

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|-----------|
| TABLE DES MATIÈRES | 3 |
| REMERCIEMENTS | 7 |
| PRÉFACE | 9 |
| INTRODUCTION | 13 |
| 1^{ÈRE} PARTIE L'ACCUEIL : MODE D'EMPLOI | 15 |
| CHAPITRE 1 : ACCUEILLIR QUI ? | 17 |
| 1.1. <i>Clients, prospects, visiteurs</i> | 18 |
| Qu'est-ce que le client, le prospect, le visiteur attend en matière d'accueil ? | 18 |
| 1.2. <i>Fournisseurs</i> | 21 |
| Qu'est-ce que le fournisseur attend en matière d'accueil ? | 21 |
| 1.3. <i>Les agents de l'Etat et autres contrôleurs</i> | 23 |
| Qu'est-ce que le contrôleur attend en matière d'accueil ? | 23 |
| 1.4. <i>Collaborateurs</i> | 24 |
| Qu'est-ce que le collaborateur attend en matière d'accueil ? | 26 |
| 1.5. <i>Candidats au recrutement</i> | 27 |
| Qu'est-ce que le demandeur d'emploi attend en matière d'accueil ? | 27 |
| Qu'est-ce qu'un nouveau collaborateur attend en matière d'accueil ? | 29 |
| 1.7. <i>Personnes à mobilité réduite</i> | 31 |
| CHAPITRE 2 : ACCUEILLIR POUR QUOI ? (LES ENJEUX DE L'ACCUEIL) | 32 |
| CHAPITRE 3 : ACCUEILLIR COMMENT ? | 39 |
| 3.1. <i>Introduction</i> | 39 |
| 3.2. <i>Les mots clés de l'accueil</i> | 40 |
| 3.3. <i>Les attitudes et comportements liés à l'accueil</i> | 42 |
| 3.3.1. <i>Présentation</i> | 42 |
| 3.3.2. <i>Sourire</i> | 43 |
| 3.3.3. <i>Dynamisme</i> | 44 |
| 3.3.4. <i>Disponibilité</i> | 45 |
| 3.3.5. <i>Sens de la communication</i> | 46 |
| 3.3.6. <i>Empathie</i> | 50 |

| | | |
|--------------|--|----|
| 3.3.7. | Adaptabilité | 51 |
| 3.3.8. | Sens du service | 53 |
| 3.3.9. | Confiance en soi | 53 |
| 3.3.10. | Maîtrise des émotions | 55 |
| 3.4. | <i>Recruter une personne chargée de l'accueil</i> | 58 |
| 3.4.1. | Compétences et qualités requises pour la fonction d'accueil | 58 |
| 3.4.2. | L'entretien de recrutement | 59 |
| CHAPITRE 4 : | L'ACCUEIL FACE À FACE | 62 |
| 4.1. | <i>L'organisation de l'accueil</i> | 62 |
| 4.2. | <i>L'espace d'accueil</i> | 63 |
| 4.3. | <i>Les étapes de l'accueil</i> | 64 |
| 4.3.1. | Premier contact visuel | 65 |
| 4.3.2. | Formule de bienvenue | 65 |
| 4.3.3. | Identification du visiteur | 66 |
| 4.3.4. | Compréhension de la demande | 66 |
| 4.3.5. | Réponse à la demande | 67 |
| 4.3.6. | Demande d'attente | 69 |
| 4.3.7. | Prise de congé | 69 |
| 4.4. | <i>Les situations particulières</i> | 70 |
| 4.4.1. | Gestion des plaintes et de l'agressivité | 70 |
| 4.4.2. | Absence de la personne demandée | 71 |
| 4.4.3. | Gestion simultanée de l'accueil en face à face et du téléphone | 72 |
| 4.5. | <i>L'accueil par les cinq sens</i> | 73 |
| 4.5.1. | Accueillir par le visuel | 73 |
| 4.5.2. | Accueillir par l'auditif | 75 |
| 4.5.3. | Accueillir par le toucher | 76 |
| 4.5.4. | Accueillir par l'odorat | 76 |
| 4.5.5. | Accueillir par le goût | 77 |
| CHAPITRE 5 : | L'ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE | 80 |
| 5.1. | <i>L'organisation de l'accueil téléphonique</i> | 80 |
| 5.1.1. | Procédures liées à l'accueil téléphonique | 80 |
| 5.1.2. | L'espace réservé à l'accueil téléphonique | 81 |
| 5.1.3. | L'outil mis à disposition | 81 |
| 5.1.4. | La connaissance de l'outil | 82 |
| 5.2. | <i>Les spécificités du téléphone</i> | 83 |
| 5.3. | <i>Les étapes de l'accueil téléphonique</i> | 85 |
| 5.3.1. | Le décrochage | 86 |
| 5.3.2. | La présentation | 86 |
| 5.3.3. | L'identification de l'interlocuteur | 87 |
| 5.3.4. | Compréhension de la demande | 88 |
| 5.3.5. | Filtrage des appels | 90 |
| 5.3.6. | Le barrage | 92 |
| 5.3.7. | Réponse à la demande | 94 |
| 5.3.8. | La mise en attente | 95 |
| 5.3.9. | Prise d'un message | 96 |

| | | |
|--|--|------------|
| 5.3.10. | Transfert..... | 98 |
| 5.3.11. | Prise de congé..... | 99 |
| 5.4. | <i>Les situations particulières</i> | 100 |
| 5.4.1. | Gestion des plaintes et de l'agressivité..... | 100 |
| 5.4.2. | Gestion de plusieurs appels simultanés..... | 102 |
| 5.4.3. | Gestion des appels qui s'éternisent | 102 |
| 5.5. | <i>L'accueil téléphonique en dehors des heures de bureau</i> | 103 |
| 5.6. | <i>L'accueil téléphonique via les serveurs vocaux</i> | 104 |
| 5.7. | <i>L'accueil téléphonique sur les téléphones mobiles</i> | 105 |
| CHAPITRE 6 : CLÉS POUR RÉUSSIR L'ACCUEIL DE TOUS LES ACTEURS..... | | 107 |
| 6.1. | <i>L'accueil des clients et visiteurs</i> | 107 |
| 6.2. | <i>L'accueil des fournisseurs</i> | 108 |
| 6.5. | <i>L'accueil des candidats au recrutement</i> | 111 |
| 6.6. | <i>L'accueil des nouveaux collaborateurs</i> | 111 |
| 6.7. | <i>L'accueil des personnes à mobilité réduite</i> | 115 |
| 2^{ÈME} PARTIE CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL..... | | 117 |
| CHAPITRE 1 : LE DIAGNOSTIC | | 121 |
| 1.1. | <i>Introduction</i> | 121 |
| 1.2. | <i>Mesure de la satisfaction du client interne ou externe</i> | 121 |
| 1.2.1. | Enquête de satisfaction auprès des clients externes..... | 122 |
| 1.2.2. | Analyse des réclamations et des plaintes | 124 |
| 1.2.3. | Enquête auprès des clients internes..... | 124 |
| 1.3. | <i>Diagnostic interne</i> | 125 |
| 1.3.1. | Check-list du diagnostic de l'accueil du client ou du visiteur | 125 |
| 1.3.2. | Check-list du diagnostic de l'accueil téléphonique | 127 |
| 1.3.3. | Check-list du diagnostic de l'accueil des fournisseurs, des contrôleurs et agents de l'Etat | 129 |
| 1.3.4. | Check-list du diagnostic de l'accueil du candidat à un emploi... 130 | |
| 1.3.5. | Check-list du diagnostic de l'accueil des nouveaux collaborateurs..... | 131 |
| 1.3.6. | Check-list du diagnostic de l'accueil des collaborateurs au quotidien | 132 |
| 1.4. | <i>Synthèse des forces et faiblesses</i> | 133 |
| 1.5. | <i>Diagnostic de l'accueil chez vos principaux concurrents</i> ... | 133 |
| CHAPITRE 2 : LES OBJECTIFS EN MATIÈRE D'ACCUEIL..... | | 135 |
| 2.1. | <i>Formulation des objectifs</i> | 136 |
| 2.2. | <i>Découpage en sous-objectifs</i> | 137 |
| 2.3. | <i>Priorisation des objectifs</i> | 137 |
| CHAPITRE 3 : LE PLAN D'ACTION | | 139 |
| CHAPITRE 4 : L'ÉVALUATION PAR LE MYSTERY SHOPPING ET LE MYSTERY CALLING | | 141 |

| | | |
|--|---|-----|
| 4.1. | <i>Préparation de l'action</i> | 143 |
| 4.1.1. | Quel(s) objectif(s) poursuivre ? | 143 |
| 4.1.2. | Evaluer qui ? | 144 |
| 4.1.3. | Evaluer quoi ? | 144 |
| 4.1.4. | Faut-il informer le personnel avant l'action ? | 144 |
| 4.1.5. | Combien d'appels ou de visites faut-il réaliser ? | 145 |
| 4.1.6. | A quel moment réaliser les appels ou les visites ? | 145 |
| 4.1.7. | Quels scénarios utiliser ? | 145 |
| 4.1.8. | Quel système d'évaluation choisir ? | 146 |
| 4.1.9. | A qui confier la mission ? | 147 |
| 4.2. | <i>Sélection et briefing des «clients mystère»</i> | 147 |
| 4.3. | <i>Réalisation des visites ou des appels</i> | 148 |
| 4.4. | <i>Evaluation des visites ou des appels</i> | 148 |
| 4.4.1. | Exemple de grille d'évaluation d'une «visite mystère» | 149 |
| 4.4.2. | Exemple de grille d'évaluation d'un «appel mystère» | 153 |
| 4.5. | <i>Synthèse et rapport</i> | 156 |
| 4.6. | <i>Exploitation des résultats</i> | 158 |
| CHAPITRE 5 : MOTIVER AUTOUR DU THÈME DE L'ACCUEIL..... | | 161 |
| 5.1. | <i>Rédiger une charte de l'accueil</i> | 161 |
| 5.2. | <i>Communiquer et sensibiliser au thème</i> | 163 |
| 5.3. | <i>Former aux techniques de l'accueil</i> | 164 |
| 5.3.1. | Former comment ? | 164 |
| 5.3.2. | La formation pour qui ? | 167 |
| 5.3.3. | Quelle durée ? | 167 |
| 5.3.4. | Formation inter ou intra ? | 168 |
| 5.4. | <i>Susciter et encourager les initiatives</i> | 168 |
| 5.5. | <i>Valoriser la fonction d'accueil</i> | 170 |
| 5.6. | <i>Montrer l'exemple</i> | 171 |
| CONCLUSION | | 173 |
| BIBLIOGRAPHIE | | 175 |