions qu'il a vécu.

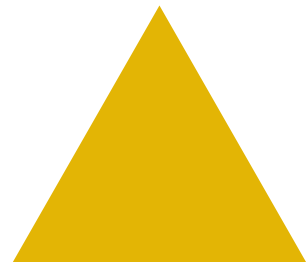
## Clarifier

Prendre le temps d'expliquer ce qui est arrivé, ce qui était prévu et ce qui est possible pour la suite.

## Réengager

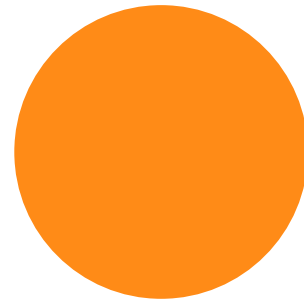
Prendre action pour montrer que la relation est importante et restaurer la confiance.

# DANS TON PARCOURS CLIENT...



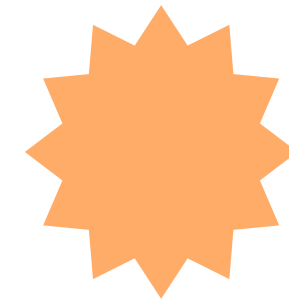
## **AVANT**

Clarifier ta promesse et t'assurer que tes communications marketing soient alignés avec ta prestation.



## **PENDANT**

Éviter les flous, ajuster au fur et à la mesure, s'assurer de rester cohérent avec les promesses faites dans le «avant».



## **APRÈS**

Bien finir la prestation, faire un suivi ou envoyer un remerciement, ouvrir la porte à une collaboration future.

---

# MISE EN ACTION RAPIDE

## **Revalider tes promesses**

Valdier que tes communications sont claires et permettent à ton client de bien comprendre et éviter les suppositions.

## **Valider tes automatisations**

S'assurer que tes automatisations sont complètes et permettent de supporter ton client dans son parcours .

## **FAQ**

Valider les questions qui reviennent souvent ou les incompréhensions de tes clients pour s'assurer de les afficher clairement.



---

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

# EN RÉSUMÉ

- Les attentes peuvent créer des insatisfactions sans même l'intervention d'un humain.
- Les imprévus font partis de la vie, s'agit de bien gérer les attentes et de communiquer.
- Une insatisfaction bien gérée peut créer des ambassadeurs.
- Des fois, les petits détails font toute la différence.



# PISTES DE RÉFLEXIONS

Afin de pousser votre réflexion, voici quelques pistes pour vous aider!

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

Où fais-tu tes premières promesses à tes clients?

Est-ce que les attentes sont claires pour toi mais aussi pour ton client?

Quelle phrase floue utilises-tu?

Quelles questions tes clients te demandent fréquemment?

Est-ce qu'il y a un imprévu fréquent dans ton domaine?  
Si oui, comment peux-tu gérer en amont la situation?

À quoi étaient liées les dernières insatisfactions de tes clients? Qu'aurais-tu pu faire différemment?



---

LAB CO par Laurie-Anne Beaulieu

# POUR ME JOINDRE

---

**Email**

[info@laurieanneb.ca](mailto:info@laurieanneb.ca)

**Site web**

[laurieanneb.ca](http://laurieanneb.ca)

**LinkedIn**

Laurie-Anne Beaulieu

---

# QUESTIONS?

& merci pour votre participation

