

POUR ATTIRER ET CONSERVER LE CLIENT OU L'EMPLOYÉ : UNE MÊME DÉMARCHE

Par *Michel Larouche, CRIA, consultant*

Toutes les entreprises font des démarches importantes, voire primordiales pour attirer la clientèle et surtout pour la conserver. Les chefs d'entreprise paient le gros prix à des firmes de consultants pour se faire expliquer comment réussir ce tour de force.

Bien que les choses aient tendance à changer depuis quelques années, l'expérience démontre que peu de dirigeants sont prêts à faire la même démarche pour attirer des employés de qualité et pour les fidéliser. Et pourtant, la démarche est la même...

Pour attirer et garder les clients, il suffit de se poser les bonnes questions, de ne pas avoir peur des réponses, de choisir les éléments dominants des choix qui ont été faits, d'en informer le public et de maintenir. De plus, pour maintenir, il faut également se renouveler, ne pas craindre la compétition et sortir parfois des sentiers battus. Les clients en sont reconnaissants. C'est de cette manière que l'on peut espérer les garder. Est-ce différent pour le personnel? Absolument pas. C'est la même chose.

Plusieurs gestionnaires diront : « Je ne peux pas traiter mon personnel aux petits oignons, comme je le fais pour les clients quand même ». Pourquoi pas?

Le client bien traité est reçu avec respect, avec un sourire, et repart avec une marchandise de qualité à juste prix. La seule différence pour le personnel, c'est que la qualité du produit pour le client est celle des conditions de travail pour l'employé, et que le prix est le salaire bien évidemment.

Le client aime savoir ce qui est offert en boutique, c'est à l'entreprise de le convaincre d'acheter. L'employé, pour sa part, souhaite savoir ce que l'entreprise produit et connaître ses marchés; il



faut le lui dire, sinon il ne le devinera pas, pas plus que le client ne devine quelles sont les marchandises offertes.

En somme, il faut faire entrer le client dans la boutique et attirer le personnel dans l'organisation. Il faut montrer le matériel au client et décrire ce qu'est l'entreprise au candidat. Il faut offrir au client une marchandise de qualité à juste prix; c'est la même chose pour le personnel.

De temps en temps, pour les séduire et leur donner le goût de revenir, l'entreprise annonce des offres spéciales pour ses clients. Les employés aiment recevoir un boni ou se voir proposer des activités spéciales. Il n'y a pas que cela pour faire revenir le client. Il y a aussi l'ambiance en boutique, le décor, l'accueil chaleureux, le choix du matériel, la propreté, etc. Pour l'employé, c'est la même chose : l'environnement de travail, les outils de travail, le climat, le confort dans son aire de travail, le sentiment d'être apprécié et bienvenu dans l'entreprise.

Pour fidéliser son client, l'entreprise est continuellement à la recherche de l'offre spéciale, de la mise en marché qui fera en sorte qu'il se sentira roi dans les boutiques et qu'il y trouvera toujours quelque chose de beau, de bon et de pas trop cher. Pour fidéliser l'employé, c'est la même démarche.

Le comportement à adopter avec le client et avec l'employé est identique : plein de respect et empreint de sourires. La démarche pour convaincre le client de revenir magasiner chez vous et l'employé de ne pas aller travailler pour un compétiteur est la même également.

Voici quelques ingrédients de cette démarche...

- Se préoccuper de la conciliation travail/famille : offrir des horaires qui permettent d'aller chercher les enfants à la garderie sans risquer un accident. Pourquoi ne pas permettre de terminer le travail à la maison après les heures habituelles de travail?
- Transformer un poste un peu monotone en lui ajoutant des responsabilités que d'autres postes possèdent aussi, de manière à le rendre un peu plus intéressant. Inutile de concentrer le meilleur dans un seul poste.
- Offrir un encadrement souple à un jeune employé qui a du potentiel.



- Favoriser les échanges d'informations sur l'entreprise, ses produits, ses clients, ses fournisseurs privilégiés par des rencontres régulières pendant les heures de travail. Une heure par mois peut suffire.
- Impliquer une équipe de travail dans un projet communautaire parrainé par un employé et permettre aux employés d'en discuter pendant les heures de travail. Le bénévolat génère des dividendes pour tous, même pour l'entreprise.
- Discuter des conditions de travail que les employés ont déjà obtenues ailleurs et les adapter s'il y a lieu à l'entreprise; profiter de ce qu'ils ont vécu et aimé pour en tirer avantage, sans attendre que les règles du marché le dictent; les employés en seront reconnaissants.
-

Vous doutez de ces idées? Elles existent pourtant dans des entreprises et ont fait leurs preuves. Tout est question de perception et de dosage. Il n'est pas nécessaire de remettre l'entreprise en question, mais plutôt de poser un regard différent sur les actions que d'autres ont déjà réalisées; la plupart du temps, il ne faut que les adapter à sa réalité.

Michel LAROUCHE, CRIA, consultant. *Pour attirer et conserver le client ou l'employé : une même démarche*. Paru dans la rubrique Coin de l'expert, le 28 janvier 2014. Tiré du site de l'Ordre des Conseillers en Ressources Humaines Agréés (CRHA).

[en ligne] <http://www.portailrh.org/expert/ficheSA.aspx?f=94461>