



## RALPH HABABOU

directeur général de PB RH conseil L'État d'Esprit Service

Auteur de *Service gagnant* (éd. First, 2007), de *Génération W* (éd. First, 2009), *Service client pour les nuls* (éd. First, 2010 et *Consultant pour les nuls* (éd. First, 2012  
[www.pbrhconseil.com](http://www.pbrhconseil.com) ;  
[www.generationw.fr](http://www.generationw.fr)  
et [www.serviceclient-pourlesnuls.com](http://www.serviceclient-pourlesnuls.com).

## « LETTRE À CAMILLE... »

En quatrième année de master en marketing dans un établissement prestigieux, tu effectues un stage chez PB RH conseil depuis quelques mois et je trouve intéressant, avec ta permission, de partager avec mes lecteurs tes premières impressions sur le secteur du service clients. Visite au salon Stratégie Client, contribution au débriefing et à la synthèse de l'étude sur les secrets des Lauréats du Service Client de l'année 2012, participation à nos séminaires de formation à l'enchantement du client, présence à de nombreux colloques et conférences où tu m'accompagnes chaque fois que cela est possible, rien ne t'a été épargné de la profusion d'événements qui ont fait l'actualité dans notre secteur d'activité ces derniers mois.

Avant d'atterrir chez nous un peu par hasard (le monde des stages est parfois imprévisible), la relation client était pour toi « encore un truc pipeau pour vendre ». Ton premier constat est qu'il ne s'agit

pas simplement d'un bel emballage marketing, mais d'une véritable stratégie pour "emballer" voire enchanter le client, d'un enjeu fort et d'actualité pour les entreprises. Des notions évoquées rapidement en cours ont soudainement pris un sens et t'ont amené à replonger dans tes notes de cours.

Autre constat que tu énonces et qui met en valeur le décalage entre ce qui est enseigné à l'école et les réalités du marché : « On nous prépare essentiellement aux métiers de chefs de produits et de chargés d'études comme si le produit et la politique marketing étaient encore au cœur du sujet. J'ai très peu entendu parler du client, de ses attentes et de ses frustrations en matière notamment de service. »

Il conviendrait peut-être de communiquer à ces professeurs les conclusions d'une récente étude (source KP/AM) qui révèle que sur 1 000 consommateurs interrogés sur leur expérience la plus positive avec une marque (sur un panel représentatif de la population française), 50% citent la relation client. La bonne affaire (16%) et la qualité du produit (14%) arrivent en deuxième et en troisième position. Les réseaux sociaux ? Tu me fais remarquer à juste titre que

les spécialistes de notre secteur ne parlent que de cela et les entreprises donnent le sentiment de ne s'occuper désormais que des clients fans de Facebook et de Twitter. Ça tombe bien, tu es une "digital native" (née dans le numérique) qui connaît ces outils, sait comment les utiliser et en tirer le meilleur parti. Tu n'as peut-être pas d'expérience mais le fait de les utiliser tous les jours te confère un sacré avantage compétitif par rapport à tous les "digital immigrants" qui s'y sont mis par la force des choses mais pour qui cela ne sera jamais naturel.

Tu l'as constaté par toi-même : il y a plein de nouveaux métiers qui apparaissent et autant d'opportunités professionnelles

pour de jeunes diplômés. Le service clients que nous vivons tous les jours en France est bien loin de ces lamentables polémiques qui font les grands titres des journaux sur de jeunes marocains en grève,

exploités dans des conditions de travail indignes et formés de manière expéditive par telle entreprise high-tech, low cost et zéro service. Et ses clients commencent à comprendre qu'il n'y a pas de miracle...

Résultat des courses : tu postules pour deux masters spécialisés dans la relation client et tu cherches un apprentissage à partir d'octobre 2012.

Intéressés ? N'hésitez pas à la contacter par l'intermédiaire du journal qui transmettra.

Et pour ce qui me concerne, en écho à l'adage "Nul n'est prophète en son pays", je viens d'être sollicité pour intervenir face à un groupe d'étudiants de la Sherbrooke Université à Québec (Canada) à l'occasion de leur voyage d'études en France car, eux, s'intéressent au service clients à la française. ■

« Tu me fais remarquer à juste titre que les spécialistes de notre secteur ne parlent que des réseaux sociaux. »