

FICHE SIGNALÉTIQUE

CONTEXTE

Pour se démarquer de la concurrence par la qualité des services offerts, il est essentiel de développer une bonne synergie entre les partenaires d'une entreprise afin de leur permettre de bien assumer leurs rôles et responsabilités et de reconnaître la complémentarité requise pour réaliser leurs tâches respectives et atteindre les objectifs de l'entreprise.

Cependant, le manque de vision globale des liens qui unissent les partenaires d'une organisation autour d'une cause commune et, à des degrés variables, la perspective, la proximité des dossiers et l'intérêt personnel exercent une énorme influence sur l'efficacité de l'ensemble.

Parfois, l'impatience, l'intolérance, la fermeture d'esprit, l'isolement, le manque de respect, les difficultés de communication ou le doute sur la sincérité de l'interlocuteur ne sont que l'expression de malaises résultant de l'ignorance de la vision et des valeurs qui motivent les efforts de tous pour répondre à la mission et aux besoins de l'organisation.

Sur le plan organisationnel, de telles attitudes engendrent des erreurs, du travail bâclé, des réactions individualistes, un manque de perspective quant aux grands enjeux auxquels l'organisation doit se mesurer et une insouciance quant aux préoccupations d'amélioration de la qualité des produits et des services. Par conséquent, la qualité des services internes s'en trouvera grandement affectée.

Dans toute organisation, la qualité du service que les employés de différents secteurs ou de différentes fonctions s'offrent est directement reliée à la considération et à l'importance qu'ils s'accordent mutuellement.

« NE DEMANDEZ PAS CE QUE VOTRE CLIENT PEUT FAIRE POUR VOUS, MAIS CE QUE VOUS POUVEZ FAIRE POUR VOS CLIENTS. »

FAITH POPCORN

« LA RAISON D'ÊTRE D'UNE ENTREPRISE EST DE CRÉER ET DE GARDER UN CLIENT. »

THEODORE LEVITT

RÉSULTATS RECHERCHÉS

1. **Découverte des incidences et des conséquences d'une complicité entre les clients et les fournisseurs.**
2. **Précision des critères d'évaluation de la satisfaction des attentes des clients.**
3. **Développement d'attitudes et de comportements qui faciliteront les échanges entre les clients et les fournisseurs.**

ÉLÉMENTS DE CONTENU

Analyse des réactions face à un fournisseur

Analyse des réactions face à un client

Définitions

Particularités recherchées dans un produit ou un service

Les personnes avec qui je transige

Particularités d'un produit ou d'un service recherchées par différents types de clients

Mes attentes envers mes fournisseurs

Mises en situation

Liens d'interdépendance

Mon environnement organisationnel représenté sous la forme d'un réseau

Exemple de grille d'interdépendance

Modèle de document de travail

Ce qu'un client recherche de la part d'un fournisseur

Sujets de préoccupations

Mesure de la qualité du travail réalisé

Ce que certains types de fournisseurs ont tendance à faire valoir auprès de leurs clients

Feuille de travail

Retour sur ma propre expérience

Obstacles à la qualité du service à la clientèle

Mieux se connaître pour mieux servir la clientèle

Évaluation et plan d'action