

Chapitre 6 : Les appels entrants

Les outils des CRC pour traiter les demandes

Avant de parler de méthode, parlons d'outils. Un CRC qui traite des demandes entrantes s'appuie sur :

- un **numéro de téléphone non surtaxé**, obligatoire pour le suivi d'un contrat ou le traitement d'une réclamation (il doit figurer dans le contrat et la correspondance)
- un **SVI** (Serveur Vocal Interactif) bien paramétré : la phrase d'accueil et le menu de choix doivent être soignés, car c'est le premier contact du client avec l'entreprise
- un **PGI** (Progiciel de Gestion Intégré) qui permet l'échange de données entre les différents services
- un **logiciel GRC** (Gestion de la Relation Client) pour centraliser les informations et suivre l'historique des échanges
- des **logiciels spécialisés** dans la gestion des demandes (support, SAV...)

Conseiller et répondre par téléphone

Un appel entrant, c'est un contact direct avec le client. Le téléconseiller doit préparer cet échange en suivant la méthode **APTP** :

Étape	Action
Accueillir	Se présenter (nom et service) pour montrer qu'on est le bon interlocuteur. Désamorcer l'impatience liée à l'attente. Identifier l'appelant dans son dossier (nom, adresse, numéro de facture) pour éviter de redemander des informations déjà fournies. Personnaliser l'échange en appelant le client par son nom.
Prendre en compte	Écouter sans couper la parole et reformuler la demande pour éviter les malentendus. Veiller à l'intonation, éviter les tournures négatives. Alternier questions ouvertes et fermées pour préciser les points importants.
Traiter	Rechercher les informations nécessaires. Transférer au service concerné si le problème ne peut pas être résolu directement. Donner des explications claires, en phrases courtes, sans jargon technique. Bannir le silence : expliquer ce qu'on fait pendant tout le traitement.
Prendre congé	S'assurer d'avoir bien répondu à la demande et terminer en remerciant le client.

Conseiller et répondre par écrit

Par mail

Répondre par mail implique de respecter des règles précises : choisir le(s) bon(s) destinataire(s), rédiger un objet court et précis, pas de langage SMS ni d'abréviations, vérifier le poids des pièces jointes, utiliser une formule de politesse adaptée. Le CRC peut préenregistrer des modèles d'e-mails types pour gagner en efficacité.

Par tchat (messagerie instantanée)

Le tchat a ses propres règles : se présenter, utiliser un langage correct, être concis, ne pas faire de fautes d'orthographe, ne pas écrire en majuscules (= crier). Des messages types préenregistrés permettent d'accélérer le traitement.

Pour améliorer la réactivité, le CRC peut aussi mettre en place un **click to call** (le client laisse son numéro, un conseiller le rappelle) ou un **click to tchat** (échange instantané depuis le site).

Le traitement des réclamations

Une réclamation, c'est un client mécontent qui prend la peine de le faire savoir – autant dire une opportunité de le reconquérir. Le téléacteur doit suivre cinq étapes :

1. **Faire preuve d'empathie** : montrer qu'on comprend la frustration du client
2. **Comprendre les faits** : identifier le problème, déterminer s'il s'agit d'une réclamation fondée ou non, reformuler
3. **Expliquer et s'excuser** : reconnaître le dysfonctionnement quand il est avéré
4. **Proposer des solutions** : réparation du préjudice, geste commercial, action corrective
5. **Assurer un suivi** : enregistrer la réclamation, indiquer la réponse apportée, l'action effectuée, et reporter les informations sur la fiche de suivi du client

Fiche de révision

Vocabulaire clé

- **Norme de la 3e sonnerie / 95 %** : Norme de qualité des centres d'appels selon laquelle le téléconseiller doit décrocher avant la 3e sonnerie dans 95 % des cas. Standard du secteur qui reflète la réactivité du CRC et impacte directement la satisfaction client.
- **Ticket** : Dossier numérique créé pour chaque demande client, identifié par un numéro unique. Il permet de tracer l'ensemble du traitement d'une demande (catégorisation, priorisation, qualification, affectation, réponse, clôture). Garantit le suivi et la traçabilité de chaque interaction.
- **Click to tchat** : Fonctionnalité d'un site web permettant au client de lancer un échange instantané par messagerie avec un téléconseiller. Implique des règles strictes : se présenter, utiliser un langage correct, être concis, éviter les fautes d'orthographe et ne pas écrire en majuscules.

Les éléments clés d'un mail professionnel

Élément	Obligatoire	Règles à respecter
Destinataire(s)	Oui	Bien distinguer « A », « Cc » et « Cci »
Objet	Oui	Court, précis, explicite
Formule d'ouverture	Oui	Adaptée au destinataire
Corps du message	Oui	Langage professionnel, pas de SMS ni émoticônes
Pièces jointes	Si besoin	Poids raisonnable, nommées clairement
Signature	Oui	Nom, fonction, coordonnées
Formule de politesse	Oui	Adaptée au contexte

L'essentiel à retenir

- La norme de la 3^e sonnerie impose de décrocher dans 95 % des cas avant la 3^e sonnerie : c'est un standard de qualité des CRC.
- Le PGI connecté au CRM et au logiciel de phoning permet une vision unifiée du client depuis une seule interface, quel que soit le canal de contact.
- Les mails professionnels doivent proscrire le langage SMS, les émoticônes et les fautes d'orthographe. L'objet, la signature et la formule de politesse sont obligatoires.
- Le tchat professionnel exige réactivité, langage correct, concision et interdiction des majuscules et abréviations.
- Le reporting (catégorisation, priorisation, qualification et clôture des tickets) est indispensable pour assurer la traçabilité et la continuité du traitement des demandes.