

CONFERENCE CELM 24 SEPTEMBRE 2013

TO SEE OR NOT TO SEE

*OPTIMISER LA RELATION CLIENT
POUR AMELIORER LA VISIBILITE DE SON BUSINESS...*

I - Trois réflexions pour améliorer son compte d'exploitation... en ces temps agités

1° Donnez des gages de pérennité aux clients de votre entreprise

Tout d'abord, cultivez l'ambition légitime de satisfaire durablement **les clients de votre entreprise**. Rien ne sert de produire en pure perte pour ceux qui renâclent à transporter votre marque dans leur chariot à roulettes ou leur cabas, même avec force marges arrière ou dénigrent vos offres les plus alléchantes. Mais comment avoir des clients satisfaits si les salariés de nos fournisseurs ne le sont pas, me confierez-vous? Faites parler franc les baromètres d'insatisfaction de la clientèle, ouvrez grand les cahiers de doléances, faites chanter haut les micros-trottoirs, instruments de connaissance trop souvent galvaudés ou mis hâtivement au placard, pour en tirer argument et proposition de progrès.

2° Persuadez-vous que les salariés heureux au travail font les clients heureux

Faites preuve de réalisme en caressant l'idée que **les salariés heureux au travail font les clients heureux**. Oui, mieux vaut avoir des employés qui tirent l'entreprise vers le haut... que des salariés qui se tirent tout bas de l'entreprise... notamment quand vos meilleurs salariés préfèrent le flirt à l'amour à vie avec votre entreprise.

De plus, rendre un salarié heureux au travail n'est pas aisé quand il faut lier des performances futures et donc aléatoires à un état de mieux être préalable sans carotte ni bâton ! Prenez alors exemple sur les entreprises concurrentes qui se développent plus vite que celles où les conditions de travail sont réputées difficiles, voire inhumaines. Il n'en manque pas dans les rayons fournis du négoce international.

3° Faites-vous à l'idée qu'un patron heureux peut faire des salariés heureux

Enfin, faites-vous à l'idée qu'**un patron heureux fait des salariés heureux**. Un dirigeant peu heureux (peureux!) est-il enclin à ne s'entourer que de collaborateurs plus malheureux que lui, faisant fi de la complémentarité qui doit prévaloir lors de la constitution d'une *dream team*, quel que soit le niveau d'études des membres de l'équipe ! (***)

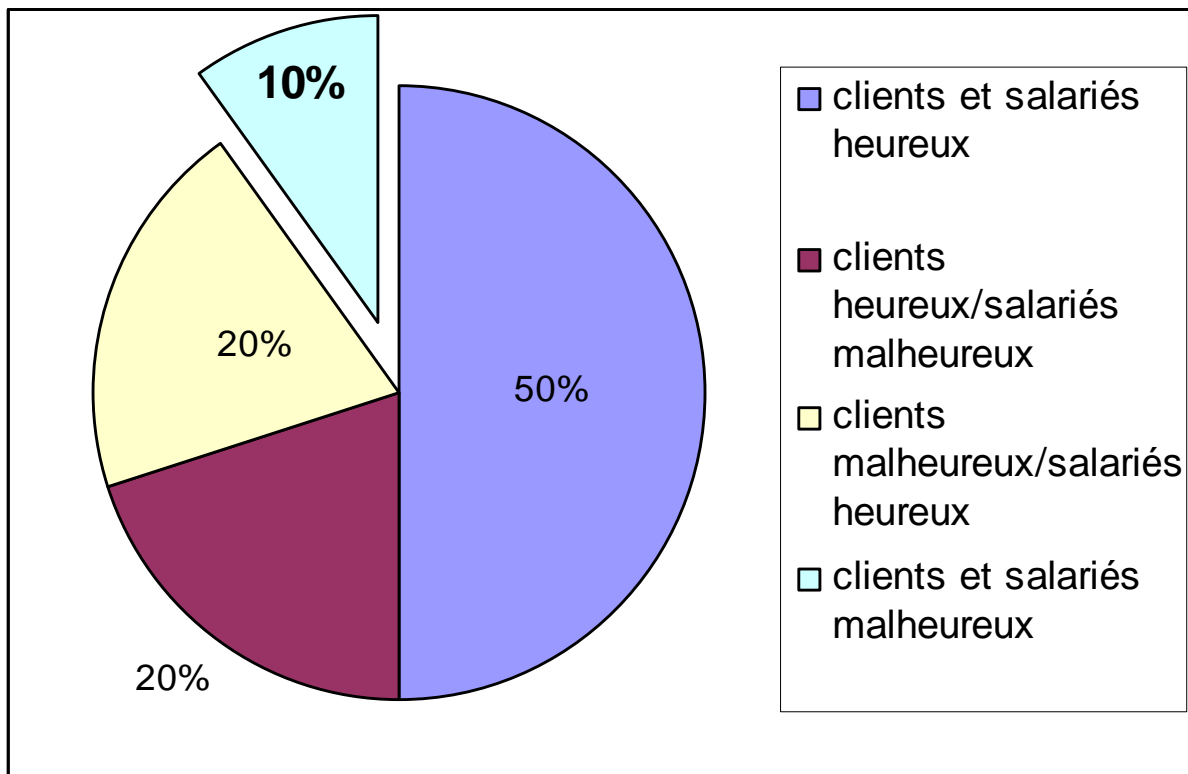
A vous de rendre votre boss heureux. N'hésitez pas à l'interviewer à cette fin, pour savoir ce à quoi il pense en se rasant le matin !

II – Les outils de gestion du pilotage de la CRM du futur pour une meilleure visibilité de son business

Vous conviendrez que dans ce contexte productiviste vertueux, une révision radicale des outils de pilotage des entreprises s'impose. A commencer par le plan comptable général, qui classerait dorénavant les produits et les charges d'exploitation et les emplois-ressources de l'entreprise en fonction des flux de bien ou de mal-être comme suit :

- Le chiffre d'affaires et les ressources seront ventilés en deux catégories. D'une part les produits générés par les clients heureux. D'autre part, ceux émanant des clients qui ne le sont point.
- Les charges et les emplois seront répartis également en deux catégories. D'une part, les dépenses générées par les collaborateurs heureux. D'autre part, celles engendrées par ceux qui ne le sont pas.

Ceci acquis, il sera alors possible de créer des classes de recettes-charges/ressources-emplois en fonction du degré de satisfaction de la clientèle et de celui des salariés de l'entreprise. Une autre manière plus incisive de mesurer les coûts de la «non qualité ». Nous présentons ci-dessous un exemple de résultat de cette démarche où le couple clients et salariés malheureux représenterait 10% de l'effectif étudié.



On peut attendre de ce croisement d'informations une analyse (im)pertinente et riche d'enseignements pour la gestion sociale et commerciale des entreprises et la stratégie des différents acteurs de la vie économique. (*)

* D'après certains chefs d'entreprise de mon relationnel interviewés, il y aurait un écart de résultat d'au moins 20 points entre les catégories extrêmes présentées dans notre exemple ci-dessus.

Conclusion

Pour un nouveau modèle relationnel entre le capital, le travail et le consommateur...

Dans ce contexte, il va de soi que conséquemment, l'entreprise distinguerait dans son bilan social les représentants du personnel heureux des autres !

Voilà de quoi susciter de nouveaux marronniers dans la presse people. Imaginez un fabuleux numéro spécial rentrée qui titrerait en Une: «Classement des entreprises où il fait bon acheter et y travailler » (7) ou l'épouvantail «Classement des entreprises à éviter à tout prix », sauf pour ceux qui accepteraient... d'investir dans une firme où les dirigeants, les salariés et les clients ne seraient pas satisfaits, ... postuleraient dans une entreprise qui cultive en permanence l'insatisfaction de ses collaborateurs ou... voudraient acquérir le produit d'une société où les salariés sont malheureux!

Donat Nobilé,

Gérant de Transvers Consulting, société de conseil en Stratégie&Communication Docteur en Administration et en Economie des Entreprises

Septembre 2013