

# Animation RC | La communication en service client & son management (0) 0

Posted on 9 février 2026 by St9ph  
votre avis compte  
[Total: 0 Average: 0]

## L'importance de communiquer

A toutes les étapes de son parcours client, votre interlocuteur recevra des communications de votre enseigne. Qu'il s'agisse de discours oraux (face à face, phoning) ou de com écrite (vos publications, vos mails, vos tchats), de dialogue ou de message différés, tous répondent à des codes et véhiculent votre image. Ils sont l'un des deux pendants de votre succès (l'autre étant vos produits ou services).  
#GRC #Helpdesk

% Lecture : 0



: En complément (ou en croisement) de cet article, voyez aussi ☐

l'[article sur le SAV](#), même s'il est orienté Prestashop. Nous reprendrons •  
d'ailleurs certains de ses éléments en exemples  
[l'article sur la satisfaction client](#), particulièrement les **enjeux de la** •  
**satisfaction client** contenus dans son [REDACTED] 1☐ (**nous ne reviendrons pas**  
**(dessus pour éviter les redites**

Les **influenceurs** des réseaux sociaux et le **Reverse Marketing**, à intégrer •  
.dans votre com mais qui sont l'objet de [cet autre article](#)

Nous allons prendre un **exemple fil rouge** d'un client qui a commandé dans la  
boutique pédagogique et qui n'a pas reçu sa facture. Cela nous permettra d'étudier  
:

- les **différents outils et canaux** de communication que nous pouvons lui •  
procurer
  - mettre en place** des outils efficaces ◦
  - quel discours** mettre en place ◦
  - le **management** de ce **helpdesk** •
  - Evaluation** et **amélioration des outils** ◦
  - Accompagnement des chargés de clientèle** ◦



Part d'IA /5 dans cet article

Sources ☁

Images ☐

Contenu ➡



*voyez le menu flottant (à droite) pour les sources, un glossaire et la méthodologie*

? **A votre avis** : Quel est le canal favori des clients ?

Le téléphone

Le Tchat

La FAQ

: Temps de lecture

minutes 31-21

|

mots 4 902

|

dernière modification le

février 2026 10

: Au programme

[les outils de la communication en Service Client | 1](#)

[en phoning | 1-1](#)

[\(en clavardage \(Tchat | 1-2](#)

[Management du service client | 2](#)

[les ressources du management | 2-1](#)

[la supervision | 2-2](#)

[la gestion des opérateurs | 2-3](#)

# les outils de la communication en Service | 1 ☐ Client

Sans revenir sur ce que nous avons déjà exploré dans d'autres articles **souvenons-**  
: **nous que**

(un client préfère **se dérouiller seul** et **quand il l'a décidé** (voir [le selfcare](#) ☐ ▪  
mais, si l'outil de **selfcare** ne fonctionne pas comme il souhaite, il veut **un** ☐ ▪  
**"humain" sans délai**



.Et dans ce cas, là, c'est ☐ **le canal téléphonique** qu'il va choisir

Si vous avez **une SVP près de chez lui** et que **le problème est technique**, il ☐  
.risque même de se pointer devant vous avec son appareil en panne dans les bras

dans le chapitre 1☐ de [l'article sur la satisfaction client](#) , on a vu aussi que ☐☐

.l'attente sur le SVI peut être **un facteur aggravant** d'insatisfaction

dans le chapitre 1 de l'[article sur le selfcare](#), on imagine que **le SVI** **totallement automatisé** de la SNCF peut lui aussi **générer du mécontentement** si on n'arrive pas à ce faire comprendre

██████████ | 1-1



%  
choisissent ce canal



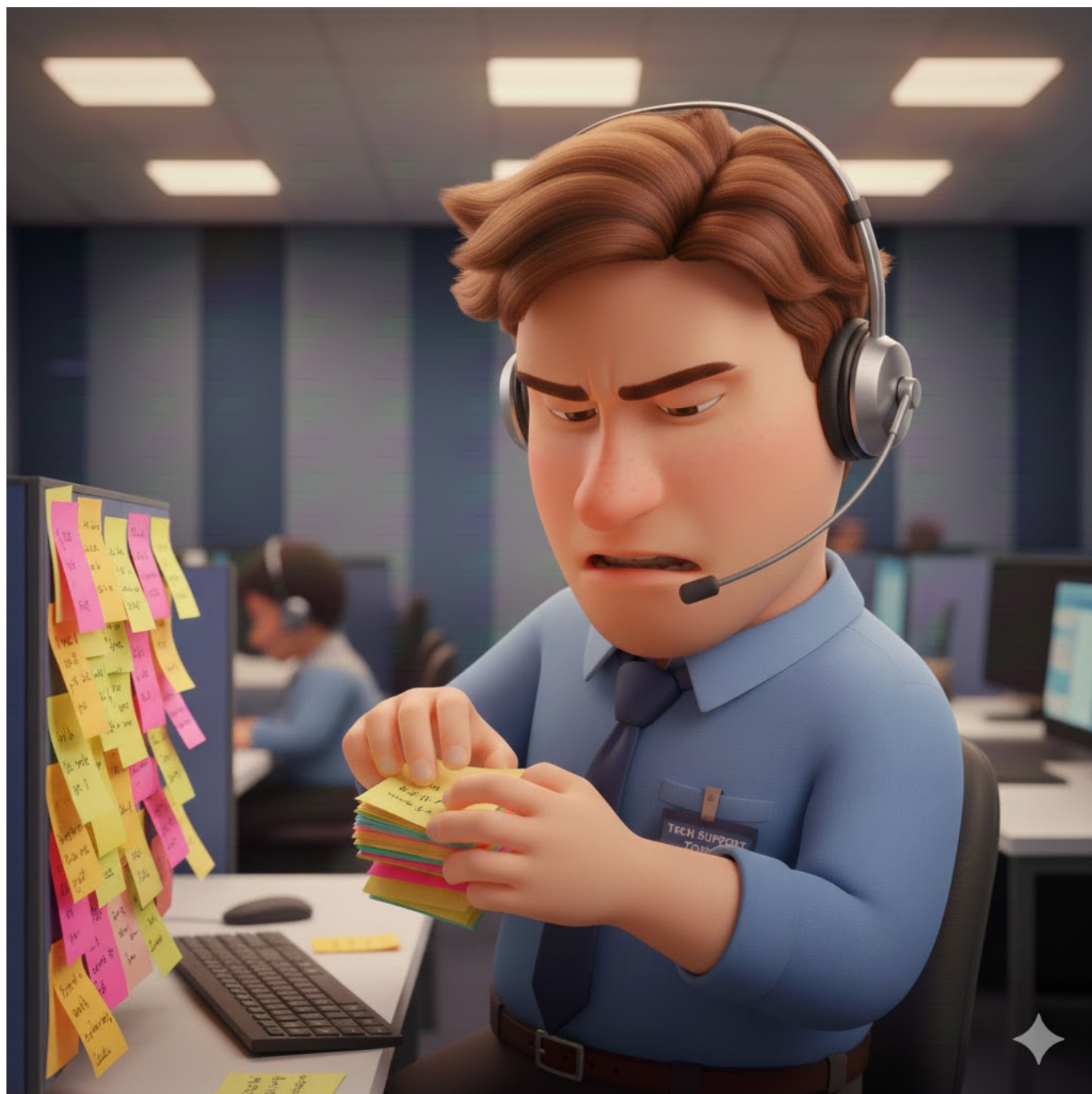
[MyStudies.com](https://www.mystudies.com) ☐

Autant les clients ont **horreur d'être démarchés** au téléphone, autant c'est **leur premier réflexe quand ils ont besoin** de vous contacter. Les avantages sont : évidents

- (C'est un **canal "chaud"** (dialogue **en temps réel** ☐
- (c'est aussi **le plus chaleureux** ☐☐ (émotions dans l'**échange humain** •
- .C'est le plus apte à **dialoguer** et gérer les **problématiques complexes** ☐

☐.c'est aussi **le plus stressant** et à moins d'un **H24 7J/7**, il y'a **des horaires** ☐☐

**outils | 1-1-1**



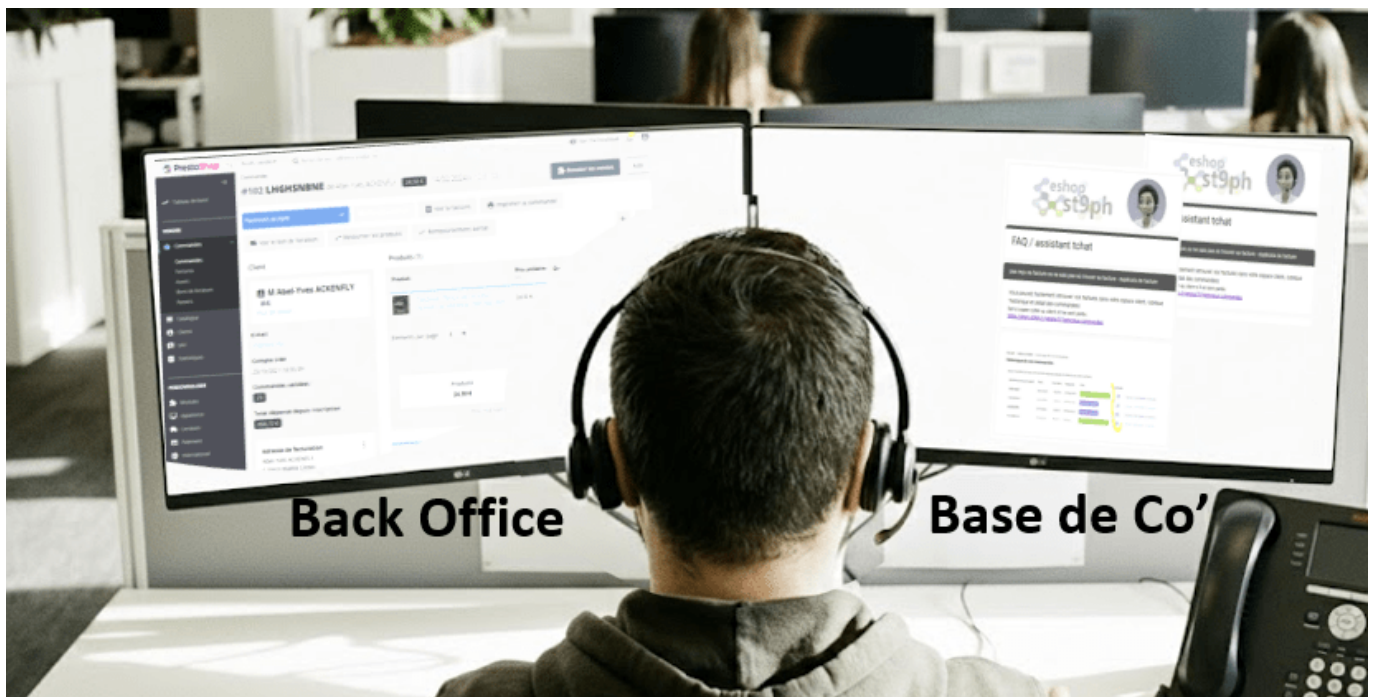
Certes, les bons vieux **Post-it** □ pourraient aider à se souvenir de **tout ce qu'il faut savoir si le service client** (et j'en ai vus un certain nombre) mais ce n'est pas ce ! qui sera **le plus efficace** (ni le plus rapide) pour répondre aux clients

Non, on va se fier comme toujours, aux **outils informatiques** d'autant que ■ □□

■■■■(couplage téléphonie Informatique) peut faire remonter  
.automatiquement le fiche client qu'on a au bout du fil

: Le poste du téléopérateur est en général équipé de **deux écrans**

le premier lui permet d'agir sur **le backoffice** (consulter les infos clients, •  
(... agir pour lui, voir les états de commandes, modifier des options  
Le second est **sa base de connaissance** dans lequel il trouvera les tutoriels •  
pour dépanner, les infos de diagnostic, les actualités de l'enseigne (promos en  
(... cours, évènements, incidents signalés



Le backoffice dépend du CRM utilisé. Pour nous, **Prestashop** et je vous renvoie ➔  
aux nombreux [articles sur ce sujet](#) dans le blog

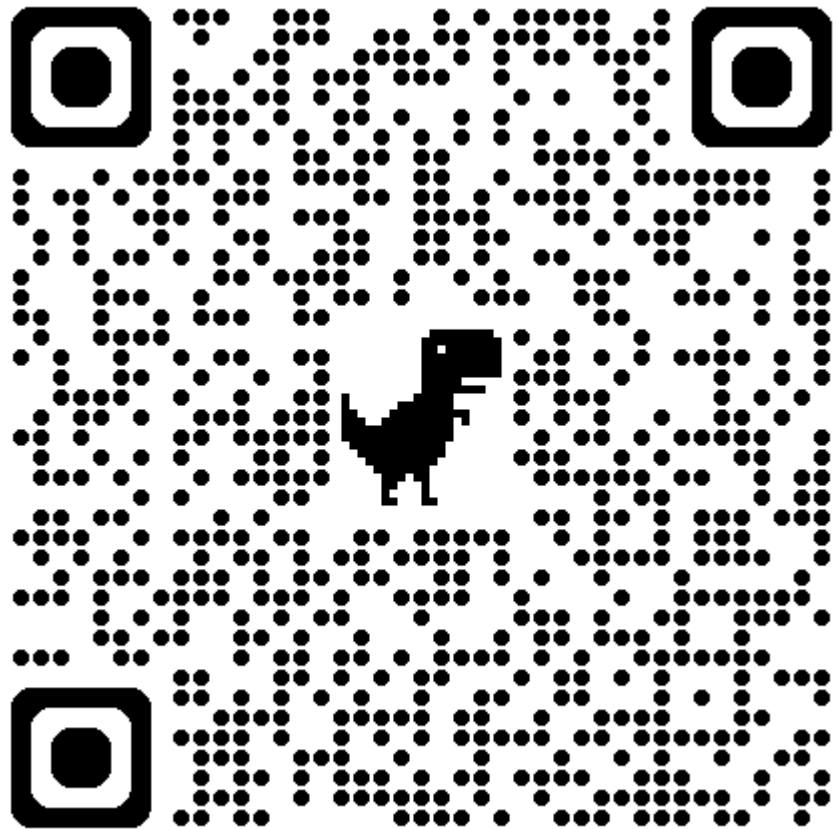
La ■■■■ (**Base de Co'** comme on dit sur les plateaux où l'on ➔  
aime bien tout raccourcir) permet à l'opérateur de trouver **les étapes de  
résolution**, les codes, les liens, les adresses ... Elle est très utile pour aider le  
téléconseiller dans **le process** et ne pas oublier des consignes ou des points de  
.vigilance

Vous pouvez **piloter celle de la boutique pédagogique** [sur ce lien](#) ou en flashant le QR code si vous préférez sur mobile (moins conseillé pour les aperçus .(d'écrans

Cette base de Co peut aussi servir **à une conversation de Tchat**. Il suffirait de ☐ **la relier par une API à l'outil** puis d'ajouter un bouton "**faire cette réponse**" pour que les éléments choisis dans la Base de Co soient **envoyés directement dans la conversation**

Vous pouvez également retrouver ce lien dans **le footer de la boutique** ☐ **pédagogique** (*cliquez sur le logo ci -contre pour vous y rendre dans un nouvel onglet*





## LIENS PÉDAGOGIQUES

[assistant conversationnel](#)

[Boutique d'entraînement \(front\)](#)

[Ressources du Blog](#)

[Ressources du Drive](#)

[Wiki Prestashop Project](#)

**i** C'est comme ceci que fonctionne **un chabot** d'ailleurs, il **analyse des mots clés** qu'il fait correspondre par **probabilité** aux choix **les plus pertinents** de son .inventaire

: Mais **revenons à notre appel**



## FAQ / assistant tchat

\* Indique une question obligatoire

### une commande passée

\*

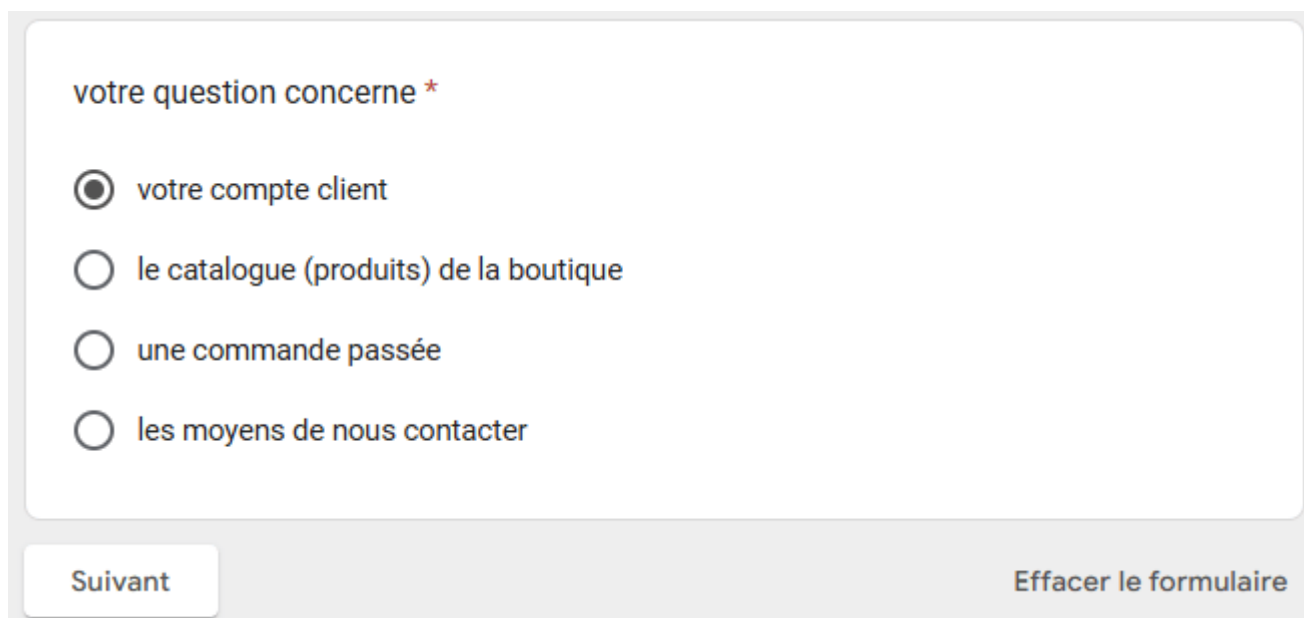
- ☐ un fichier 3d commandé que je n'ai pas reçu (ou que je ne sais pas où télécharger)
- ☐ comment faire pour commander un ebook, bouton ajouter au panier inactif ou ne sais pas où chercher
- ☒ pas reçu sa facture ou ne sais pas où trouver sa facture - duplicata de facture
- ☐ je ne sais pas comment ouvrir l'objet 3d que j'ai acheté
- ☐ je ne sais pas comment enregistrer mon ebook (il s'affiche dans le navigateur)
- ☐ Autre : \_\_\_\_\_

Retour

Suivant

Effacer le formulaire

Le téléconseiller peut choisir une typologie dans le menu principal pour être guidé →  
: vers le tutoriel adéquat



votre question concerne \*

☒ votre compte client

☐ le catalogue (produits) de la boutique

☐ une commande passée

☐ les moyens de nous contacter

Suivant

Effacer le formulaire

un choix "autre" permettra à l'opérateur de **saisir les thématiques qui ne sont pas prévues** dans l'arborescence pour que ce feedback permette aux .formateurs du centre d'appels de **faire évoluer l'outil**

Le choix "*commande passée*" conduit vers **un second menu** regroupant **toutes** →  
: **les typologiques connues pour cette thématique**

une commande passée

\*

☐ un fichier 3d commandé que je n'ai pas reçu (ou que je ne sais pas où télécharger)

☐ comment faire pour commander un ebook, bouton ajouter au panier inactif ou ne sais pas où chercher

☒ pas reçu sa facture ou ne sais pas où trouver sa facture - duplicata de facture

☐ je ne sais pas comment ouvrir l'objet 3d que j'ai acheté

☐ je ne sais pas comment enregistrer mon ebook (il s'affiche dans le navigateur)

☐ Autre : \_\_\_\_\_

Retour

Suivant

Effacer le formulaire

Célia n'a plus qu'à **suivre le guide** et dispose **d'aperçus d'écrans** pour mieux ☐☐  
.renseigner le client devant son écran



## FAQ / assistant tchat

pas reçu sa facture ou ne sais pas où trouver sa facture - duplicata de facture

Vous pouvez facilement retrouver vos factures dans votre espace client, rubrique "historique et détail des commandes)





lien à copier-coller au client s'il se sent perdu :

<https://shop.st9ph.fr/presta/fr/historique-commandes>

Accueil / Votre compte / Historique de vos commandes

### Historique de vos commandes

Vous trouverez ici vos commandes passées depuis la création de votre compte

Référence de commande	Date	Prix total	Paiement	État	Facture
ZBKIVJMCF	08/11/2021	40,00 €	HH Payment	paiement automatique simulé	 Détails Commander à nouveau
YUSOVWZJC	03/11/2021	19,00 €	HH Payment	Paiement accepté	 Détails Commander à nouveau
NIFRXIZRW	03/11/2021	19,00 €	HH Payment	Paiement accepté	 Détails Commander à nouveau
NUJMBHEUZ	30/10/2021	20,00 €	Chèque	paiement automatique simulé	 Détails Commander à nouveau

## discours | 1-1-2

En appels **entrants** (vers le Call Center) ou **sortants** (prospection, rappel), on → utilise plusieurs méthodes (**chartes**) d'appels mais qui se résument toujours dans **les mêmes 4 phases : Accueil, Découverte, Proposition et Conclusion** .((

Dans ce tableau, **les équivalences avec** les 3 autres **les plus connues**, pour être : complet

<b>AIDA</b>	<b>4C</b>	<b>CROC</b>	<b>ADPC</b>
Attirer l'attention	Contacter	Contact	Accueil
Inspirer l'intérêt	Connaitre	Raisons	Découverte
Déclencher le désir	Convaincre	Objectifs	Proposition
Aboutir à l'adhésion	Conclure	Conclusion	Conclusion

i Les deux dernières étant plutôt destinées à **des appels sortants** (**contacter** et **attirer l'attention**).

(Etudions maintenant l'appel fil rouge pour détailler ses phases (ADPC

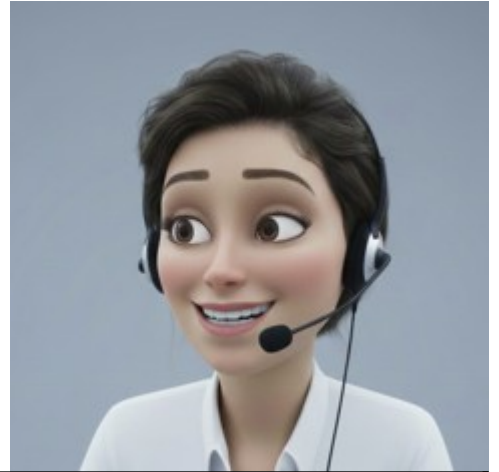


Utilisez **le bouton flottant** à gauche pour **lire ou mettre en pause** la conversation pendant que vous consultez chaque étape

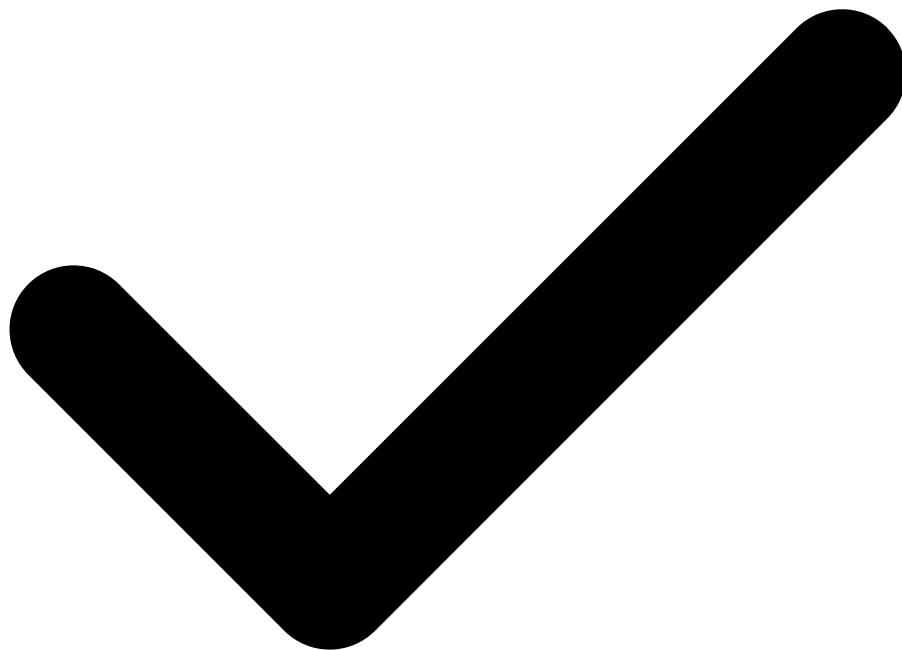


A

**Accueil**



! Boutique st9ph, bonjour ! bienvenue au service client



.1

**Je rassure immédiatement le client sur l'aboutissement ☐  
de son appel et je le mets en confiance par un accueil  
convivial**



Bonjour, je vous appelle parce que je n'ai pas reçu la facture d'un produit que j'ai  
! acheté chez vous

Que souhaitez vous savoir sur votre  
commande ?

J'ai besoin de ma facture

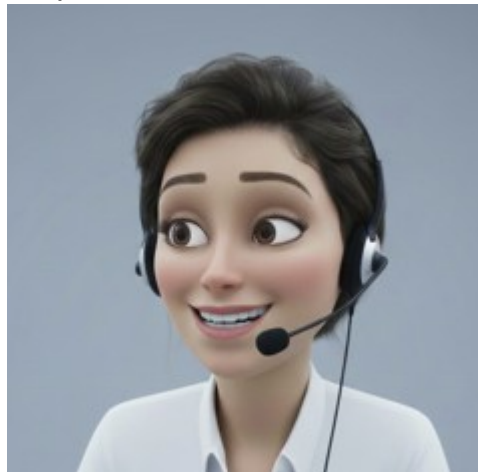
J'ai besoin de ma

Je n'ai pas reçu mon produit

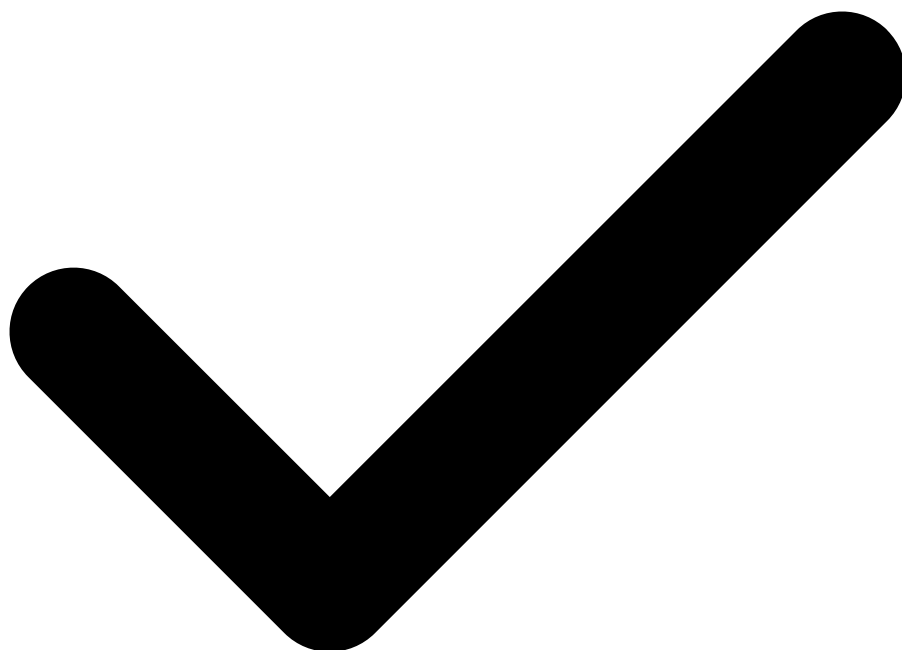
J'ai une réclamation à faire

POWERED BY  TIDIO

(équivalent ChatBot (Selfcare







Ce n'est pas normal, en effet ! nous allons regarder cela ensemble : pouvez vous  
? m'indiquer l'adresse mail que vous utilisez dans la boutique





.1

Je repère la problématique et authentifie le client pour accéder \*  
à son dossier



Prise de notes des éléments clés (dates, ordre des évènements ...) pour  •  
éviter à mon interlocuteur de se répéter  
Backoffice client et Base de Co  •

? **Authentifier, identifier** ? Je ne vois pas bien la différence  




, c'est demander au client **une information que lui seul peut connaître** (normalement) contrairement à , qui n'est qu'une **question de contrôle pour vérifier** ou **requalifier**. C'est ce qui va se passer ensuite quand elle va lui dire "vous êtes bien monsieur ..." → il répondra par Oui ou Non




oui, bien sur ! gnelvet@gmail.com

Accès à la fiche client  •  
Repérage des dernières opérations pour être proactif dans le  •  
questionnement

 **Gabin NELVET [000032] - gnelvet@gmail.com**

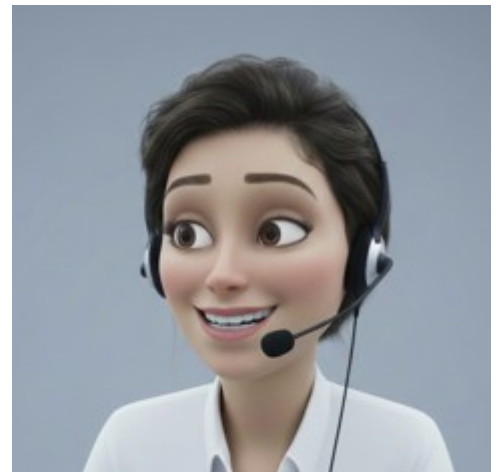
Titre de civilité	M
Âge	Inconnu
Date d'inscription	15/11/2021 14:53:22
Dernière visite	07/02/2026 12:56:22
Place parmi les meilleurs clients	14
Langue	Français (French)
Inscriptions	 Lettre d'Informations  Offres partenaires
Dernière mise à jour	07/02/2026 12:54:58
État	 Activé

 **Commandes** 3

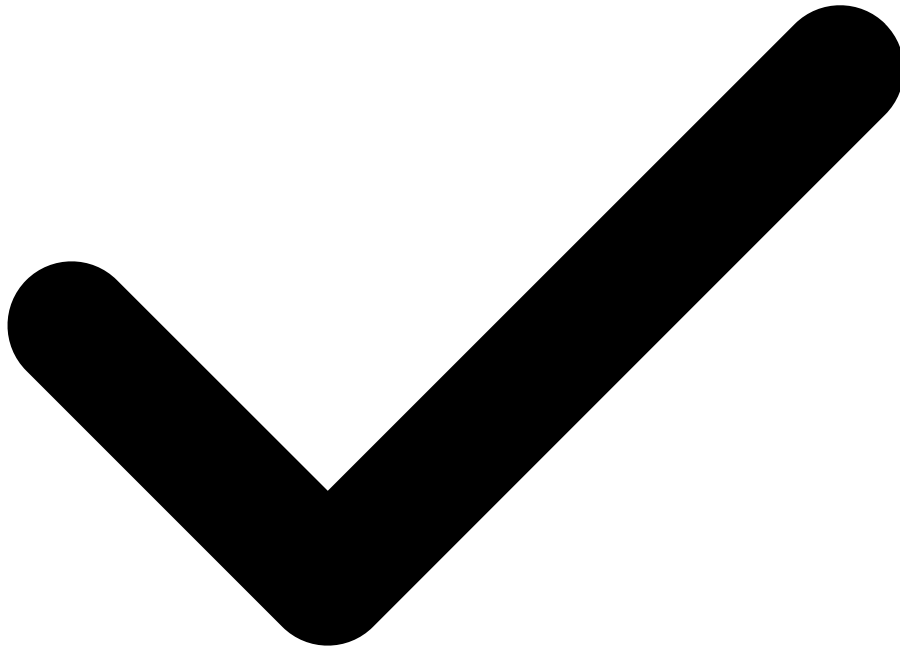
Commandes valides : 3 pour un montant total de 60,00 €

Commandes non valides : 0

(Backoffice (fiche client



? très bien ! J'accède à votre dossier ... vous êtes bien monsieur Gabin Nelvet



.1

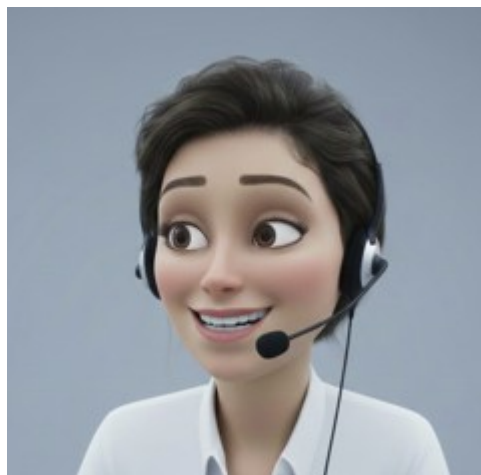
J'identifie le client ☐

(Je **vérifie les informations** du dossier (requalification ☐ •  
Effet rassurant de **prise en charge personnalisée** quand le client est ☐ •  
.nommé sans avoir dit son nom au préalable



!oui

L'opérateur pourrait **pousser plus loin sa requalification** : "*vous habitez □□ toujours à telle adresse ?*", "*votre numéro de portable est toujours le 06 ....*" (sauf à .le lire sur son écran de téléphone, bien évidemment). Ici, Célia ne le fait pas



Enchanté monsieur Nelvet, je suis Célia et c'est moi qui vais traiter votre demande.  
? Pouvez vous me confirmer votre code postal s'il vous plaît

Je me présente de manière conviviale □

j'authentifie mon interlocuteur \*

Nom	Adresse	Code postal	Ville
nelvet	Cherche	14000	Cher
NELVET	allée Les Bleus	14000	Caen



Heu ... oui ? 14000

L'opératrice pourrait rassurer ce client qui **semble surpris de sa question** en ☐☐ lui indiquant que c'est pour sécuriser l'entretien qu'on pratique ces questions de .contrôle

D

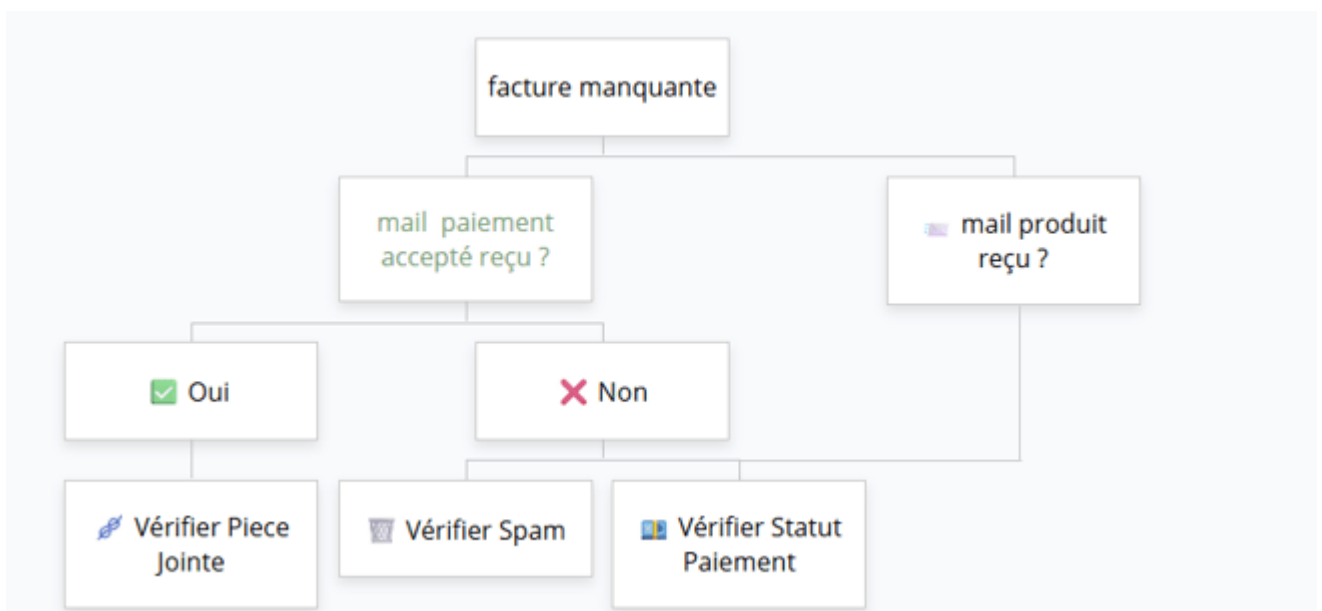
**Découverte**



? Merci ! Avez-vous bien reçu le lien de téléchargement de votre produit

Je remercie le client des informations qu'il me donne ou des manipulations qu'il réalise à ma demande

je débute mon plan de questionnement \*



Celia s'assure d'abord que **le produit a bien été livré** (numériquement), ce qui ☐☐

signifie qu'il a bien été payé (sans quoi, ce n'est même pas la peine de chercher la  
.(facture ,elle n'existe pas encore

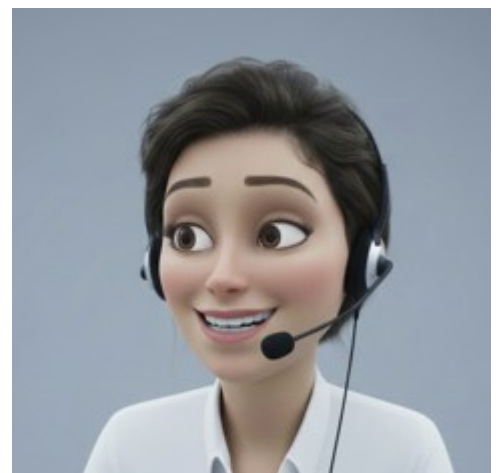


!oui

: **C'est le cas** et il s'agit soit ☒

- d'un **bug d'envoi** du mail automatique pour le paiement accepté ☐ •
- le mail n'ait **pas attaché de pièce-jointe** ☐ •
- la boîte mail du client **n'a pas accepté la pièce jointe** ☐ •

On peut d'emblée **écarter les autres typologies** : mail erroné (vérifié) ou spam →  
((client fidèle



? Mais pas le mail qui vous indiquait que votre paiement était accepté

le questionnement est fermé car il s'agit juste de vérifier des ☐  
typologies par oui ou non

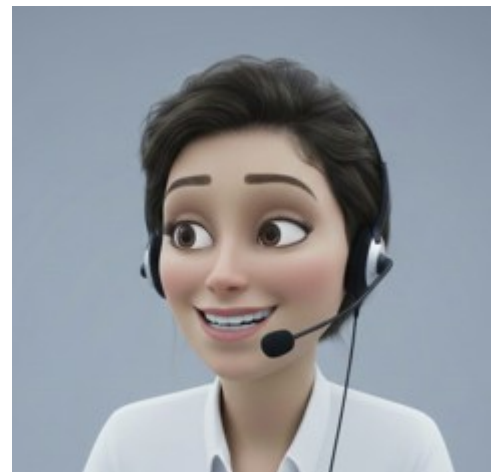
Celia veut s'assurer de **la réception du mail** avant de perdre du temps à savoir ☐☐  
.si la PJ était absente ou si c'est le client qui ne l'a pas vue



Si ! Mais justement, il n'y avait pas de pièce jointe comme les autres fois

le client fait une réponse utilise si la question est bien posée "comme les autres ☐☐  
: "fois

- d'un **bug d'envoi** du mail automatique pour le paiement accepté •
- le mail n'a pas attaché de pièce jointe** •
- la boîte mail du client **n'a pas accepté la pièce jointe** •



En résumé, vous avez eu le lien de téléchargement, le mail de confirmation du ? paiement mais pas de facture attaché à ce mail. C'est bien cela

Je reformule les éléments factuels que j'ai diagnostiqués ☐  
pendant mon questionnement pour valider avec mon client que  
j'ai bien compris sa demande

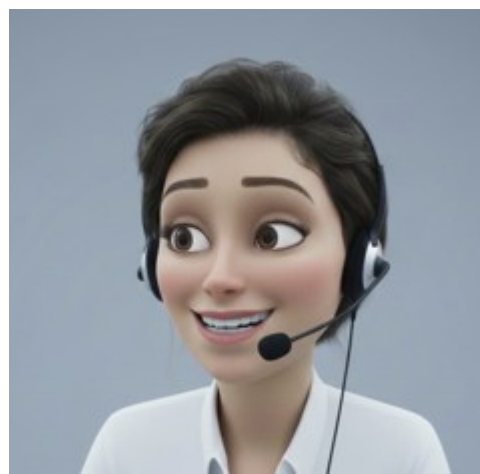
Cette étape semble lourde et difficile aux débutants mais **elle est** ☐☐  
**fondamentale** à la fois pour s'assurer de **faire une proposition adaptée** et pour  
**ne pas repartir en découverte** au moment de dire "ai-je bien répondu à vos  
attentes ?" (quand le client vous répondra "pas du tout ! Ce n'est pas ce que je  
(! voulais



! Hé oui ! Et j'en ai besoin

le client valide l'objet de sa demande ☐☐

J'identifie un ressenti et lui montre de l'empathie (sans ☐  
(forcément être d'accord avec lui pour autant

**Proposition**

Je comprends ! Tout d'abord, excusez-vous pour le désagrément ! Cela arrive parfois que le mail automatique oublie de joindre la facture

(Je m'excuse pour la faute (et seulement s'il y'a faute ☐

J'explique ce que je sais de l'incident (si c'est possible) en toute ☐  
transparence

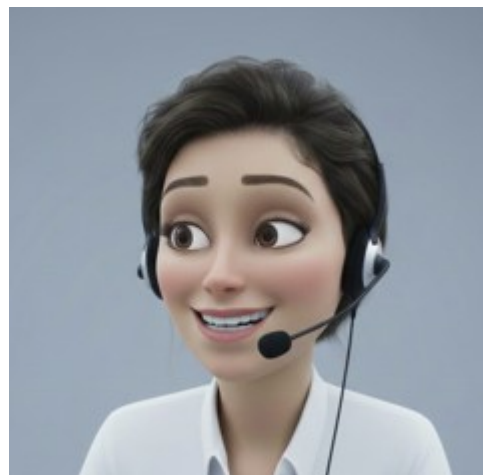
**Ne mentez pas au client,** ne lui promettez pas la lune ☐ quand ce n'est pas ☐☐  
! possible, **vous allez le perdre à coup sur** quand il s'en rendra compte



! Pas de soucis

J'identifie les signaux (ici, que le client est conciliant ☐

je le remercie pour sa compréhension (mais Celia oublie de le ☐  
(faire



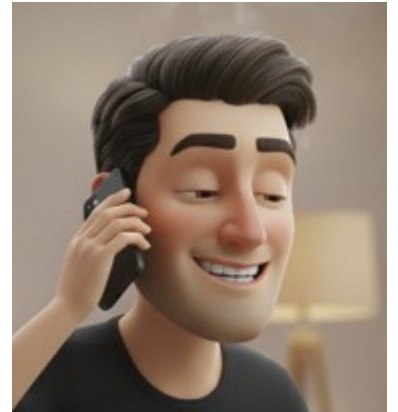
Savez-vous que vous pouvez la retrouver dans votre compte client sans que j'ai  
? même besoin de vous la renvoyer

Je répare la faute (si possible) Ici, Celia pourrait renvoyer le mail ☐

((mais elle n'y pense pas

Celia est déjà en **Next Step** : Rendre le client autonome pour s'autodépanner et ne plus être obligé d'appeler si cela se reproduit

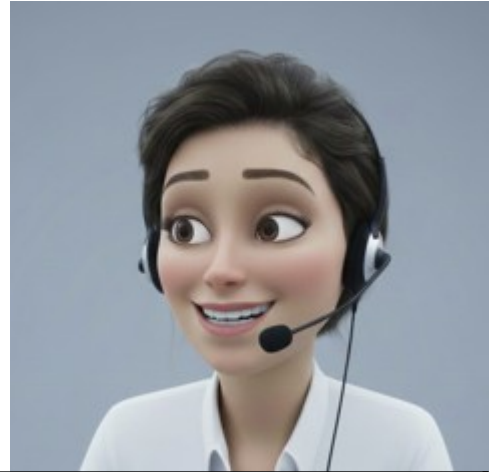
**Rendre le client autonome**, c'est top mais, en l'occurrence, elle aurait pu aussi lui renvoyer sa facture (c'était juste un bouton à cliquer). Cela aurait renforcé le sentiment de monsieur Nelvet d'**une prise en charge à 100 %** (et pas .("seulement "



? Ah non ? Comment je fais

J'identifie les signaux (ici, que le client est partant pour le (selfcare

Noter les **signaux non verbaux** (un "oui" dit d'un ton déçu) ou **minimisant** ("si c'est le seul moyen"). Si c'est le cas, **abandonnez la démarche** si vous pouvez ("faire autrement ("



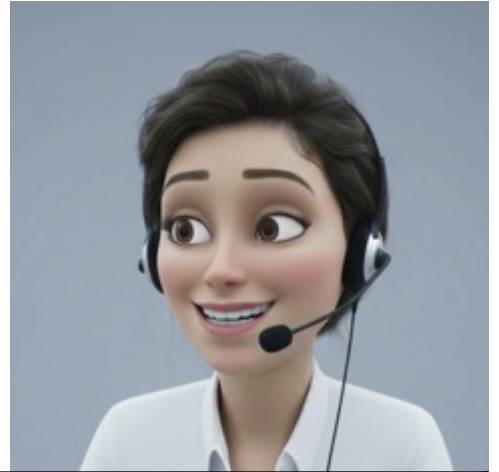
? Vous êtes connecté à la boutique st9ph

Je vérifie que le client est **en situation d'interagir** avec moi ☐  
((empathie

c'est le fameux "*avez vous de quoi noter ?*" avant de communiquer un code ou ☐☐  
.un numéro



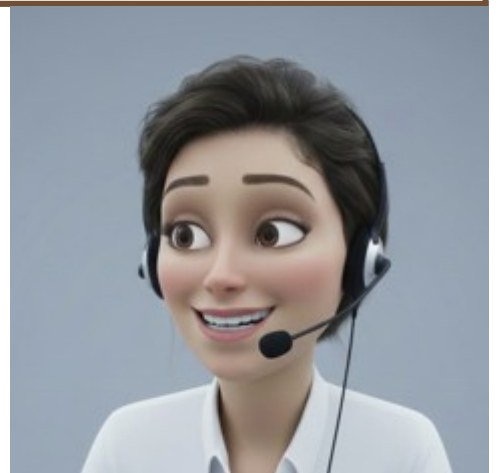
! oui



? Je vous explique



Volontiers




? Vous voyez l'icone du panier, en haut à droite

Je questionne sur **sa perception** pour évaluer **sa capacité** ☐  
(**d'action** (empathie

Je suis pédagogue et **valide les étapes** une par une avec le client ☐

The screenshot shows a chatbot interface with the following elements:

- A blue button with the text "J'ai besoin de ma facture".
- A light blue response bubble containing the text: "Vous retrouvez toutes vos factures dans votre espace client dans [\"historique des commandes\"](\"#\")".
- A light blue response bubble containing the text: "Cliquez sur l'icone PDF pour la télécharger".
- A section header "Génération de votre compte".
- A table with three columns: "Paiement", "État", and "Facture".

Paiement	État	Facture
HH Payment	<span>Paiement accepté</span>	
- A light blue response bubble containing the text: "Cela répond il à votre question ?".
- Two buttons below the question bubble: "oui (retour au menu)" and "Non".

POWERED BY  TIDIO

.l'équivalent sur le chatbot si le client avait choisi de s'adresser à lui

La suite correspond tout à fait au **schéma que suit le tchabot** de la [boutique](#) ☐☐  
([pédagogique](#) (que vous pouvez tester aussi



Et à côté votre nom ? [...] ☐ validé client

Cliquez dessus ! [...] ☐ validé client

Vous devez voir une rubrique « historique et détails des commandes », c'est le cas ?






? Oui ! Ah oui ! C'est l'icone pdf, c'est ça

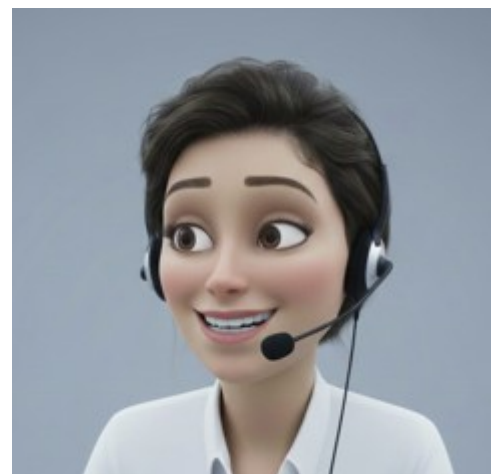
Accueil / Votre compte / Historique de vos commandes

## Historique de vos commandes

Vous trouverez ici vos commandes passées depuis la création de votre compte

Référence de commande	Date	Prix total	Paielement	État	Facture
QTPPEIHZR	17/11/2021	20,00 €	HH Payment	Paielement accepté	
IEVZPYDVP	16/11/2021	20,00 €	HH Payment	Paielement accepté	
CKACZOYMS	15/11/2021	20,00 €	HH Payment	Paielement accepté	

La **Base de Co** procure souvent (si elle est bien faite) **des aperçus d'écran côté client** au téléconseiller pour qu'il puisse **mieux le guider** (voir la même chose que .(lui et pas son écran de backoffice qui est très différent



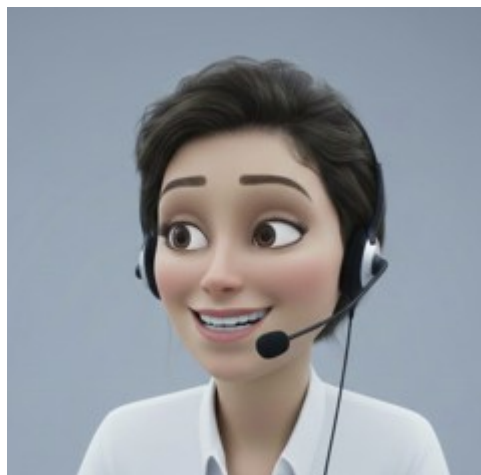
! Oui, c'est cela



! Parfait ! Je l'ai maintenant

i Ca se fait de féliciter le client à qui **on a fait faire un effort**. On peut aussi insister sur le fait que c'est facile ou, tout au moins, **recueillir son sentiment**.

! "Mais encore une fois, Celia, "elle veut pas



Et à l'avenir, vous pourrez retrouver toutes vos factures ici, si pour vos prochains  
! achats notre robot d'envoi de mail oublie encore sa pièce jointe

Je suis proactif et indique au client ce qu'il peut réaliser en ☐  
(selfcare (Next Step

Je synthétise l'entretien (closing) et reformule la démarche ☐

(proposée. (bon, là, Celia oublie aussi

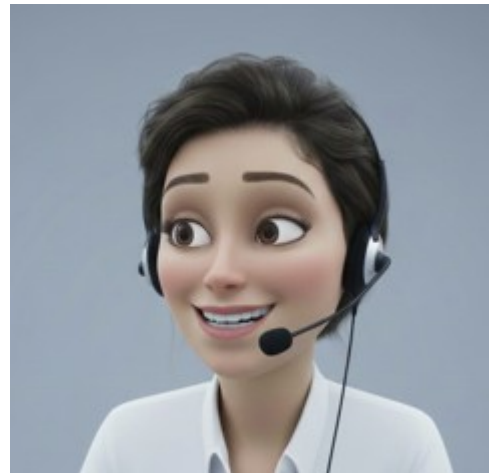
! Envoyer un mail récap en complément, ce serait le top ☐☐

Attention au discours : "oublie encore" laisse à penser que c'est son habitude et ⚠  
: que notre serveur est "boiteux". Plus adapté

Cela arrive rarement, sans doute un pic important de commandes à ce"  
".moment-là ... et vous avez eu le bon réflexe de nous contacter à ce sujet

C

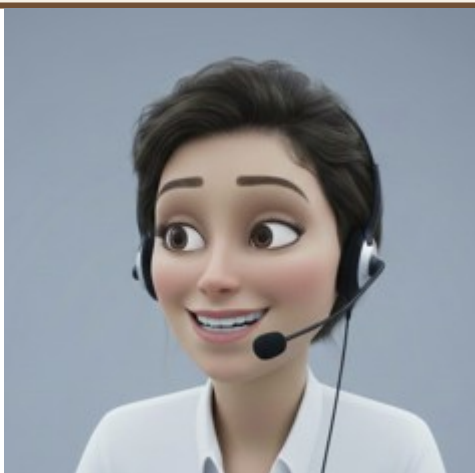
## Conclusion



? Ai-je bien répondu à vos attentes



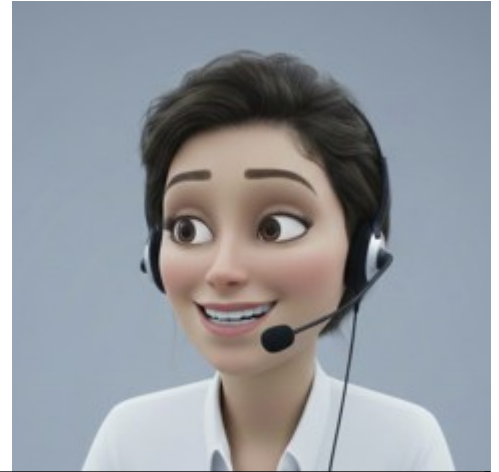
Oui, c'est parfait



? avez-vous d'autres questions



! non, non, tout va bien



Vous m'en voyez ravie ! Je vous souhaite une agréable journée de la part de la boutique st9ph

je m'enquière de la satisfaction de mon interlocuteur ☐

Proposition de service ☐

Prise de congès ☐

C'est au moment de la **proposition de service** "avez-vous d'autres questions ?" ☐☐  
que je me rends parfois compte que **ma reformulation de découverte** (ou,  
même, **mon plan de questionnement** qui l'a précédé) n'a pas été suffisamment  
"... structuré(e) ou complet(e) : "oui, vous n'avez pas répondu à

C'est le meilleur moyen de "planter" sa DMT et c'est pourquoi on insiste →  
.lourdement sur la phase de découverte



: Le ✉ **mail récap** pour une **Next Step très pro**

**Discours**

,Bonjour monsieur Velvet

**Phase**

Salutations

Discours	Phase
Vous nous avez contacté <b>au ☐3853</b> pour <b>obtenir une facture</b> que nous ne vous avons pas envoyée et nous vous remercions de .votre appel	Reformulation
Nous avons vu ensemble qu'il s'agissait d' <b>un oubli de notre serveur mail</b> et je vous ai montré comment retrouver par vous- même tous vos documents dans votre espace client	Proposition
Pour rappel, dans "mon compte" : ☐ <b>Historique et détail des commandes</b> ☐ cliquer sur <b>l'icone</b>  de la ligne de votre commande pour <b>.télécharger la facture</b>	Next Step
Encore toutes nos excuses pour ce désagrément. Toute l'équipe st9ph Market reste à votre disposition, vous remercie de votre fidélité et vous dit à bientôt sur notre boutique .en ligne	Prise de congés
 .Votre conseillère commerciale	Signature

  | **1-2**

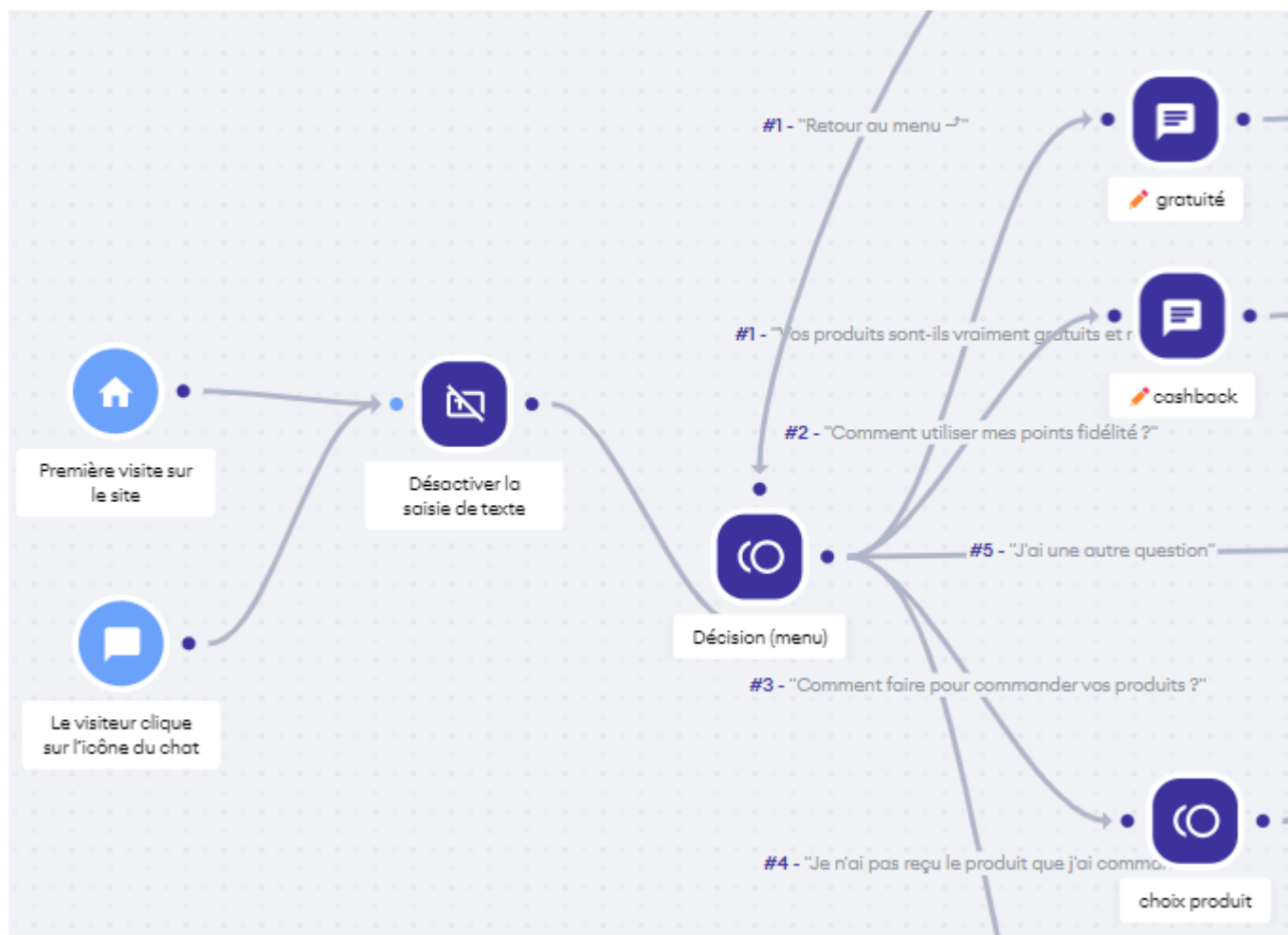
Mais oui ! **Le nom français pour le tchat**, c'est **le clavardage** (contraction de .bavardage au clavier). Mais je crois qu'à part au ☐Canada, personne ne l'utilise

### **outils du tchat | 1-2-1**

On va faire bref parce que l'outil que j'utilise dans la boutique pédagogique, **Tidio**, .est l'objet d'[un article dédié](#)

Chaque outil a son mode de fonctionnement particulier et vous n'échapperez pas ☐☐ à une longue démarche de **programmation des scénarios** (et l'interminable série .de tests avant que cela fonctionne **comme vous le souhaitez**

: Ici, l'aperçu en backoffice deTidio des **noeuds à créer**



Mais une fois ce travail fait, **votre outil répondra présent**, il sera infatigable et ☐☐ permettra H24 de vous éviter pas mal de tickets (voir l'[article sur le SAV](#)) et d'appels

Dans la vidéo ci-dessous, **le parcours** en selfcare **via le Tchatbot** pour retrouver ☐☐ : ses factures

L'outil positionne directement l'utilisateur dans le bon panneau du compte client ☐☐ .et lui donne un aperçu de ce qu'il doit repérer sur l'écran

### **l'hypertextualisation du discours | 1-2-2**

C'est là **tout l'avantage de l'écrit électronique**, la possibilité d'**attacher des → liens**. On pourra donc conduire les clients là où l'on veut (comme sur la vidéo ci-

.(dessus

Comment les commander ?

Pour les commander, rien de plus simple : rendez-vous dans le rayon "objets 3D".

Avoirs, bon de réductions et autres avantages

Cliquez sur le lien correspondant à votre demande :  
Avoirs, Bons de réduction, Retour produit, Liste d'envies, Points fidélité

Très bien !  
Dans votre mail, cliquez sur le lien en bleu comme dans l'aperçu ci-dessous :

Produit(s) à télécharger

Vous avez 1 produit(s) à télécharger à l'aide du/les lien(s) suivant(s) :

• [subaru\\_impreza.3mf](#)

On peut traduire aussi **les émotions par des emojis** ☹️ mais, encore une fois, ➡️ (avec modération ! (pas comme moi sur ce blog

oui (retour au menu)

Vous m'en voyez ravi ! 😊

La boutique St9ph vous enverra alors un mail contenant le lien du modèle que vous avez commandé pour que vous puissiez le télécharger.

Cela a-t-il été utile?



... vos bons de réduction, vos listes d'envies et plein d'autres choses !

Alors, n'attendez plus !  
Cliquez ici pour créer votre compte.  
Une surprise vous attend. 🎁

"On peut aussi jouer avec le "presse-papiers ➡

Envie de vous faire plaisir ? 😊 Un code promotionnel de 10 %, ça vous dit? 🛍️

Oui, s'il vous plaît !

Voici votre code ! Pensez à vous créer un compte client pour que cela fonctionne. Bon shopping ! 😎

BI9NV9NU9



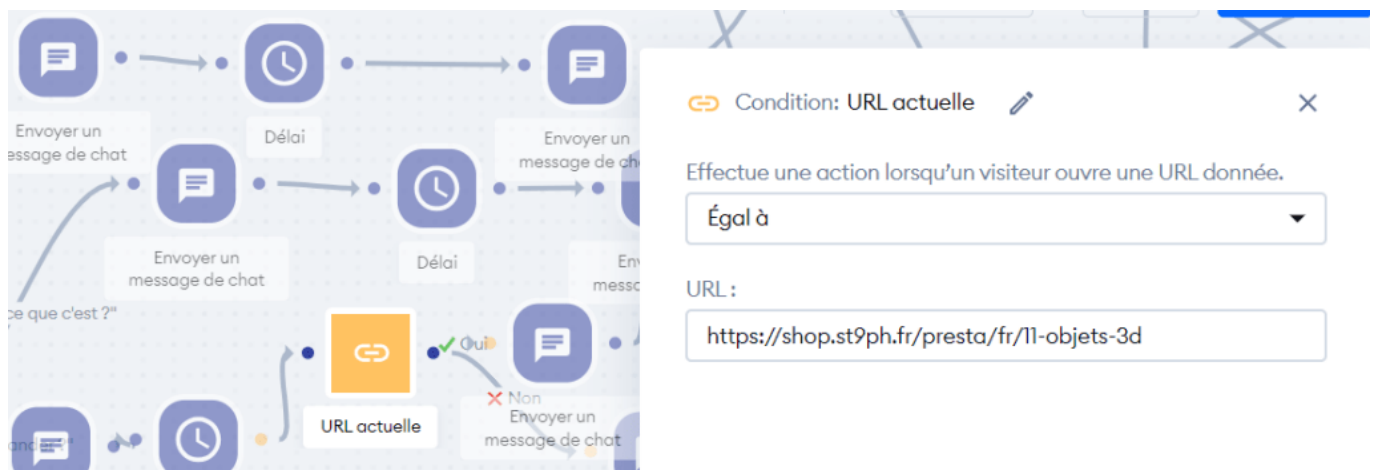
Dans l'aperçu ci-contre, **un coupon de bienvenue** sera **mis en mémoire** pour ☐☐

📄 le panier 🛒 en cliquant sur l'icone copier

On utilisera aussi cette méthode pour **l'écriture automatique d'un message** ☐☐  
(,à destination du **SAV** (voir aussi [article sur le SAV](#))

Dans l'animation ci-dessous, le message en *drag'n'drop* pourra entrainer **un** ☐  
**.déclencheur automatique** puisqu'il est **préformaté**

On peut enfin **évaluer la situation** (page actuelle, niveau de scroll, statut du ➡  
( ... visiteur



Ici, La condition teste (après une temporisation "délai") **si le visiteur a cliqué** ☐☐  
**sur le lien de la bulle** lui proposant d'atteindre la rubrique "**Objets 3D**" de la  
.boutique

☐☐ .On **encourage l'interlocuteur** en le félicitant de la réussite de sa manipulation

Comment les commander ?

Pour les commander, rien de plus simple : rendez-vous dans le rayon "objets 3D".

Bravo ! 👍

Le phoning et le Tchat n'obéissent donc pas aux **mêmes codes** mais **sont complémentaires** entre eux. Parfois, même **complémentaires avec leurs équivalents IA** (chatbots et voicebots) qui proposent *in fine* la **mise en relation** .avec un opérateur

## Management du service client | 2

Il faudra **les bons outils** pour mesurer les performances et les améliorer. Cela passera par la recherche permanente de **faciliter le travail des téléopérateurs** .tout en veillant à **leur motivation**

| 2-1

Il faudra à la fois des managers et des outils. Selon la taille de la plateforme, le nombre de strates d'encadrants et la puissance des outils seront importants

**Les managers** | 2-1-1

: Les rôles varient selon les organisations →

les **chefs de projet** ou **responsables d'activité** chapeautent un ensemble •  
(le service facturation, la gestion de comptes ...) voire tout ou partie des activités que nous confie **un client donneur d'ordre**. Il sont supervisés parfois par des **responsables de production** ou directement par le **directeur du Call Center**

**Les superviseurs** en charge d'une équipe de téléconseillers (manager de proximité), subordonnés des chefs de projet, parfois accompagnés d'une

(**Vigie** (surveillant de l'ensemble d'un plateau  
**Les coachs et formateurs** (qui aident les agents en difficulté) mais c'est •  
souvent le superviseur qui a aussi cette charge dans les petites structures



Image ©Webhelp SA

A tous ces encadrants s'ajoutent des rôles **hors production** comme dans toute ➔  
entreprise

les [ ] qui doivent à la fois recruter des **profils ayant les aptitudes •**  
**particulières** requises en centre de contacts (savoir être, gestion du stress) et  
. (**veiller au bien-être des salariés** (pas facile dans ce métier  
Les [ ] (très importants pour **calibrer les ressources** humaines •  
(sur **les flux de production**  
Les [ ] et [ ] qui **veillent aux KPI** et diffusent •  
. les **prévisions** ou les **bilans**

## Les outils □ | 2-1-2

C'est par **le numérique** que tout se passe dorénavant et **les flux, texte ou □□**  
**(voix** passent tous par la **VOIP (Voice Over Internet Protocole**



Les **solutions de VOIP** sont nombreuses et leur cout dépendra de **la taille du →**  
**Call Center** (et des flux). A cela, il faut ajouter

- **casque pro et téléphone spécialisé**
- **parc informatique et sauvegardes** (dont enregistrements des appels, (très gourmands en octets
- **(plateaux spécialisés** (insonorisation, positions de travail adaptées

En croisant plusieurs sources (merci l'IA), voici **un ordre d'idées de couts**, rien →  
 : que pour la VOIP, le téléphone et le casque

Champ d'application	(€) Fourchette	Élément
Appels basiques, voix sur IP	mois / / € 25 – 10 utilisateur	Abonnement VoIP standard
Fonctionnalités avancées	mois / / € 60 – 30 utilisateur	Abonnement pro / centre d'appel
Selon destination et provider	min / € 0,10 – € 0,02~	(Appels hors forfait (min
Gestion centre d'appels	mois / / € 35 – 20 utilisateur	Téléphonie cloud + SVI
DID / local / international	mois / € 10 – 2	Numéro téléphonique supplémentaire
Casque/phone VoIP	€ 200 – 50~	Matériel téléphonique

: sources

- (€ **Tarifs VoIP par utilisateur** : offres Zendesk (15-60 •
- (€ **Forfaits VoIP / centre d'appels** : Aplicall (9,99 €-29,99 •
- (+€ **VoIP entreprise standard** : Aixialys (4,90 €-24,90 •
- € **Tarifs VoIP à la minute** : Belgium-VoIP exemples ~0,02 €-0,10 •
- **Tarification modèles VoIP** (indicatif global) : MaProspection •

| 2-2

La mise en place de la mesure des KPI et de la satisfaction client (voir l'article sur ➔  
([les KPI en CRC](#) et [l'article sur la satisfaction client](#)


Ci-contre, un autre tableau de bord indiquant en temps réel les KPI majeurs d'une  
équipe de manière très visible de tous sur grand écran



La **supervision** sera fondamentale et il faudra qu'elle soit **en temps réel**


Ici, la **QS** (Qualité de Service) mesure les **appels pris** par rapport aux **appels**  
("présentés et la compare au **statut des agents** (Conv ACD pour "en appel


La **Vigie** du plateau ou chaque **superviseur** d'équipe pourra décider si c'est le ➔  
.bon moment ou non pour **accorder les pauses**

D'eux-mêmes, les agents constateront **la file d'attente** et dans l'aperçu ci-contre,  ,même si la **QS est mauvaise**

Il faudra guetter le meilleur moment pour **accorder** au moins **une pause** à l'un  ! deux






L'encadrement peut se baser sur **des éléments structurels** (les pics d'appels  récurrents, la planification, les moments favoris de nos clients ...) **et conjoncturels** (une nouvelle offre, des absences de collaborateurs imprévues, un  : disfonctionnement inopiné ...) afin de **réajuster la charge et / ou l'effectif**



**Des renforts** peuvent venir d'autres **agents polyvalents** (mutualisés entre • plusieurs projets qu'on ira chercher sur d'autres plateaux) ou, à l'inverse, **des**  .**Day-Off** ou RTT peuvent être encouragés

Le **client donneur d'ordre** (si vous êtes prestataire) peut **diminuer le flux** • d'appels entrants s'il peut **répartir avec d'autres** Call Centers ou l'augmenter  .si votre taux d'agents disponibles (sans appels) est haut de manière durable

  | **2-3**

: Etre **opérateur en service client** est un **métier difficile**

- Horaires flexibles  •
- Salaire de base peu élevé  •
- en première ligne pour absorber tout le mécontentement client  •
- Environnement bruyant  •
- Stress de la supervision et des objectifs  •

Le management se doit d'être **exigeant et flexible en même temps** : on ne  peut pas tolérer les retards à cause de flux mais il faut savoir accorder une pause à  ."celui qui en a vraiment besoin, même si ce n'est "pas trop le moment

	Celia GENERATIV Conv ACD <b>03'42</b>	
	Tony TRUAND Conv ACD <b>04'23</b>	
	Martin GALLES After Call <b>00'18</b>	
	Maya PARTIR Conv ACD <b>01'19</b>	
	Yvan OBLACK Pause ACD <b>8'49</b>	

monitoring superviseur

C'est essentiellement par un jeu de primes variables qui encouragent l'effort →  
: combiné à un cadre d'avantages en nature que l'alchimie peut s'opérer

la **flexibilité**, le **respect des KPI**, le score de **SatCli**, la **mutualisation** ... •  
payent sur le bulletin de salaire

Un comité d'entreprise qui donne des **réductions**, des **places réservées** de •  
concert, une **salle de loisirs** et de *sports internes*, un réfectoire confortable,  
des animations ... vont **fédérer les salariés** et peser dans leur **vécu global**  
**.de leur métier**

Il faudra bien formaliser les objectifs et les vérifier équitablement, sous forme □□  
d'**une évaluation constante** (critères), **formalisée comme un contrat** et  
.(**rappelée oralement** par le superviseur (entre deux rendez-vous

Ci-dessous, une grille d'évaluation qui est reprise d'entretien en entretien pour □□  
: visualiser l'évolution et bâtir le contrat de la période suivante

	1ère Evaluation	2ème Evaluation	3ème Evaluation
<b>Production</b>	le 18/05/22	le 13/08/22	
respect de la DMT	En cours	En cours	
Quota C.Arg	Dépassé	Atteint	
Quota Ventes	Atteint	Dépassé	
Palier CA	Haut	Très Haut	
<b>Qualité</b>			
QS	Moyenne	Moyenne	
Satisfaction client	Haute	Moyenne	
Respect des Process	oui	En cours	
historisation	Basse	Moyenne	
<b>Vie en entreprise</b>			
Assiduité, ponctualité	RAS	2 retards	
Esprit d'équipe	Haut	Haut	
Respect des consignes	En cours	En cours	
Disponibilité	Bonne	Bonne	

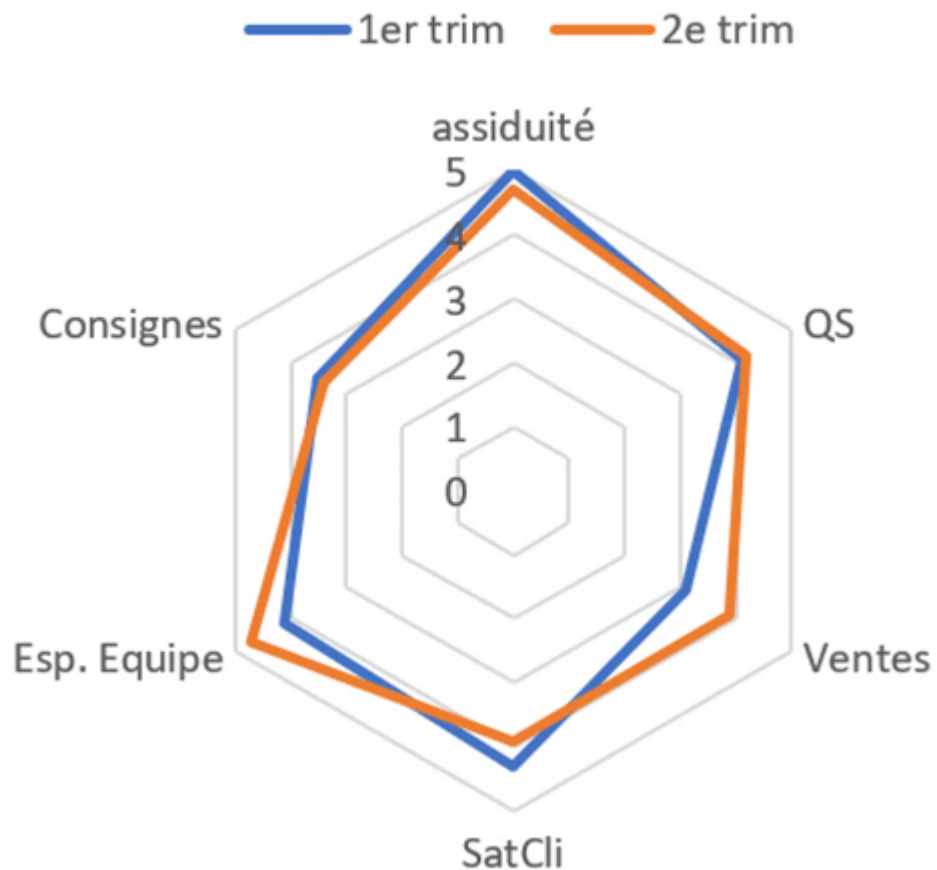


image © Webhelp SA

Le téléacteur évalué **baisse en satisfaction client** et en **contacts argumentés** (appels valorisés). Il faut améliorer le discours. Favorise-t-il les lead **pour les gammes qu'il maîtrise le mieux** car ses ventes et son CA ? progressent

? Il doit aussi être repris sur sa **punctualité**. Est-ce comportemental •

Son **respect des consignes** est perfectible. S'il rencontre des difficultés d'organisation dans sa vie privée, il existe peut-être **des shifts** (planning) **plus favorables** à son rythme dans **d'autres cellules de vente** Sa disponibilité et son esprit d'équipe semblent indiquer qu'il est bien intégré et que cela ne .devrait pas être problématique



Les évaluations sont numérisées dans le CRM afin de permettre de **tracer** ☐ **l'évolution des indicateurs clés** au fil du temps agent par agent et pour l'équipe .toute entière

Les primes variables **individuelles et collectives** seront calculées en fonction ☐ .de ses deux types de résultats

La **part variable** (primes sur objectifs) est un levier fondamental pour la ☐☐  
. **motivation** des équipiers que vous managez

En mettant en place des **challenges** dotés de prix, vous pouvez même entretenir ☐  
. **un esprit de compétition** entre vos agents

: Rappelez vous, l'évaluation doit être

**récurrente** afin de mesurer l'évolution (si possible à **une fréquence** ☐ •  
(**constante**

Sur des **critères invariables** ☐ •

la **grille d'évaluation** doit être élaborée de manière **explicite** est **connue** ☐ •  
**de tous**

.(**Objective** (basée sur des indicateurs chiffrés) et **progressive** (par paliers ☐ •

La version pdf, bientôt  **A imprimer avec modération** ☐

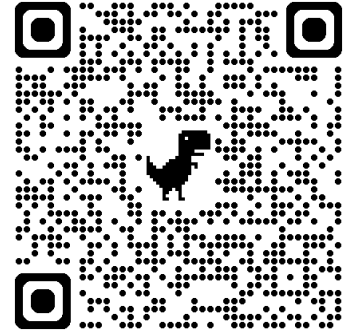


? Un petit Quiz pour finir

! Allez ! Soyons fous

? Tu préfères sur ton smartphone

: Libre à toi



[Précédent»](#)

[Accueil](#) » Animation RC | La communication en service client & son management

visites 5

[partager](#)

**donnez votre avis** (star ranking) en bas de cette page



## [Omnicanal | UX Mobile](#)

(5) 4.8

janvier 2026 Aucun commentaire 30

C'est quoi « l'UX Mobile » ? UX pour User eXperience. L'expérience utilisateur en ...mobilité, c'est la

[Lire la suite](#)



## [L'épreuve E5 A \(écrit\) du BTS NDRC](#)

(0) 0

janvier 2026 Aucun commentaire 11

...heures | coef2 /40 pts A ce jour, tous mes étudiants ont 3

[Lire la suite](#)



## [Animation RC | la Satisfaction Client](#)

(3) 4.7

janvier 2026 Aucun commentaire 10

...C'est quoi la satisfaction client ? On parle aussi de « Customer Care ». C'est le fait

[Lire la suite](#)



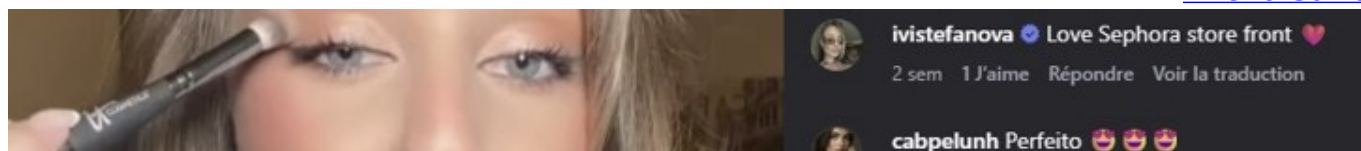
[Omnicanal | Search Engine Marketing](#)

(4) 4.8

janvier 2026 Aucun commentaire 8

C'est quoi le « Search Engine Marketing » ? Le Search Engine Marketing (SEM) est  
...l'addition de

[Lire la suite](#)



[Animation RC | Social Selling & Reverse Marketing](#)

(6) 4.7

janvier 2026 Aucun commentaire 5

...C'est quoi tout ça ? Le Social Selling est l'art de vendre depuis les réseaux

[Lire la suite](#)



## **E-Commerce | Opérations commerciales en digital**

**(4) 4.8**

janvier 2026 Aucun commentaire 4

C'est quoi une opération commerciale ? Aussi appelée « campagne », une O-P-COM, ...c'est une opération spécifique

[Lire la suite](#)



**St9ph**

Webmaster

Je suis Formateur depuis 1997 et j'ai commencé ma carrière comme technicien en réseaux informatiques. J'ai travaillé pour de grands organismes de formation : Greta, AFPA, réseau des CCI, des écoles de commerces réputées : EM Normandie, E2SE, groupes FIM et ICEP, et collaboré en Centre d'Appels chez Webhelp pendant 12 ans avec des grands comptes FAI comme Orange, Bouygues Telecom et SFR, des assureurs et des fournisseurs d'Energie comme Direct Energie (devenu Total) et ! (EDF (devenu Engie



.



.

votre avis compte  
[Total: 0 Average: 0]

