

Introduction

Si étonnant que cela puisse paraître et sauf erreur de ma part, il ne semble pas que l'on se soit jamais intéressé à définir ce qu'est la gentillesse, à en expliquer les mécanismes, comment et pourquoi être gentil.

Alors que les livres abondent sur le service, sur l'importance de la gestion de la relation client, alors que tout le monde est convaincu que le client est au centre du dispositif et qu'il faut tout faire pour s'assurer de sa fidélité, tout se passe comme si l'on pensait qu'un peu d'amabilité était la clé de tous les problèmes.

L'expérience montre qu'il n'en est rien ! Si le vendeur, le conseiller ou le préposé au service après-vente n'a pas la « gentillesse attitude », les meilleures intentions de service et les plans de CRM les plus élaborés ne serviront pas à grand-chose. S'il n'y a pas au niveau du terrain une vraie relation « gentille » avec le client, ce dernier sera déçu, frustré, insatisfait et s'en ira à coup sûr vers d'autres promesses.

Mais pourquoi, me direz-vous, utiliser le mot gentillesse pour définir la relation indispensable entre les hommes et les femmes de l'entreprise et ce client que l'on veut satisfaire ? Ce mot est désuet renchérez-vous, son contenu

2 Et la gentillesse dans tout ça ?

est vague soulignerez-vous. Et vous finirez sans doute par me demander de trouver un autre terme pour définir le « feeling » qu'il y a entre le vendeur et son client.

Certes, le mot gentil est pour certains d'un autre temps. De ce temps où l'important n'était pas l'efficacité et le bénéfice immédiat mais bien le plaisir du plaisir du client. N'en déplaise aux obsédés des temps modernes, ce temps est revenu. Aujourd'hui, pour faire la différence avec les concurrents, la question n'est pas uniquement de satisfaire le client, mais bien de lui faire plaisir. Et celui-ci l'exige au moment même où il donne son argent en échange d'un produit ou d'un service.

J'ai passé le plus clair de ma vie à étudier le consommateur, le citoyen, l'administré, l'usager et tous ceux qui dans les magasins, dans l'administration, dans les call centers, ont la lourde charge d'être au contact du client, qui, lui n'est pas toujours gentil...

Lors d'un voyage à l'étranger, le doyen d'une université où je donnais une conférence me confiait : « Pourquoi un si beau pays comme la France où nous avons tous envie d'aller passer nos vacances, qui est la plus grande destination touristique du monde, traite-t-elle aussi mal ses visiteurs ? »

Fruit d'une longue recherche, ce livre est dédié à celles et ceux qui veulent être, en toute occasion, simplement gentils avec le client, mais aussi, pourquoi pas, avec tous les autres !