

A-05

RECUEIL : Section 13000 | Numéro 13520-01.1

Émission (n° et date)	N° 53 (anc. manuel) 2012-02-20	Mises à jour antérieures	--
Dernière mise à jour (n° et date)	2019-03 2019-05-06	Approbation/ Entrée en vigueur	2019-05-06 2019-05-06
Responsable de la mise à jour	Vice-présidente – Affaires corporatives et secr. générale	Approuvé par	Président-directeur général

DOCUMENT LIS :

Le document listé ci-après est lié, découle ou réfère à la présente politique :

- o 13520-01.2 Processus de traitement des plaintes ou commentaires.

1. PRÉAMBULE

Dans un souci d'améliorer constamment la qualité de ses services, la Sépaq accorde une grande importance aux plaintes et commentaires de sa clientèle.

2. OBJET

La politique de gestion des plaintes et commentaires vise à assurer une gestion efficace des plaintes et commentaires à la Sépaq, et ce, dans des délais raisonnables. Elle a aussi pour objectif de contribuer à l'amélioration continue de la qualité des produits et des services offerts à la clientèle, en permettant à la Sépaq de déceler ses faiblesses, de corriger les situations problématiques et d'améliorer ses façons de faire, tout en assurant un traitement efficace et respectueux des plaintes et commentaires qui lui sont soumis.

3. CHAMP D'APPLICATION

La présente politique s'applique à l'ensemble des plaintes et commentaires reçu par les établissements et le siège social de la Sépaq, peu importe leur support et le moyen de transmission (courrier électronique, Web, téléphone, de vive voix, papier, télécopieur ou autres).

4. PRINCIPES DIRECTEURS

La Sépaq privilégie :

- o le contact direct (téléphonique ou en personne) avec le client dans le processus de traitement d'une plainte ou d'un commentaire;
- o la recherche d'une solution harmonieuse favorisant la satisfaction et la rétention du client.

5. DÉFINITIONS**5.1. Commentaire**

L'expression, orale ou écrite, d'une remarque, d'une observation ou d'une réflexion formulée par un client.

5.2. Plainte

L'expression, orale ou écrite, d'une insatisfaction formulée par un client.

6. RÈGLE GÉNÉRALE

Dans la mesure du possible, les plaintes et commentaires doivent être traités au moyen du système informatisé de gestion des plaintes et commentaires mis en place par la Sépaq (OTRS).

Le système crée un dossier informatique dans lequel tous les renseignements afférents sont versés.

Le dossier comprend notamment les éléments suivants :

- le document de plainte ou de commentaire (ou un résumé si celui-ci a été pris par téléphone ou de vive voix);
- l'accusé de réception transmis au client;
- la catégorisation;
- la réponse finale et motivée fournie au client (ou détails de la réponse verbale).

Ces renseignements pourront également servir à des fins de statistiques et de recherche. Les renseignements personnels contenus à ce dossier sont confidentiels et sont protégés par la Politique d'accès aux documents et de protection des renseignements personnels de la Sépaq.

7. PROCESSUS

Un processus de traitement est mis en place de façon uniforme au sein de la Sépaq relativement à la réception, la coordination, l'analyse, la réponse et le suivi des plaintes et commentaires; ce document est disponible dans l'espace Politiques et procédures de l'intranet Sépaq (13520-01.2 Processus de traitement des plaintes ou commentaires).

8. DÉLAI DE RÉPONSE

Lorsqu'une plainte ou un commentaire est créé via le site Web de la Sépaq, un accusé de réception est automatiquement transmis à la personne qui l'a rédigé.

Une réponse doit être communiquée ou acheminée au client avec diligence, et au plus tard dans les quatorze (14) jours civils qui suivent la réception de sa plainte ou de son commentaire.

Si le traitement de la plainte ou du commentaire dans le délai prévu par le premier alinéa ne paraît pas possible pour des raisons exceptionnelles, une période additionnelle peut être utilisée. Toutefois, un avis doit être transmis au client dans le premier délai de quatorze (14) jours expliquant les raisons du délai supplémentaire requis et le délai de retour visé.

9. RÔLES ET RESPONSABILITÉS

9.1. Président-directeur général

Le président-directeur général approuve la présente politique et ses mises à jour.

9.2. Vice-présidente – Affaires corporatives et secrétaire générale

La vice-présidente – Affaires corporatives et secrétaire générale est responsable de l'élaboration de la présente politique et de ses mises à jour.

9.3. Vices-présidents exploitation, directeur général des établissements touristiques et vice-président à la commercialisation

Les vices-présidents exploitation, directeur général des établissements touristiques et vice-président à la commercialisation sont responsables de s'assurer de l'application de la présente politique dans les unités concernées (établissements et centre contact client).

9.4. Directeurs d'établissements

Les directeurs d'établissements sont responsables et imputables du suivi, auprès des clients, des plaintes et des commentaires qui concernent leur établissement ou leur service. Ils doivent s'assurer du bon fonctionnement du traitement dans leurs établissements ou services respectifs et du respect des délais de réponse.

9.5. Personnel désigné

Dans chacune des vice-présidences, direction générale et directions des établissements, des employés pouvant effectuer le traitement des plaintes et commentaires reçus pour leurs établissements ou services respectifs doivent être désignés.

A-05.1
RECUEIL : Section 13000 | Numéro 13520-01.2

Émission (n° et date)	2019-03 2019-05-06	Mises à jour antérieures	--
Dernière mise à jour (n° et date)	--	Approbation/ Entrée en vigueur	2019-05-06 2019-05-06
Responsable de la mise à jour	Vice-présidente – Affaires corporatives et secr. générale	Approuvé par	Président-directeur général

DOCUMENTS LIÉS :

Les documents listés ci-après sont liés, découlent ou réfèrent au présent aide-mémoire :

- o 13520-01.1 Politique de gestion des plaintes et commentaires.

1. PRÉAMBULE

La Sépaq place l'expérience client au cœur de ses priorités. De par son offre de produits et services de qualité, et par l'implantation de hauts standards en matière de service à la clientèle, les taux de satisfactions avoisinent les 90 % de clients satisfaits et très satisfaits.

Malgré cela, il y aura toujours des situations problématiques ou qui ne répondent pas aux attentes de certains clients. Pour une entreprise, la prise en charge des insatisfactions contribue fortement à la rétention et la fidélisation de la clientèle.

2. OBJET – À QUOI SERT UN PROCESSUS ?

La mise en place d'un processus permet d'assurer un traitement efficace, harmonieux et équitable des plaintes et commentaires des clients. En plus de viser l'amélioration de l'expérience client, l'objectif est de corriger les situations problématiques et ultimement de contribuer à l'amélioration continue de la qualité des produits et services de la Sépaq.

3. CHAMP D'APPLICATION – À QUI S'ADRESSE LE PROCESSUS ?

Ce processus s'adresse à tous les employés qui ont à traiter une plainte ou un commentaire d'un client. Il débute lorsque vous êtes informés de l'insatisfaction d'un client, que ce soit par écrit ou verbalement, et se termine lorsque le client a été répondu et qu'il est satisfait, dans la mesure du possible, de la réponse.

4. DÉFINITION – QU'ENTEND-ON PAR PLAINTÉ ET COMMENTAIRE ?

Il s'agit de l'expression d'une insatisfaction de la part d'un client que celui-ci nous l'exprime sur place ou en post-séjour. Ici, la définition d'une plainte n'est pas limitative. Ainsi, nous ne faisons pas la distinction entre plainte justifiée, plainte injustifiée, commentaire, opinion, etc. Ces distinctions trouvent plutôt leurs raisons d'être dans l'analyse du message transmis par le client.

À noter que les commentaires reçus sont parfois positifs. Lorsque vous en recevez, n'hésitez pas à les partager à vos équipes, c'est un excellent outil de mobilisation et de valorisation des bonnes pratiques.

5. PROCESSUS – QU’ENTEND-ON PAR PROCESSUS DE TRAITEMENT DES PLAINTES ?

Cinq grandes phases sont à la base du processus :

– 1 –
La priorisation

– 2 –
L’analyse

– 3 –
La communication

– 4 –
La résolution

– 5 –
Le suivi

5.1. Quel est l’outil privilégié pour le traitement ?

La Sépaq privilégie l’utilisation du logiciel, appelé OTRS, pour le traitement des plaintes et commentaires. Celui est branché à la section commentaires du site Web de la Sépaq. Cependant, il peut arriver que le client nous communique son insatisfaction via d’autres moyens tels que le courrier électronique de l’établissement, via info réservation, par téléphone, en personne, par les médias sociaux, lettre ou télécopieur.

Peu importe le moyen utilisé, l’insatisfaction du client doit être prise en charge. Dans la mesure du possible, il est important de mentionner au client que le moyen privilégié pour exprimer ses doléances. Malgré cela, si le traitement de l’insatisfaction se fait en dehors de l’OTRS, il en revient à vous de juger si la situation nécessite de compléter l’information dans le système OTRS pour que l’organisation puisse garder des traces.

6. LES GRANDES ÉTAPES

Les grandes étapes du processus décrites plus bas peuvent s’appliquer à toutes les situations.

PHASE 1. La priorisation

La phase de priorisation vise à prendre en considération le message transmis (par écrit ou verbalement) par le client pour déterminer trois choses :

I. Qui est en mesure de traiter la plainte

(Suis-je en mesure de traiter le tout? Est-ce un autre département? Dois-je référer à mon supérieur?)

Selon ce que le client communique ou la lecture du message permet d’identifier si vous êtes en mesure d’y répondre ou s’il est nécessaire de le transmettre à une autre personne ou service.

II. La catégorie de la plainte

Lors de la prise en charge, la catégorisation permet d’indiquer des informations dans le système : le type de message (plainte, commentaire, information ou suggestion), les activités visées ainsi que les motifs. Ces informations permettront de colliger des données pour produire des statistiques qui serviront à améliorer l’organisation.

III. Le degré d’importance

Cette phase permet finalement d’évaluer le degré d’importance de la plainte ou commentaire. Selon votre connaissance de la situation, vous pourrez décider de donner suite immédiatement ou dans les jours suivants.

Par exemple : Si la situation touche la sécurité de la clientèle ou un comportement inadéquat, il est important de traiter le tout plus rapidement qu'un commentaire général. Comme il est impossible de définir toutes les situations, l'importance relative à donner à un message sera selon votre jugement.



À titre de rappel, la politique de gestion des plaintes et commentaires précise que vous devez donner suite dans un délai maximal de **14 jours**.

PHASE 2. L'analyse

Dans le cadre du traitement d'une plainte, l'analyse de la situation est une étape importante et il est essentiel d'aller chercher le maximum d'information. Pour ce faire, la consultation des systèmes disponibles à la Sépaq constitue d'excellentes sources d'information (système de vente TPV, TGV, Pesca, etc.). Un autre employé peut y avoir laissé des notes concernant la situation soulevée. Aussi, si l'information dans le système fait référence à des employés, vous pouvez aller chercher leur version des faits.

Pour les commentaires négatifs, il est utile de s'informer pour connaître les raisons et les positions de l'organisation sur un sujet donné.

Bref, assurez-vous d'avoir le plus d'information possible avant de communiquer avec le client.

PHASE 3. La communication

Lorsque votre analyse de la situation est faite vient le moment d'entrer en contact avec le client. La Sépaq privilégie le contact téléphonique puisque cela permet souvent d'en apprendre davantage sur la situation, de bien saisir le réel motif d'insatisfaction du client et surtout, cela permet de dialoguer pour convenir d'une solution.

Lors d'un appel au client, quelques astuces peuvent guider vos interventions.

- ❖ D'abord, assurez-vous d'être dans de **bonne disposition** pour pouvoir offrir votre meilleure écoute et surtout de rester neutre devant la situation soulevée.
- ❖ Prenez le temps de remercier le client et faire de l'écoute active (qui, où, quoi, comment, etc.) pour découvrir le besoin réel.
- ❖ Soyez neutre en tout temps et respectez l'opinion du client. Il ne faut pas le « prendre personnel » et ne pas chercher à avoir le dernier mot (aucune argumentation ou confrontation).
- ❖ Manifestez de l'empathie, peu importe la situation. Rappelez-vous que l'**écoute** et l'**empathie** sont vos meilleurs atouts en matière de service à la clientèle.
- ❖ Faites une rétroaction de la situation avec le client afin de valider que vous avez bien compris la source de l'insatisfaction.
- ❖ Que l'insatisfaction du client soit fondée ou non (à nos yeux) n'a pas d'importance, on présente des excuses sincères.
- ❖ Enfin, n'hésitez pas à faire **participer le client à la recherche de solutions** et à lui demander ses attentes. Vous pouvez être surpris par le fait que parfois, un client désire seulement nous faire part de son insatisfaction.

Si vous répondez par courriel, assurez-vous :

- De bien répondre aux préoccupations ou questionnements;
- De fournir une information neutre et conforme aux orientations de l'organisation;
- D'être concis et respectueux dans votre réponse (même si le commentaire est irrationnel et hargneux);
- D'inviter le client à vous contacter par téléphone, le cas échéant.

Surtout, portez une attention particulière à la qualité du français afin de démontrer votre professionnalisme!

PHASE 4. La résolution

Lors de la phase de conclusion, l'important est d'avoir rétabli la confiance auprès du client pour qu'il revienne à la Sépaq. Que vous ayez communiqué par courriel ou que vous ayez parlé au client, assurez-vous que cela le satisfait, dans la mesure du possible.

Parfois, les excuses ne suffisent pas, particulièrement dans les cas d'une plainte lorsque le client ou le citoyen a subi un préjudice.

Référez-vous à votre supérieur pour connaître votre boîte à outils en matière de compensation à offrir. Un rabais, une activité gratuite et une compensation sont les moyens privilégiés avant le remboursement.

Que la plainte ait été traitée verbalement ou par l'OTRS, la consignation de vos échanges et de vos démarches est essentielle. Vous devez vous assurer qu'une autre personne puisse lire les notes et comprendre, sans explication, le traitement et la résolution qui ont été proposés.

Tant pour vous que pour le client, si la situation est dans une impasse, n'hésitez pas à transférer le dossier à votre supérieur. Rappelez-vous que vous n'êtes pas seul, la satisfaction des clients c'est l'affaire de tous à la Sépaq.

PHASE 5. Le suivi

La phase de suivi vise à favoriser la mise en place de mesures correctives ou préventives appropriées pour éliminer la cause des facteurs réels ou potentiels de services d'insatisfactions ou pour améliorer la qualité des services.

Ainsi, il est essentiel de transmettre les problématiques vécues et les préoccupations des clients. Les employés ont la responsabilité de partager les éléments qui peuvent aider l'organisation à s'améliorer quant à la qualité des services.

En terminant, n'oubliez pas que le « pas de plus » peut faire toute la différence!

7. RÔLES ET RESPONSABILITÉS

7.1. Président-directeur général

Le président-directeur général approuve le présent processus et ses mises à jour.

7.2. Vice-présidente – Affaires corporatives et secrétaire générale

La vice-présidente – Affaires corporative et secrétaire générale est responsable de l'élaboration et de la mise à jour du présent processus.

7.3. Directeurs d'établissements

Les directeurs d'établissements sont responsables et imputables du suivi, auprès des clients, des plaintes et des commentaires qui concernent leur établissement ou leur service. Ils doivent s'assurer du bon fonctionnement du traitement dans leurs établissements ou services respectifs et du respect des délais de réponse en fournissant du support au personnel désigné, y incluant le présent processus.



La norme d'accueil Sépaq

Une application terrain de Client plus



Cahier du participant

Nom : _____

Bienvenue !

La Sépaq s'engage à faire vivre des expériences distinctives et mémorables à sa clientèle :

- en s'appuyant sur une équipe d'employés passionnés comme vous;
- en vous offrant cet atelier de formation conçu par et pour les employés de la Sépaq.

Bonne formation !

Client Plus ?

Une formation de base en approche client offerte par le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT) :

- destinée aux travailleurs de l'industrie touristique;
- un atelier de groupe depuis 1998 et une toute nouvelle version en ligne (formation à distance) en 2015 !



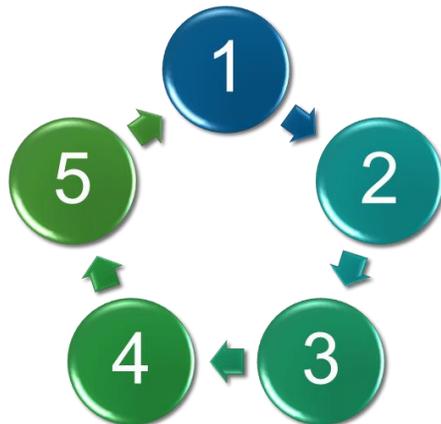
Quatre (4) grands principes :

- l'expérience client séduisante;
- l'approche client professionnelle;
- mes forces et celles de mon équipe de travail;
- la gestion des situations difficiles.

La norme d'accueil Sépaq ?

Une application terrain de **Client Plus** :

- un atelier conçu en 2009, en partenariat avec le CQRHT;
- qui intègre les grands principes du service à la clientèle;
- cinq (5) étapes pour faciliter le travail à la Sépaq !



Les finalités de la norme d'accueil Sépaq

- ✓ Maximiser la satisfaction des besoins et des attentes de nos clients.
- ✓ Harmoniser le processus d'accueil pour l'ensemble de la Sépaq.
- ✓ Intégrer la sécurité de la clientèle dans nos façons de faire.
- ✓ Valoriser les meilleures pratiques dans nos établissements.
- ✓ Outiller tous nos employés dans leur processus d'accueil.

Pour offrir une expérience client séduisante !

L'expérience client séduisante

Bonnes pratiques pour provoquer une expérience client séduisante

1. Faites preuve de professionnalisme.
2. Créez une interaction complice entre vous et votre client.
3. Cherchez à provoquer une émotion positive, même en situation difficile.
4. Écoutez votre client.
5. Soyez empathique face aux demandes du client.
6. Tenez compte des besoins particuliers du client et de sa perception.
7. Dépassez ses attentes en offrant un petit plus.
8. Démontrez un esprit d'authenticité et de générosité.



Définition de l'expérience client

L'expérience client débute au moment où le client entre en contact pour la première fois avec l'entreprise et se termine quand il quitte après son séjour. Il jugera globalement de la qualité de son expérience client à partir de ses attentes et de ses besoins.

Mots clés d'une expérience client séduisante :

agréable
amusante
attrayante
authentique
complicité
confortable
souci du détail
divertissante

éducative
émotion
étonnante
excellente
expérience
extraordinaire
évasion
facile
flexible

gratuite
inattendue
incroyable
inhabituelle
interaction
irrésistible
mémorable
merveilleuse

particulier
perception
professionnalisme
qualité
séduisante
spéciale
suggestion
surpasser
surprenante
vivre



Étape 1 – Se préparer

L'employé, ambassadeur pour son établissement, sa région et le réseau Sépaq !

- Mon établissement est situé dans quelle région touristique du Québec ?
- Y a-t-il d'autres établissements de la Sépaq dans cette région ?
- Quels sont les principaux attraits de cette région ?
- Où trouver l'information sur la Sépaq et la région :
 - www.sepaq.com
 - <https://intranet.sepaq.com>
 - Guide de bienvenue, Guide du visiteur
 - Programme employé Sépaq
 - Passeport découverte
 - Dépliants promotionnels
 - Autres : _____

Intégrer les 7 comportements professionnels Sépaq

Grille d'auto-évaluation des comportements professionnels		
Responsable	Toujours	À améliorer
Je suis prêt à effectuer mes tâches.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'exécute, au besoin, des tâches supplémentaires.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'accepte volontiers de rendre service aux collègues et aux clients.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je respecte ma parole.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'assume la responsabilité de mes actions.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je ne blâme pas les autres.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Constant	Toujours	À améliorer
J'offre un service de qualité constante, peu importe le client, l'équipe de travail, le moment ou la situation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis attentif aux détails.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je représente la Sépaq partout sur les lieux de travail.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Respectueux	Toujours	À améliorer
J'utilise le vouvoiement avec la clientèle, pour tous les adultes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je n'exclus personne, je respecte les différences culturelles, ethniques et autres.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je traite toutes les personnes comme des clients, collègues et fournisseurs inclus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis à l'heure, je respecte les horaires de travail.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'accorde toute mon attention au client que je sers.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'accueille le changement positivement.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'utilise les règles de bases en communication.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Image soignée	Toujours	À améliorer
Je suis propre : cheveux coiffés, barbe taillée, ongles coupés, dents brossées.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je contrôle mon odeur corporelle et j'utilise le parfum avec modération.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je ne mâche pas de gomme, ni mange, ni bois, ni fume à la vue des clients.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je m'assure que mon uniforme ou mes vêtements soient propres et démontrent une apparence soignée. L'uniforme est rassurant en cas de problème pour un visiteur (ex. : un enfant perdu)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai une posture convenable en tout temps.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Honnête et intègre	Toujours	À améliorer
Je parle honnêtement des concurrents.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'évite les commérages, en personne et sur les réseaux sociaux.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je donne l'information la plus juste possible.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enthousiaste	Toujours	À améliorer
Je salue immédiatement le client qui se présente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je suis souriant et accueillant.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je fais preuve d'initiative.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je reconnais les clients qui ont des besoins particuliers.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'ai une attitude positive dans toutes les situations.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je parle en bien de mon milieu de travail et du réseau Sépaq.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informé	Toujours	À améliorer
Je suis un ambassadeur de mon entreprise et de ma région.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je connais les différents produits, services et activités offerts dans mon établissement. (piste cyclable, restaurants avec leurs heures d'ouverture et fermeture..etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'offre d'autres options si je ne suis pas en mesure de répondre à la demande initiale du client.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je me donne le droit de ne pas tout savoir. Je consulte et demande de l'aide à mes collègues des différents services, au besoin.		



Étape 2 – Accueillir le client

Le mot BIENVENUE est toujours perçu comme très positif et non agressant par le client. Soyez avant tout naturel



Étape 3 – Servir le client

3.1 Déterminer les besoins du client

Poser des questions pertinentes (questions ouvertes et fermées); écouter attentivement en montrant son intérêt; résumer les besoins du client dans ses propres mots (s'il y a lieu).



3.2 Savoir G-É-R-E-R une situation difficile

Bonnes pratiques lors d'une situation difficile

1. Reconnaissez les situations difficiles le plus tôt possible pour limiter les dégâts (éviter qu'une frustration devienne une colère).
2. Soyez attentif au niveau d'émotivité du client afin de réagir rapidement pour éviter que la situation ne s'aggrave.
3. Identifiez le niveau d'insatisfaction d'un client : inconfort, déception, frustration, colère, pour adapter votre réponse afin de diminuer le niveau d'émotivité du client et ainsi, faciliter votre travail.
4. Utilisez la technique G-É-R-E-R.

Gardez votre calme

Prenez une bonne respiration.

- ✓ Adoptez une approche positive.
- ✓ Concentrez-vous sur les faits.
- ✓ Ne vous laissez pas envahir par les émotions du client, c'est SA colère.
- ✓ Conservez le contrôle de la situation.

Écoutez sans interrompre

Laissez le client s'exprimer

- ✓ Écoutez attentivement : les solutions se trouvent souvent dans ce que dit le client.
- ✓ Encouragez le client à exprimer tout son mécontentement.
- ✓ Demandez au client si vous pouvez prendre des notes.
- ✓ Démontrez de l'intérêt et de la compréhension.

Réagissez avec empathie

Regardez la situation à travers les yeux du client.

- ✓ Mettez-vous dans la peau du client, il n'a pas nécessairement tort.
- ✓ Employez les bons mots.
- ✓ Utilisez le non verbal : hochez la tête, regardez le client dans les yeux, etc.

Engagez-vous sur la voie d'une solution au problème

Tournez-vous vers l'avenir, on ne peut rien changer au passé.

- ✓ C'est essentiel de connaître le problème pour pouvoir y remédier (ex. : pas d'eau chaude dans les douches)
- ✓ Recherchez une solution avec le client : « Regardons ensemble comment nous pouvons régler cela. »
- ✓ Vérifiez plusieurs fois que les solutions lui conviennent.

Remerciez le client

Laissez-le partir sur un effet de surprise, voyez ça comme un défi !

- ✓ Remerciez le client de ses commentaires constructifs.
- ✓ Remerciez le client de la confiance qu'il vous porte.
- ✓ Terminez l'échange sur une note positive, réitérez votre engagement à bien le servir.

Deux types de réactions lors de situations difficiles

Réaction émotive	Réaction rationnelle
<p data-bbox="418 310 683 342" style="text-align: center;">Moi contre le client</p>  <p data-bbox="240 615 857 751">L'émotion est à son plus haut niveau puisque la situation prend la forme d'une lutte directe entre le client et l'employé alors que le problème est laissé de côté.</p>	<p data-bbox="948 310 1422 342" style="text-align: center;">Moi et le client contre le problème</p>  <p data-bbox="878 615 1495 751">L'émotion est à son plus bas niveau puisque la situation prend la forme d'une lutte conjointe du client et de l'employé contre le problème.</p>

RAPPEL

- ✓ Restez calme, ça vous aidera à contrôler la situation.
- ✓ Évitez la confrontation, vous n'êtes pas une cible.
- ✓ Jouez le rôle de paratonnerre, en vous considérant comme une clé de solution du problème.
- ✓ Concentrez vos efforts à comprendre la situation pour aider le client.

L'approche client professionnelle



Les bonnes pratiques de l'approche client professionnelle

Prendre contact avec le client :

- ✓ Gardez toujours à l'esprit les 7 comportements professionnels : responsable, constant, respectueux, image soignée, honnête, enthousiaste et informé.
- ✓ Établissez un contact visuel dès l'arrivée du client.
- ✓ Souriez et dites bonjour.
- ✓ Présentez-vous.
- ✓ Soyez proactif.

Cerner le besoin du client :

1. Questionnez le client :
 - Questions ouvertes;
 - Questions fermées;
 - Questions pour répondre à une objection.
2. Écoutez :
 - Regardez le client dans les yeux;
 - Hochez la tête;
 - Encouragez-le à parler;
 - Évitez d'interpréter ses paroles.
3. Résumez ce que le client vient de dire :
 - Reformulez dans vos propres mots les éléments importants;
 - Validez avec lui.

Proposer des produits et services :

- ✓ Soyez informé, utilisez vos connaissances et faites des recherches au besoin.
- ✓ Précisez les avantages de chaque option.
- ✓ Référez le client à la bonne personne, au besoin.
- ✓ Proposez différentes options.
- ✓ Mettez-y de l'enthousiasme.

Conclure la vente :

- ✓ Offrez des options au client pour l'amener à choisir.
- ✓ Confirmez le choix du client.

Valider et remercier le client :

- ✓ Terminez l'approche client en beauté.

L'approche client professionnelle Client plus vs Norme d'accueil Sépaq

Client +	vs	Norme
Prendre contact avec le client	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bonjour! Comment puis-je vous aider ? ✓ Je m'appelle XYZ, qu'est-ce que je peux faire pour vous ? 	
Cerner le besoin du client	<p>Je questionne</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Questions ouvertes : Pourquoi, comment, où, quand, quel, que, etc. <ul style="list-style-type: none"> • <i>Parlez-moi de vos préférences.</i> • <i>Que pensez-vous de...?</i> ✓ Questions fermées : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Aimez-vous les activités sportives ?</i> • <i>De combien de temps disposez-vous ?</i> ✓ Questions pour répondre à une objection : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Qu'est-ce qui vous inquiète ?</i> • <i>Qu'est-ce qui pourrait vous faire changer d'avis ?</i> <p>J'écoute</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Ah oui.</i> • <i>J'en prends note.</i> <p>Je résume</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Si je vous ai bien compris, vous aimeriez...</i> 	
Proposer des produits et services	<p>Je précise les avantages</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Ce qui est bien avec ce billet, c'est qu'il vous permet de...</i> ✓ <i>Ce forfait a le mérite de...</i> <p>Je réfère le client, au besoin</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Vous pouvez vous adresser à...</i> ✓ <i>Vous pourriez communiquer avec...</i> <p>Je propose différentes options</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>En plus, j'aurais ceci à vous proposer...</i> ✓ <i>Qu'est-ce que vous pensez de cet autre service...</i> <p>J'y mets tout mon enthousiasme</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>C'est une auberge bien sympathique...</i> ✓ <i>Il y a un hôtel sur le bord du lac, très bien situé !</i> 	
Conclure la vente	<p>J'offre deux choix (choix double)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Je peux vous offrir un départ en matinée ou en soirée selon votre préférence.</i> <p>Je confirme le choix (choix simple)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Vous préférez l'auberge tranquille de Cap-Vert, c'est bien ça ?</i> 	
Valider et remercier le client	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Est-ce que ça vous convient ?</i> ✓ <i>Avez-vous besoin d'autre chose ?</i> ✓ <i>Merci de votre séjour et au plaisir de vous revoir !</i> 	

Mes forces et celles de mon équipe de travail



Bonnes pratiques pour offrir un service d'excellence aux clients :

1. Soyez conscient de vos forces en approche client.
2. Reconnaissez les forces en approche client de vos collègues.
3. Utilisez vos forces et celles de vos collègues pour répondre aux besoins et attentes des clients.

A (Agir/Ressentir)

Vos forces en approche client incluent :

- ✓ Démontrer de la flexibilité en accomplissant des tâches spécifiques;
- ✓ Faire une impression favorable, aimer être en contact avec les gens;
- ✓ Démontrer de l'intérêt à l'égard du travail et des besoins des clients;
- ✓ Parler positivement de l'entreprise et des gens, et susciter l'enthousiasme;
- ✓ Participer au travail d'équipe.

B (Ressentir/Observer)

Vos forces en approche client incluent :

- ✓ Vouloir aider les autres, traiter tout le monde de la même façon;
- ✓ Écouter et expliquer certaines informations;
- ✓ Rendre un service constant à tous;
- ✓ Maintenir une apparence de calme dans les situations difficiles;
- ✓ Pouvoir calmer les personnes en colère.

D (Réfléchir/Agir)

Vos forces en approche client incluent :

- ✓ Agir avec assurance;
- ✓ Trouver de l'information qui n'est normalement pas accessible;
- ✓ Savoir que tout contact est un client potentiel, accepter les défis;
- ✓ Obtenir des résultats immédiats, prendre des décisions rapides;
- ✓ Résoudre des problèmes.

C (Observer/Réfléchir)

Vos forces en approche client incluent :

- ✓ Connaître les produits et services;
- ✓ Apporter une attention particulière aux normes, telles que le code vestimentaire;
- ✓ Être diplomate avec les gens;
- ✓ Fournir des informations exactes, vérifiées auparavant;
- ✓ Être attentif aux détails.

4. Voyez ces profils comme complémentaires. Dépendamment de la situation, l'un ou l'autre sera plus efficace, d'où l'importance de l'équipe de travail.
5. Ayez une vision de partage et de complicité avec vos collègues de travail.
6. Ne soyez pas en compétition les uns avec les autres.
7. Mettez sur votre équipe.



Étape 4 – Vendre l'expérience client

Caractéristiques d'une activité dans votre parc (heure, durée, distance, etc.)
Par exemples : activité de découvert, piste cyclable, sentier pédestre,...

Avantages (pourquoi est-ce une activité à ne pas manquer ?)

Pour bien connaître son milieu de travail, il faut saisir ses atouts.
Faites les activités de découvertes, consultez la documentation propre à votre établissement.

RAPPEL :

Les **caractéristiques** d'un produit ou d'une activité

- La durée, l'équipement, le nombre de personnes, le tissu, etc.

Les **avantages**

- Accessible avec de jeunes enfants, emplacement spacieux, etc.

Les **options**

- Kayak une ou deux places, accès quotidien ou carte annuelle (Parc).

Les **sens**

- Odeur des sapins, bruit de la rivière, observation des oiseaux, etc.

Soyez convaincant !

- Un client m'a dit qu'il a adoré le forfait de pêche familiale !
- Ce sentier est le plus populaire à l'automne !



Étape 5 – Terminer l'accueil en beauté

5.1 Valider la satisfaction du client

- S'informer auprès du client s'il est satisfait du service qu'il vient de recevoir ou s'il a apprécié son activité ou son séjour
- S'informer auprès du client s'il désire autre chose

5.2 Remercier le client et l'inviter à revenir

- Faire part de son engagement à bien le servir pendant son séjour et à rectifier tout problème rencontré
- Souhaiter un bon séjour au client
- L'inviter à revenir à nouveau et/ou à découvrir une autre activité de nos établissements du réseau Sépaq

www.sepaq.com

Je suis fier (fière) de pouvoir transmettre aux visiteurs l'envie de respecter la réglementation car elle existe dans un but de préservation de nos territoires.

Je partage avec le visiteur l'importance de cohabiter avec ce qui les entoure.

Je lui offre, comme un cadeau, le pourquoi de ces règlements et l'invite à nous aider à préserver cette nature.

On a besoin de tout le monde!

Que l'on soit à l'accueil ou aux guérites, sauveteur, garde-parc, patrouilleur, en restauration, à l'entretien ou partout ailleurs.

N'hésitez pas à vous informer !

Les éléments clé de la norme d'accueil Sépaq



Étape 1 – Se préparer

1.1 Connaître ses fonctions et son milieu de travail

- Connaître l'industrie touristique
- Adhérer à la mission et aux valeurs de la Sépaq
- Connaître le réseau Sépaq
- Intégrer les 7 comportements professionnels exigés par la Sépaq
- Connaître l'ensemble des mesures de sécurité exigées par sa fonction

1.2 Être prêt avant l'arrivée de son premier client

- Respecter son horaire de travail
- Jeter un coup d'œil sur les éléments importants de la journée
- S'assurer d'avoir en quantité suffisante les éléments pour son poste de travail (s'il y a lieu)
- Préparer un environnement accueillant pour le client
- Vérifier le fonctionnement des outils de travail
- Mettre à jour et afficher à la vue du client les informations pertinentes



Étape 2 – Accueillir le client

2.1 Créer un contact rapide

- Appliquer la technique du 10-5 (First ten five last) – 10 pieds on regarde le visiteur, 5 pieds on lui souhaite la bienvenue
- Établir un contact avec chaque client
- Prendre conscience des autres clients
- Au téléphone, décrocher l'appareil à l'intérieur de 3 sonneries

2.2 Se présenter

- Identifier s'il s'agit d'un client que vous connaissez ou non
- Souhaiter la bienvenue au client en nommant, soit le nom de l'établissement ou le nom de l'activité ou même son nom



Étape 3 – Servir le client

3.1 Déterminer les besoins du client

- Poser des questions pertinentes (questions ouvertes et fermées)
- Écouter attentivement en montrant son intérêt
- Résumer les besoins du client dans ses propres mots (s'il y a lieu)

(suite étape 3)

3.2 Réaliser les étapes de service essentielles pour le client

- Faire la vente d'un produit ou d'un service selon les besoins du client (s'il y a lieu)
- Régler les questions administratives (s'il y a lieu)
- Faciliter l'accès à l'établissement (s'il y a lieu)
- Expliquer les principaux règlements et mesures d'urgence (s'il y a lieu)
- Inviter le client à prendre connaissance de la vidéo sur l'utilisation sécuritaire des équipements au propane et/ou de la documentation disponible
- Inviter le client à prendre connaissance du dépliant **Prudent de nature** portant sur les mesures de sécurité de la clientèle
- Remettre au client toute autre information pertinente
- Miser sur l'équipe pour bien servir le client
- Savoir G-É-R-E-R une situation difficile
- Appliquer son (ses) complément(s) d'information



Étape 4 – Vendre l'expérience client

4.1 Proposer les activités de découverte et de plein air

- Présenter au client les services et activités inclus avec sa réservation ou son droit d'accès à l'établissement (s'il y a lieu)
- Suggérer certaines activités de découverte et de plein air tarifées
- Remettre un plan de l'établissement qui décrit les principaux services et activités (ou autres documents pertinents)

4.2 Présenter la boutique/autres services

- Informer chaque client de la présence d'une boutique et des services disponibles

4.3 Inviter le client à consulter la documentation

- Informer le client de l'existence de différentes brochures du réseau Sépaq mises à sa disposition dans les présentoirs ou directement dans l'unité d'hébergement



Étape 5 – Terminer l'accueil en beauté

5.1 Valider la satisfaction du client

- S'informer auprès du client s'il est satisfait du service qu'il vient de recevoir ou s'il a apprécié son activité ou son séjour
- S'informer auprès du client s'il désire autre chose

5.2 Remercier le client et l'inviter à revenir

- Faire part de son engagement à bien le servir pendant son séjour et à rectifier tout problème rencontré
- Souhaiter un bon séjour au client
- L'inviter à revenir à nouveau et/ou à découvrir une autre activité de nos établissements du réseau Sépaq

Relevez le défi par étape !

Bon été et amusez-vous !
C'est un emploi fantastique, dans un lieu unique !
Vous êtes privilégiés et tous très chanceux, alors... souriez 😊

La norme d'accueil Sépaq #12002



Mis à jour 2020-06-16