

**Le vendredi , c'est permis !**  
*Réflexions sur le management*

**Bienvenue chez Splash Piscines !**

J'ai fait l'acquisition d'une superbe piscine hors sol : 2 mètres de diamètre pour un mètre de profondeur ... Parfait pour les petits et les grands enfants aussi !

Je ne suis pas Bob le Bricolo, j'ai donc rencontré quelques soucis lors du montage : ma maladresse a eu raison du manomètre et d'un bouchon de purge du filtre. Je me suis donc rendu chez Splash Piscines, qui est à l'univers de la piscine ce qu'Yves Rocher est à celui de la beauté, pour racheter ces deux éléments essentiels au fonctionnement de ladite piscine.

Voici comment les choses se sont déroulées : j'entre dans ce magasin spécialisé où trois employés se tiennent derrière le comptoir. Le premier est occupé à renseigner un client ; le deuxième, me repérant, plonge la tête dans ses papiers et le troisième disparaît furtivement.

J'ai parcouru 30 km en voiture, je ne vais pas reculer devant cet accueil qui n'en est pas un ! Je patiente donc quelques (longues) minutes en attendant que le premier vendeur en ait fini avec son client. Tous deux se dirigent en discutant vers le fond du magasin. Je les suis du regard. Je m'aperçois que les deux autres vendeurs se sont réfugiés derrière un autre comptoir au-dessus duquel trône une immense pancarte « Point conseil ».

Ça tombe bien, c'est ce que je suis venu chercher : des conseils. Je me dirige donc vers ce fameux comptoir. Le premier vendeur discute toujours et les deux autres, à mon arrivée, s'affairent subitement à « je ne sais quoi ». Je patiente donc encore quelques (longues) minutes en attendant que le premier vendeur ait terminé avec son client.

Mon tour vient enfin : « Je vous écoute » J'explique ma première demande concernant le manomètre. « Ok, j'ai ça ! ». Le vendeur tourne les talons et traverse le magasin. Je fais quoi, moi ? Je le suis ? Je l'attends ? Bon, je vais l'attendre, il va bien revenir. Effectivement, il revient avec le manomètre. Je pose ma deuxième question concernant le bouton de purge. « Vous avez le diamètre ? Vous avez le pas de vis ? Non ! Eh ben, on va en rester là pour aujourd'hui ! »

Effectivement, on va en rester là pour aujourd'hui...mais aussi pour demain et pour les mois qui viennent. Je paie mes achats... 4,95 €. Je note que pendant mon passage en caisse, un client est entré dans le magasin en se « fendant » d'un « Bonjour » très audible et n'a obtenu aucune réponse du vendeur. Ouf ! Je ne suis pas le seul à subir ce (mauvais) traitement...

J'avais projeté de profiter de mon passage dans ce magasin pour acheter une bâche solaire d'une valeur minimum de 50 €. Mais face à l'amabilité du vendeur, ma motivation d'achat s'est évaporée. Je n'ai pas très envie de poser la question pour me « prendre » une réponse cinglante comme la précédente. Je quitte le magasin franchement refroidi et un peu frustré... La bâche solaire attendra.

Imaginons la même histoire en changeant quelques détails : entrée dans le magasin où trois employés se tiennent derrière le comptoir. Le premier échange avec un client, le deuxième à mon arrivée me dit : « Bonjour, je peux vous renseigner ? » J'explique ma première demande concernant le manomètre.« Très bien Monsieur, mais je ne suis pas spécialisé dans ce domaine. Pouvez-vous patienter quelques minutes le temps que mon collègue finisse avec son client ? »Je viens de parcourir 30 km en voiture, je patiente bien volontiers quelques (courtes) minutes en attendant que le premier vendeur soit disponible.

Mon tour vient : « Bonjour Monsieur, merci d'avoir patienté. Je peux vous renseigner ? ». J'explique à nouveau ma première demande concernant le manomètre. « Oui, j'ai cette pièce en stock. Je vais vous la chercher et je reviens tout de suite ! ». Quelques secondes plus tard, il revient avec la pièce. Je pose ma deuxième question concernant le bouton de purge. « Malheureusement Monsieur, sans le diamètre et le pas de vis, je ne vais pas pouvoir vous conseiller la bonne pièce. Je crains que vous ne soyez obligé de revenir. Est-ce que je peux faire autre chose pour vous ? »

J'avais projeté de profiter de mon passage dans ce magasin pour acheter une bâche solaire. La question tombe bien ! J'explique ma demande et après quelques minutes de discussion, le vendeur conclut : « Bien sûr, vous pouvez prendre la bâche solaire à 50 € mais celle à 70 € est plus performante et plus résistante. Vous en serez nettement plus content. On part là-dessus ? »Evidemment, je me laisse tenter : le vendeur est sympathique et ses explications claires.

Je paie mes achats : 74,95 €. Je note que pendant ce temps un client est entré dans le magasin en se « fendant » d'un « Bonjour » très audible et a obtenu un « Bonjour ! » aussi franc et un sourire du vendeur. Je ne suis pas le seul à profiter de ce (bon) traitement...

Peu de différences importantes entre la première version de cette histoire et la deuxième : juste quelques basiques de la relation client appliqués ou pas. Et pourtant, même dans la deuxième version il y a encore des progrès à faire... Prendre contact avec un client par une question fermée, c'est risqué. Ne pas proposer à un client de partir avec une pièce quand bien même ce ne serait pas la bonne, en s'engageant sur

un échange si nécessaire, c'est dommage...Alors, même si les zones d'affinements ne manquent pas, dans la deuxième version le client est pris en charge et reconnu. Et cela suffit pour engendrer une énorme différence : un facteur de 15 sur le chiffre d'affaires ! De 4,95 € à 74,95 € encaissés. Bien sûr, appliquer les basiques de la relation client ne garantit pas de multiplier le chiffre d'affaires par 15 ... Mais si c'était seulement 10 fois moins : un facteur de 1,5 ? Que pensez-vous d'une augmentation de 50% du chiffre d'affaires ? Ça fait rêver ? Et pourtant c'est possible ! À condition de ne pas ignorer nos manques de pro-activité, le progrès est toujours possible.

Dans tous les cas, s'assurer que dans les points de vente ou dans les services qui sont en contact avec vos clients, les basiques de la relation client sont appliqués correctement et systématiquement a toujours une influence positive sur le chiffre d'affaires ... Directement ou indirectement ... À court ou à long terme.

Et vous, qu'en pensez-vous ? Bonnes réflexions !