

Modèle de service à la clientèle

L'expérience que vous offrez aux clients peut influencer sur leur décision d'effectuer un achat, d'investir davantage, de faire des recommandations ou de continuer de faire affaire avec vous. Il est primordial d'offrir aux clients une expérience qui cadre avec leurs besoins et leurs attentes.

Cela dit, tous vos clients ne contribuent pas au même titre au succès de votre entreprise. Il est important de définir le service que vous offrez à chaque segment, en particulier à vos meilleurs clients. Utilisez le modèle de service à la clientèle pour déterminer quels services vous allez offrir et qui dans votre équipe sera chargé de les offrir.

1



Déterminez les occasions de service proactif qui se présentent à vous.

2



Demandez-vous comment vous réagirez aux événements qui se produisent dans la vie de vos clients. Il s'agit des occasions de service réactif, ou « moments de vérité »

3



Affectez vos services proactifs et réactifs à chaque segment de clientèle (AA, A, B et C). Confiez à un membre de l'équipe le soin de fournir ces services.

4



Soyez reponsable, avec votre équipe, d'offrir une expérience client uniforme.

Occasions de service proactif auprès des clients

Réfléchissez à l'expérience de service que vous voulez offrir à tous vos clients. Demandez-vous aux clients, nouveaux et existants, à quels services ils accordent le plus d'importance? Leur demandez-vous quels services ils voudraient obtenir plus ou moins souvent?

Assurez-vous de respecter toutes les lignes directrices pertinentes sur les cadeaux aux clients. Vous trouverez ci-dessous des exemples d'activités de service proactif que vous voudrez peut-être fournir.

ACTIVITÉS FINANCIÈRES	Entretien semestriel/annuel pour une revue du portefeuille	Révision annuelle de la planification financière/successorale ¹	Appel téléphonique trimestriel/semestriel
	Entretien annuel avec la famille	Bulletins financiers, courriels ² , articles en ligne, webinaires, etc.	Planification des études
ACTIVITÉS SOCIALES ³	Dîner/souper	Abonnement à un magazine	Visionnement privé d'un film
	Cartes/cadeaux pour une occasion spéciale, par ex. anniversaire de naissance, diplôme, anniversaire, etc.	Ateliers d'intérêt personnel: jardinage, golf, sécurité personnelle, cuisine, rénovations, nutrition, activité physique, etc.	Fête de quartier axée sur la famille
	Tournoi de golf/œuvre de bienfaisance	Barbecue/pique-nique	Souper-spectacle
	Pièces de théâtre/comédies musicales	Journée au spa	Visite d'une galerie d'art

¹ Seul les conseillers qui détiennent le titre de planificateur financier au Québec (Pl. Fin.) ou, en dehors du Québec, de planificateur financier agréé (CFP), de conseiller financier agréé (CH.F.C.) ou un titre équivalent sont habilités à porter le titre de planificateur financier.

² Lorsque vous envoyez des courriels, veillez à respecter la Loi canadienne anti-pourriel.

³ Respectez les règlements et conformez-vous à vos obligations en matière de promotions et d'incitatifs.

Occasions de service réactif auprès des clients

Moments de vérité les plus fréquents

Les moments de vérité constituent des occasions uniques et imprévues d'établir des contacts personnalisés avec les clients. La prépondérance que vous accordez à chaque événement doit correspondre à l'importance que le client lui accorde. Bien que ces contacts soient imprévus, ils constituent un volet essentiel de l'expérience client. Ils montrent au client que vous vous intéressez à sa vie, même si les événements en question n'ont pas de répercussions sur sa situation financière.

Veillez à consigner les événements importants dont vous êtes mis au fait. Par exemple, consignez la date de départ à la retraite du client dans son profil. Tenez compte des intérêts personnels du client avant de choisir une réponse appropriée à l'un des moments de vérité.

Étudiez les exemples de réponses à des moments de vérité. Donnez ensuite vos propres réponses dans l'exercice suivant.

EXEMPLES DE RÉPONSES DE SERVICE

Offrez au client un livre qui a trait à ses voyages ou à l'endroit où se trouve sa résidence secondaire.

Organisez un repas pour une occasion particulière pour le client et son conjoint – faites la réservation pour eux et demandez au restaurant d'envoyer un dessert spécial pour cette occasion.

Offrez un guide sur l'hébergement dans la ville où demeure l'enfant du client qui poursuit des études postsecondaires.

Envoyez une carte de félicitations et des fleurs pour un mariage, un anniversaire, l'achat ou la vente d'une entreprise, une promotion.

Offrez un abonnement à un magazine qui propose des activités amusantes à faire à la retraite.

Envoyez une carte de condoléances et organisez la livraison d'un repas en cas de décès ou de maladie d'un proche.

Envoyez une carte de félicitations pour l'achat d'une nouvelle maison avec un porte-clés personnalisé pour le client et son conjoint.

Recommandations

Mariage / divorce

Anniversaire important

Départ d'un enfant ou d'un petit-enfant pour poursuivre des études postsecondaires

Promotion ou autre réalisation professionnelle

Obtention d'un diplôme (diplôme, titre professionnel, examen, cours, etc.) pour la personne elle-même ou un membre de sa famille

Achat d'une nouvelle maison

Achat ou vente d'une entreprise

Autre réalisation personnelle ou professionnelle

Date importante d'anniversaire de mariage

Naissance ou adoption d'un enfant

Départ de la maison / mariage d'un enfant

Changement de carrière

Retraite

Achat d'une résidence secondaire

Vacances spéciales

Décès d'un proche

Modèle de service à la clientèle

Créez votre propre modèle de service à la clientèle en vous inspirant des exemples d'occasions de service proactif et de service réactif fournis. N'hésitez pas à y ajouter d'autres services qui vous ont donné de bons résultats. Le niveau de service requis peut aussi dépendre des besoins précis des clients.

EXEMPLE

OCCASIONS DE SERVICE	AA	A	B	C	Membre de l'équipe
Réunions trimestrielles de planification	✓	✓			Conseiller
Réunions annuelles de planification	✓	✓			Conseiller
Appel téléphonique trimestriel	✓	✓			Conseiller
Entretien annuel avec la famille	✓	✓			Conseiller
Dégustation annuelle de mets	✓				Conseiller
Revue de portefeuille semestriel	✓				Conseiller
Appel téléphonique semestriel			✓		Conseiller ou conseiller collaborateur
Entretien annuel pour la revue du portefeuille et la planification financière			✓		Conseiller ou conseiller collaborateur
Appel téléphonique annuel				✓	Adjoint
Carte d'anniversaire	✓	✓	✓	✓	Adjoint
Bulletin semestriel	✓	✓	✓	✓	Conseiller ou adjoint
Contacts annuels	12	9	6	4	

Prochaines étapes

Une fois que vous avez créé votre modèle de service à la clientèle, tenez-vous responsable de son exécution. Un simple calendrier peut vous aider à planifier les futures réunions. Un système de gestion de la relation client (GRC) offre un avantage supplémentaire : il vous envoie des rappels et des avis qui vous permettront de consigner les moments de vérité dans le profil de votre client. Un système de GRC vous aide aussi à déléguer des tâches aux membres de votre équipe et à suivre leurs progrès.

Une fois par an, revoyez votre modèle de service à la clientèle pour vous assurer que votre équipe et vous-mêmes êtes à la hauteur de vos engagements. Vous pouvez aussi ajuster le modèle en fonction des commentaires que vous recevez et de votre expérience.