

# LE SERVICE À LA CLIENTÈLE...

EN FRANÇAIS  
SVP!

Une initiative de la



**CCITB**

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE  
THÉRÈSE-DE BLAINVILLE



**15**  
ANS

Grâce à l'appui financier de l'Office  
québécois de la langue française

# REMERCIEMENTS ET COLLABORATEURS



De nombreuses personnes ont contribué à la publication de ce guide. Leurs connaissances des besoins des entreprises ont été un atout précieux pour l'élaboration du contenu.

#### Chargée de projet

Andréa Hylands, CCITB

#### Rédaction

Daniel Tanguay, Détail Formation

#### Conseiller linguistique

Bruno Lortie, traducteur agréé

#### Graphisme et impression

Carbure Design

#### Collaborateurs

Mélanie Bisson, Détail Formation

Michèle Hébert

Cynthia Kabis, CCITB

---

#### *Le guide Le service à la clientèle... en français SVP!*

est une initiative de la Chambre de commerce et d'industrie Thérèse-De Blainville rendue possible grâce à l'appui financier de l'Office québécois de la langue française.

La Chambre de commerce et d'industrie Thérèse-De Blainville et Détail Formation sont conjointement titulaires des droits d'auteur. Toute reproduction en tout ou en partie par quelque procédé que ce soit – graphique, électronique ou mécanique – est strictement interdite sans leur autorisation.

Remarque : L'emploi du masculin n'a d'autre fin que celle d'alléger le texte.

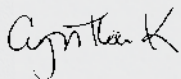
# AVANT-PROPOS

La chambre de commerce et d'industrie Thérèse-De Blainville (CCITB) est heureuse de vous présenter le guide *Le service à la clientèle... en français SVP!*

Ce guide s'ajoute aux efforts déployés par la CCITB pour souligner l'importance de la langue française dans les communications commerciales. Il a été rendu possible grâce à la contribution de l'Office québécois de la langue française.

Après avoir sensibilisé les entreprises au français écrit, nous désirons maintenant inciter les acteurs de notre région à offrir un service à la clientèle en français de qualité. Nous estimons qu'il est important pour les entreprises de vente au détail et de services d'offrir un service à la clientèle en français à leurs clients, notamment depuis l'arrivée des grandes surfaces américaines sur notre marché.

Nous remercions la firme Détail Formation, qui a rédigé ce guide : *Le service à la clientèle... en français SVP!* Grâce à ce partenariat, ce guide est proposé aux entreprises, aux travailleurs et aux gestionnaires de notre région dans le but d'assurer la continuité d'un service à la clientèle en français.



Cynthia Kabis  
Directrice générale, CCITB



Samuel Bergeron  
Président, CCITB





# TABLE DES MATIÈRES

Introduction	5
--------------	---

Obligations de la Charte de la langue française	6
---	---

## ACCUEILLIR UN CLIENT EN PERSONNE 7

Prise de contact	8
------------------	---

Mise en attente	9
-----------------	---

Mise en attente - Salle d'accueil	9
-----------------------------------	---

Capsule linguistique n° 1	10
---------------------------	----

Technique d'approche - Les 3 principes de base	11
--	----

Outils d'aide à la rédaction	12
------------------------------	----

## SERVIR UN CLIENT 13

Questions fermées	14
-------------------	----

Questions ouvertes	14
--------------------	----

Démontrer une écoute active	15
-----------------------------	----

Votre attitude générale	
-------------------------	--

Les 10 comportements de base	16
------------------------------	----

Résumer un besoin	17
-------------------	----

Proposer un produit / un service / une activité	17
---	----

Faire une transition vers un autre produit / un autre service / une autre activité	17
--	----

Capsule linguistique n° 2	18
---------------------------	----

Laisser un moment de réflexion	19
--------------------------------	----

Rappeler quelque chose d'important	19
------------------------------------	----

La courtoisie n'est pas seulement une	
---------------------------------------	--

question de langage	19
---------------------	----

Répondre à une objection	20
--------------------------	----

Capsule linguistique n° 3	21
---------------------------	----

Obtenir l'accord du client	22
----------------------------	----

Répondre à une plainte	22
------------------------	----

S'engager à agir	22
------------------	----

Capsule linguistique n° 4	23
---------------------------	----

Capsule linguistique n° 5	24
---------------------------	----

## CONCLURE AVEC UN CLIENT 25

Valoriser un produit / service / client	26
---	----

Vérifier la satisfaction	26
--------------------------	----

Conclure son service en beauté	
--------------------------------	--

Les 5 conseils de base	26
------------------------	----

S'engager envers le service après-vente	27
---	----

Remercier et saluer un client	27
-------------------------------	----

Capsule linguistique n° 6	28
---------------------------	----

Capsule linguistique n° 7	29
---------------------------	----

Fidéliser son client	30
----------------------	----

## ACCUEILLIR ET SERVIR UN CLIENT

### AU TÉLÉPHONE 33

Message dans sa boîte vocale	34
------------------------------	----

Message dans sa boîte vocale - Personnalisé du jour	34
---	----

Attitude générale au téléphone	
--------------------------------	--

Les 10 conseils de base	35
-------------------------	----

Prise de contact	36
------------------	----

Mise en attente et retour	36
---------------------------	----

Transfert d'appel	36
-------------------	----

Prise de contact - Rappeler un client	37
---------------------------------------	----

Demande de rappel	37
-------------------	----

Conclure un appel	37
-------------------	----

Message dans la boîte vocale d'un client	38
--	----

La courtoisie aura toujours sa place	39
--------------------------------------	----

Capsule linguistique n° 8	40
---------------------------	----

### ACCUEILLIR ET SERVIR UN COLLÈGUE 41

Faire une demande à un collègue	42
---------------------------------	----

Répondre à la demande d'un collègue	42
-------------------------------------	----

S'engager envers un collègue	42
------------------------------	----

Reporter une demande d'un collègue	43
------------------------------------	----

Retard à la suite de votre demande à un collègue	43
--	----

Capsule linguistique n° 9	44
---------------------------	----

Capsule linguistique n° 10	45
----------------------------	----

## Conclusion 46

## Suggestions de lecture 47

# INTRODUCTION

Nul besoin de clarifier l'importance pour une entreprise d'offrir un service à la clientèle en français. Tous les gestionnaires s'entendront sur ce point. D'ailleurs, la Charte de la langue française accorde aux consommateurs le droit d'être informés et servis en français. Pourtant, l'emploi correct de la langue française dans les communications n'est pas aussi facile qu'on peut le croire.

L'hôtel Château Laurier Québec a créé le terme *francoresponsable* pour définir une entreprise qui fait de la langue française un engagement et une marque de respect envers la francophonie, la collectivité québécoise et sa clientèle. C'est exactement l'objectif du présent guide : nous rendre tous *francoresponsables*!

Spécialistes du service à la clientèle, nous avons choisi de rédiger un guide qui permettra, à vous et à vos employés, d'utiliser facilement certains énoncés au quotidien, principalement dans vos communications verbales avec vos clients.

Nous avons souhaité également vous signaler certaines expressions courantes qui ne sont PAS convenables dans la langue française et qui devraient être corrigées. Vous les trouverez sous forme de capsules linguistiques. Toutefois, une langue évolue : ce qui est considéré comme une erreur aujourd'hui pourrait bien être accepté demain.

Nous vous suggérons de faire la lecture du Guide et d'ensuite le transmettre à votre personnel. Il vous aidera à mettre en pratique dans votre équipe le service à la clientèle... en français SVP!



Daniel Tanguay  
Détail Formation



## NON-VERBAL

Le service à la clientèle représente l'image de votre entreprise. Toutefois, le service à la clientèle n'est pas seulement une question de mots. Il est également constitué d'un langage non verbal comme les mimiques, le sourire ou la gestuelle. C'est aussi le produit des émotions verbales comme le débit du discours, le ton utilisé ou les silences. Au fait, VOTRE attitude générale représente plus de 92 % de la qualité perçue de VOTRE service à la clientèle. Ce que vous direz, même dans une langue bien parlée, ne remplacera jamais VOTRE attitude.

# OBLIGATIONS DE LA CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE

## CHAPITRE I

### La langue officielle du Québec

1. Le français est la langue officielle du Québec.  
1977, c. 5, a. 1.

## CHAPITRE II

### Les droits linguistiques fondamentaux de la charte

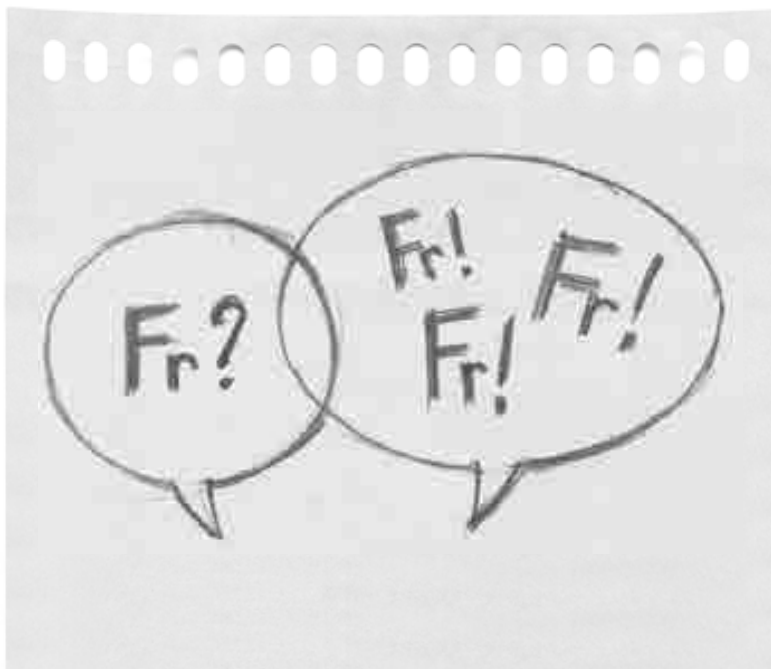
2. Toute personne a le droit que communiquent en français avec elle l'Administration, les services de santé et les services sociaux, les entreprises d'utilité publique, les ordres professionnels, les associations de salariés et les diverses entreprises exerçant au Québec.  
1977, c. 5, a. 2.
3. En assemblée délibérante, toute personne a le droit de s'exprimer en français.  
1977, c. 5, a. 3.
4. Les travailleurs ont le droit d'exercer leurs activités en français.  
1977, c. 5, a. 4.
5. Les consommateurs de biens ou de services ont le droit d'être informés et servis en français.  
1977, c. 5, a. 5.
6. Toute personne admissible à l'enseignement au Québec a droit de recevoir cet enseignement en français.  
1977, c. 5, a. 6.

### En quoi consiste le droit d'être informé et servi en français?

Réponse :

Plusieurs dispositions de la Charte de la langue française touchant par exemple l'étiquetage et l'emballage des produits de consommation, ainsi que les imprimés publicitaires, ont pour effet de garantir que le consommateur québécois soit adéquatement informé sur les produits qu'il achète.

La loi ne prévoit rien de précis concernant la qualité du français dans les communications verbales comme les messages sur les répondeurs téléphoniques ou les boîtes vocales, mais le refus d'offrir des services en français irait évidemment à l'encontre des droits consacrés par la Charte. Les messages des répondeurs sont souvent bilingues, selon une pratique courante dans le milieu des affaires, et en pareil cas il est recommandé, mais non exigé, que le message en français soit entendu en premier lieu. Charte de la langue française, art. 5, 19, 51, 52.





A young man with dark hair, wearing a blue baseball cap, a blue polo shirt, and a dark blue and white striped apron, is smiling warmly at the camera. He is standing in a grocery store aisle, with his right hand resting on a metal shelf. The shelves are filled with various packaged goods, including bags of snacks. The background is slightly blurred, emphasizing the employee.

# ACCUEILLIR UN CLIENT EN PERSONNE

LE CLIENT NE SE PRÉSENTE PAS À L'ENTREPRISE ; IL SE PRÉSENTE À **VOUS**. CE N'EST PAS DAVANTAGE L'ENTREPRISE QUI ACCUEILLE LE CLIENT... C'EST **VOUS** QUI L'ACCUEILLETZ ! VOTRE ATTITUDE ET VOS PAROLES RÉVÈLENT VOTRE IMAGE, C'EST-À-DIRE CELLE DE **VOTRE** ENTREPRISE.





# ACCUEILLIR UN CLIENT EN PERSONNE

## PRISE DE CONTACT

**Vous n'avez que 30 secondes pour faire bonne impression. À vous de jouer !**

*Bonjour !*

*Bonjour, comment puis-je vous aider ?*

*Bonjour, comment pouvons-nous vous être utiles ? Bonjour, M. Leblanc !*

*Bonjour, M. Leblanc, comment puis-je vous être utile ?*

*Bonjour, M. Leblanc, vous allez bien aujourd'hui ?*

*Bon avant-midi, M. Leblanc, vous appréciez votre séjour ?  
Bienvenue à la boutique Champion.*

*Bonjour à tous, bienvenue à l'activité de ce matin.*

*Bonjour, Madame, heureusement que vous aviez votre parapluie ce matin !*

*Bonjour, Madame, puis-je vous offrir mon bras pour vous aider  
à monter l'escalier ?*

*Bonjour, Monsieur, est-ce votre première visite à notre établissement ?*

*Bonjour ! Je m'appelle Simon Tremblay et je serai votre serveur  
pour la soirée.*

*(à un enfant) Bonjour, ma belle jeune fille, comment t'appelles-tu ?*

*(à un enfant) Bonjour, mon cher jeune homme, quel est votre nom ?  
Jean-Christophe ! Très joli nom ! Est-ce que Monsieur Jean-Christophe  
a fait son choix ?*

## MISE EN ATTENTE

**Vous n'êtes pas disponible ;  
soyez tout de même sympathique.**

*Pardonnez-moi, je dois aller porter ceci rapidement, mais je reviens  
immédiatement m'occuper de vous.*

*Désolé, puis-je vous demander de patienter seulement quelques secondes,  
le temps que je termine avec Monsieur ? Merci beaucoup !*

*Bonjour, Mme Gendron, je suis à vous dans quelques instants.*

*Bonjour, Mme Gendron, je vous accompagne dans un moment.*

## MISE EN ATTENTE – SALLE D'ACCUEIL

Un client (avec ou sans rendez-vous) souhaite voir votre collègue, et vous êtes dans l'obligation de le faire attendre. Voici quelques suggestions :

- Demandez le nom de la personne (et la raison de sa visite, au besoin).
- Offrez-lui de prendre son manteau ou proposez-lui le vestiaire (au besoin).
- Montrez-lui le lieu d'attente ou invitez-le à s'asseoir (selon le cas).
- Communiquez rapidement avec la personne concernée et demandez-lui dans combien de temps elle sera disponible (selon le cas).
- Informez le client du délai et offrez-lui quelque chose à boire (si possible).

*Bonjour, M. Leblanc, je vais indiquer à Mme Fontaine que vous êtes arrivé.  
Désirez-vous laisser votre manteau au vestiaire ? Mme Fontaine, M. Leblanc  
est arrivé. Oui, je le lui dis à l'instant...*

*M. Leblanc, Mme Fontaine termine son appel. Vous pouvez vous asseoir. Elle  
devrait vous accueillir d'ici quelques minutes. Désirez-vous un verre d'eau ?*

*Bonjour, comment puis-je vous aider ? ... Oui, je vais voir si Mme Fontaine  
est disponible immédiatement. Puis-je vous libérer les mains et prendre  
votre manteau ? Vous pouvez vous asseoir, je reviens dans quelques instants.*

POUR UN CLIENT, LA PREMIÈRE IMPRESSION  
EST TOUJOURS LA BONNE, SURTOUT  
SI ELLE EST MAUVAISE.

MICHAËL AGUILA

# CAPSULE LINGUISTIQUE N° 1

CETTE CAPSULE PRÉSENTE DES ANGLICISMES OU DES PHRASES  
À PROSCRIRE EN RAISON DE LEUR USAGE TROP FAMILIER.

MAUVAISE façon de le dire	BONNE façon de le dire
Bon matin.	Bon avant-midi.
Avez-vous été répondu ?	Vous a-t-on répondu ?
Je suis avec vous dans 10 minutes.	Je suis à vous dans 10 minutes.
Je vais vérifier avec sa secrétaire.	Je vais vérifier auprès de sa secrétaire.
Est-ce que je peux vous aider ?	Comment puis-je vous être utile ?
Les chambres de bain sont là-bas.	Les salles de bains sont là-bas . Monsieur est aux toilettes.
Un instant SVP. La porte des toilettes est barrée.	... est fermée à clé.
Allez au département de la chaussure.	Allez au rayon de la chaussure.
Allez au département de service.	Allez au comptoir de service.
Ce n'est pas ici. Le commerce est relocalisé au...	... est déménagé au...
Demandez de parler au responsable.	Demandez à parler au responsable.
Mme Fontaine est sur le téléphone.	Mme Fontaine est au téléphone.
Elle est en congé pour la balance de la semaine.	... pour le reste de la semaine.
Veuillez compléter ce formulaire.	Veuillez remplir ce formulaire.
Je vous envoie notre vendeur sénior.	... notre vendeur expérimenté.
C'est Mme Fontaine qui est en charge de ce projet.	... qui est responsable de ce projet.
Vous pouvez prendre connaissance de notre pamphlet.	... de notre dépliant / de notre brochure.
Il me fait plaisir de...	C'est avec plaisir que...
Désolé... nous en avons pour un bon 10 minutes.	... pour dix bonnes minutes.
Le prix d'admission est de 8,95 \$.	L'entrée coûte 8,95 \$



## TECHNIQUE D'APPROCHE LES 3 PRINCIPES DE BASE

- 1** Pour bien accueillir un client en personne, votre premier contact doit être fait dans les 30 premières secondes.

---

- 2** Votre contact peut se faire par un simple bonjour, un hochement de tête, un sourire, mais chose certaine, il ne doit pas être agressant. Si vous êtes dans l'aire de vente d'un magasin, le premier contact se fait les pieds dans le ciment : on ne bouge pas et on laisse entrer le client.

---

- 3** Si vous êtes déjà avec un client, saluez tout de même les clients qui entrent. Montrez-leur par un sourire ou un geste que vous les avez vus et que vous serez à eux très bientôt.

LES GESTES PERMETTENT DE DIRE  
CE QUE LA PAROLE NE TRADUIT PAS.

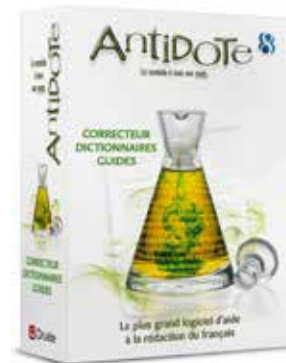
ANNE HÉBERT



Ce guide se concentre principalement sur les expressions orales. Pour obtenir de l'aide à la rédaction du français en affaires, nous vous proposons deux outils efficaces. À la fin du guide, vous trouverez également plusieurs suggestions de lecture, notamment une liste utile de sites Web.

## ANTIDOTE

Sous forme de logiciel d'aide à la rédaction du français, ce puissant correcteur de nouvelle génération réunit 12 grands dictionnaires et 11 guides linguistiques.



## LE FRANÇAIS AU BUREAU

Un guide pratique dans lequel vous trouverez les règles de la correspondance en matière d'adressage et de présentation de lettres, ainsi que les règles concernant l'usage de la majuscule, les abréviations, la ponctuation, l'écriture des nombres, etc.



# SERVIR UN CLIENT

Le service à la clientèle approprié dépend grandement des exigences de votre secteur d'activité, des normes de votre entreprise et des attentes de vos clients. Ne tenez pas pour acquis que chaque client est bien informé sur vos produits, vos services ou vos activités. Le client se fie à vous, de sorte que vous devenez l'ambassadeur de votre entreprise, de votre région. Soyez proactif et fier de ce que vous pouvez lui offrir.



# SERVIR UN CLIENT

## QUESTIONS FERMÉES

Procurez-vous l'information de base avant de servir un client. Intéressez-vous d'abord à votre client pour ensuite vous montrer plus intéressant en parlant de vos services compte tenu de ses besoins.

*Est-ce que... ?*

*Aimez-vous... ?*

*Préférez-vous... ?*

*Désirez-vous... ?*

*Avez-vous... ?*

*Cherchez-vous... ?*

*Est-ce votre première visite à notre entreprise ?*

*Combien avez-vous d'employés ?*

*Quel âge ont vos enfants ?*

*Depuis combien de temps utilisez-vous votre équipement ?*

*Oui, M. Leblanc, afin de vous offrir un service à la hauteur de vos attentes, me permettez-vous de vous poser quelques questions ?*

*Oui, M. Leblanc, afin de vous présenter le produit qui convient à vos besoins, j'aimerais si possible vous poser quelques questions... vous permettez ?*

*Puis-je vous faire une suggestion ?*

## QUESTIONS OUVERTES

Pour en apprendre davantage, alternez les questions fermées et les questions ouvertes.

*Qu'est-ce qui vous intéresse... ?*

*Pour quelle raison désirez-vous... ?*

*Que pensez-vous de... ?*

*Quel résultat souhaitez-vous obtenir... ?*

*Pourquoi est-ce important pour vous de... ?*

*Comment pensez-vous utiliser ce... ?*

*Quel type de service désirez-vous... ?*

*Qu'aimeriez-vous faire pendant votre séjour ?*

*Qu'est-ce que vous aimez le plus chez votre fournisseur actuel ?*

ON RECONNAÎT UN HOMME HABILE À SES  
RÉPONSES; MAIS ON RECONNAÎT UN HOMME  
SAGE À SES QUESTIONS.

PROVERBE PERSAN



# NON-VERBAL

## DÉMONTRER UNE ÉCOUTE ACTIVE

### LES 5 CONSEILS DE BASE

- 1** Accordez votre attention au client qui vous parle. Évitez de tomber dans la lune ou de penser à autre chose en présence du client.

---

- 2** Évitez de regarder constamment ailleurs. Regardez plutôt le client dans les yeux.

---

- 3** Laissez le client s'exprimer sans l'interrompre.

---

- 4** Souriez pendant qu'il vous parle et faites des hochements de tête pour montrer que vous êtes d'accord avec lui.

---

- 5** Utilisez une des formules verbales ci-contre pour montrer que vous écoutez activement.

## DÉMONTRER UNE ÉCOUTE ACTIVE

Vous écoutez votre client.

Comment peut-il en être certain ?



### EXEMPLES

**Client :** C'est certain que j'aurais aimé payer moins cher, mais je pense que ça vaut la peine d'avoir ces options pour prendre mes photos.

**Vous :** Je le crois aussi.

**Client :** Je pensais installer le revêtement de ma maison moi-même, mais j'ai réalisé que, pour faire un bon travail d'isolation, ce serait mieux de recourir à un vrai professionnel.

**Vous :** Je suis d'accord avec vous.

*Oui.*

*Ah ! oui !*

*Ah ! bon !*

*Bien entendu.*

*C'est intéressant.*

*C'est bien.*

*C'est certain.*

*Absolument.*

*Je vois ce que vous voulez dire.*

*C'est très clair.*

*Je suis d'accord avec vous.*

*Je comprends très bien ce que vous me dites.*

*Vous avez raison de dire...*

*Je suis tout à fait d'accord avec le fait que...*

*C'est une bonne idée !*

*Vous soulevez un élément très intéressant lorsque vous dites...*

*Très bien.*

*Parfait.*

*C'est sûr.*

*Ça ne m'étonne pas.*

*J'en prends note.*

*Je le crois aussi.*

*C'est un fait.*

*J'en suis convaincu.*

# VOTRE ATTITUDE GÉNÉRALE

## LES 10 COMPORTEMENTS DE BASE

LE LANGAGE NON VERBAL EN DIT BEAUCOUP SUR L'ATTITUDE D'UNE PERSONNE. D'UN PREMIER COUP D'ŒIL, IL EST FACILE DE COMPRENDRE SI LA PERSONNE FAIT PREUVE D'EMPATHIE OU DÉSIRE PLUTÔT ÊTRE AILLEURS.

- 1** Souriez, souriez et souriez encore. Pas d'un sourire éclatant, mais discret comme il se doit.
- 2** Faites en sorte que votre visage soit accueillant. Certaines personnes ont un faciès sévère au naturel et ne s'en rendent pas compte. Affichez un regard chaleureux.
- 3** Ne marchez pas comme si vous étiez le centre de l'univers, au-dessus de tout ce qui se passe. Soyez confiant, mais humble.
- 4** Évitez de baisser les épaules comme si tout le poids du monde y reposait. Vous pouvez avoir une surcharge de travail temporaire, mais ne le laissez pas paraître.
- 5** N'agissez pas comme si le monde allait s'écrouler sans vous. Certaines personnes donnent l'impression d'être constamment en situation d'urgence et stressent les autres par leur attitude en étant TOUJOURS pressées. Respirez par le nez...
- 6** Évitez de vous traîner les pieds et de prendre votre temps. Le client se fie à VOUS!
- 7** Évitez de froncer les sourcils et de prendre un regard interrogateur comme si le client avait fait quelque chose de mal.
- 8** Ne prenez pas un air indifférent, hautain ou provocant comme si le client avait peu d'importance. Surveillez tout particulièrement votre langage non verbal face aux enfants.
- 9** Évitez les soupirs. Ils n'ont pas leur place même si parfois cela ne se déroule pas comme vous le voulez.
- 10** Conservez une bonne attitude même lorsqu'il n'y a pas de client. On vous observe peut-être. Certaines personnes ont une attitude irréprochable avec leurs clients, mais redeviennent détestables dès que les clients ont franchi la porte.

---

## RÉSUMER UN BESOIN

En résumant, vous donnez confiance à votre client.  
Assurez-vous d'avoir bien compris les besoins  
du client.

*Autrement dit...*

*Si je comprends bien...*

*Si je vous ai bien compris, vous aimeriez...*

*En résumé, vous...*

*Donc, vous aimeriez savoir si...*

*Me permettez-vous de résumer ce que vous m'avez demandé pour être  
certain que je n'ai rien oublié? Donc, vous me dites que...*

## PROPOSER UN PRODUIT/ UN SERVICE/UNE ACTIVITÉ

C'est vous l'expert. Faites en sorte que le client  
ait le goût de vous écouter.

*Si je résume ce que vous m'avez demandé, c'est... (besoins exprimés par  
le client). Voyez-vous, ce que je pourrais vous offrir c'est (proposition)...*

*Ce qui est bien avec ce produit, c'est qu'il vous permet de...*

*Ce service a le mérite de...*

*Avec votre réservation, vous pourrez bénéficier de...*

*Selon ce que vous m'avez dit, ceci aurait l'avantage de...*

*En tenant compte de ce que vous m'avez dit, je pourrais vous suggérer  
le produit suivant...*

*Me permettez-vous de vous faire une proposition?*

*Me permettez-vous de vous montrer comment...?*

*Si vous m'accordez trois minutes, je peux vous montrer...*

## FAIRE UNE TRANSITION VERS UN AUTRE PRODUIT/ UN AUTRE SERVICE/ UNE AUTRE ACTIVITÉ

Le service, c'est aussi répondre à d'autres besoins  
exprimés ou anticipés. Utilisez votre jugement.

*J'aurais aussi un autre modèle à vous présenter...*

*J'aurais aussi ceci qui pourrait peut-être vous plaire...*

*Voici un autre service que les gens aiment bien...*

*Si vous préférez y aller avec davantage de finition, nous avons aussi celui-là...*

*Étant donné ce que vous m'avez dit, aviez-vous pensé également à...?*

*En plus, j'aurais ceci à vous montrer...*

*Au fait, pendant que j'y pense, nous avons aussi...*

*À propos, j'ai remarqué que...*

*Me permettez-vous de vous présenter cet autre produit...?*

*Me permettez-vous de vous suggérer également...?*

*Est-ce que vous aimeriez que nous regardions aussi...?*

*Je vous informe également que...*

*Pour votre (besoin), je vous recommande ceci...*

*Pour la prochaine fois, si jamais vous aimeriez...*

*Voyez-vous, à mon avis, ce produit répond le mieux à votre inquiétude,  
car il permet de (avantages)*

*Mme Gendron, je pense que vous feriez également  
un bon choix si (proposition)...*

*Toutefois selon ce que vous m'avez dit, mon choix  
s'orienterait davantage vers celui-ci parce que...*

*Selon ce que j'ai compris de ce que vous recherchez,  
je vous propose davantage cette activité car...*

*J'attire votre attention également sur...*

*Un autre service que je peux vous conseiller est...*

*Voici une autre activité à ne pas manquer...*

*Pour accompagner votre plat, nous avons aussi...*





# CAPSULE LINGUISTIQUE N° 2

CETTE CAPSULE PRÉSENTE DES ANGLICISMES OU DES PHRASES  
À PROSCRIRE EN RAISON DE LEUR USAGE TROP FAMILIER.

MAUVAISE façon de le dire	BONNE façon de le dire
Nos produits sont en spécial.	Nos produits sont en solde / à rabais.
Notre spécial du jour.	Notre plat du jour / menu du jour / dessert du jour.
Ce produit est notre meilleur vendeur.	Ce produit est le plus vendu.
Sauver de l'argent.	Épargner, économiser.
Sauver du temps.	Gagner du temps.
Ce meuble est usagé / de seconde main.	Ce meuble est d'occasion.
Êtes-vous confortable ?	Êtes-vous à l'aise ?
Nos heures d'affaires.	Nos heures d'ouverture / heures de bureau.
J'offre des cours privés.	J'offre des cours particuliers.
Tel que convenu, je ferai...	Comme convenu, je ferai...
Pour le service, nous mettons l'emphase sur...	... nous mettons l'accent sur...
Je vais vous donner un escompte sur cet article.	.. une réduction sur cet article.
Avez-vous votre coupon-rabais ?	Avez-vous votre bon de réduction ?
Il y a plusieurs items en solde.	Il y a plusieurs articles en solde.
Ce produit est à prix régulier.	Ce produit est à prix courant.
Je vous le fais sans charge additionnelle.	Je vous le fais sans supplément.
C'est une vente d'écoulement.	C'est une liquidation.
C'est une vente finale.	C'est une vente ferme.
Ces livres coûtent 10 dollars chaque.	Ces livres coûtent 10 dollars chacun.
Je vous ai amené ce chandail.	Je vous ai apporté ce chandail.



---

## LAISSER UN MOMENT DE RÉFLEXION

Certains clients aiment prendre leur décision par eux-mêmes, mais SVP, laissez-leur le temps nécessaire.

*Excusez-moi... je vous laisse du temps pour y réfléchir et je reviens dans quelques minutes.*

*Pouvez-vous m'excuser un instant...*

*Prenez votre temps et si vous avez des questions, faites-moi signe...*

*(à un couple) Aimerez-vous que je vous laisse quelques instants pour en discuter?*

## RAPPELER QUELQUE CHOSE D'IMPORTANT

Si le client oublie quelque chose d'important, il vous en tiendra peut-être rigueur. C'est à vous de vous assurer qu'il a tout en main.

*Je me permets de vous rappeler que...*

*Je vous réitère qu'il serait intéressant de...*

*Une chose importante, si vous me le permettez : il ne faudrait pas oublier de...*

*Il y a quelques minutes, vous m'avez dit..., voyez-vous je crois que...*

NON-VERBAL

## LA COURTOISIE N'EST PAS SEULEMENT UNE QUESTION DE LANGAGE

C'EST AUSSI LA SOMME DE GESTES SIMPLES QUI FONT PLAISIR AU CLIENT :

Ouvrir une porte ; apporter un produit à la voiture ; reconduire un client directement à l'emplacement d'un produit dans un magasin ; prendre le temps de parcourir le site Web avec le client ; proposer d'enlever les prix et étiquettes pour un cadeau ; offrir quelque chose à boire ; offrir une chaise ; livrer un produit à la maison plus rapidement ; faire des exceptions pour ce client  
« ... je vais voir ce que je peux faire... »

## RÉPONDRE À UNE OBJECTION

Une objection de la part d'un client n'est pas forcément une raison véritable de ne pas acheter. Validez d'abord si l'objection est réelle, ensuite vous pourrez revenir avec vos explications.

*Qu'est-ce que vous voulez dire par trop cher ?*

*Qu'est-ce que vous voulez dire par trop coloré ?*

*Qu'est-ce qui vous fait hésiter ?*

*Que voulez-vous dire lorsque vous me dites... ?*

*Pouvez-vous m'aider, j'aurais besoin de plus de détails lorsque vous me dites...*

*Qu'est-ce qui vous fait dire cela ?*

*Votre commentaire est intéressant, pourquoi... ?*

*Vous vous attendiez à payer combien ?*

*Et vous, qu'est-ce que vous en pensez ?*

*Dans quel sens ?*

*Pourquoi dites-vous cela ?*

*Quel inconvénient voyez-vous à... ?*

*Qu'est-ce qui vous porte à croire cela ?*

*Comment en êtes-vous arrivé à cette conclusion ?*

*Qu'est-ce que vous pensez de ma proposition ?*

*Qu'est-ce qui pourrait vous faire changer d'avis ?*

*Qu'est-ce que vous avez contre cette idée ?*

*Je comprends très bien votre étonnement...*

*Je comprends très bien votre hésitation...*

*Je suis content que vous souleviez cet élément...*

### EXEMPLES

**Client :** Je vais en parler à ma femme !

**Employé :** Qu'est-ce qui vous fait hésiter ?

**Client :** Je ne suis pas sûr d'avoir besoin de toutes ces options...  
Ma femme risque de trouver cela compliqué !

**Employé :** À votre avis, quelles sont les options qui risquent de lui poser problème ?

**Client :** Comment faire les photos, aller sur Internet et tous les trucs du genre... Nous n'avons pas besoin de tous ces gadgets-là...

**Employé :** Je vous comprends. Moi aussi des fois j'en perds mon latin. Toutefois, permettez-moi de vous préciser que maintenant tous les modèles offrent ces options, mais que plusieurs de nos clients ne les utilisent pas ou très peu. Selon ce que vous m'avez dit, ce qui est important c'est que vous ayez les options suivantes...

**Employé :** Ça va pour ça ? Pendant que j'y pense, nous avons aussi la possibilité de...

LES CLIENTS NE PEUVENT PAS  
TOUJOURS VOUS DIRE CE QU'ILS VEULENT,  
MAIS ILS SONT TOUJOURS CAPABLES  
D'EXPRIMER CE QUI NE VA PAS.

CARLY FIONA



# CAPSULE LINGUISTIQUE N° 3

CETTE CAPSULE PRÉSENTE DES ANGLICISMES OU DES PHRASES  
À PROSCRIRE EN RAISON DE LEUR USAGE TROP FAMILIER.

MAUVAISE façon de le dire	BONNE façon de le dire
Prendre pour acquis.	Tenir pour acquis.
Je vous donne ma carte d'affaires.	Je vous donne ma carte professionnelle.
Est-ce que vous payez cash ?	Est-ce que vous payez comptant ?
Vous en trouverez dans le centre d'achats.	Vous en trouverez dans le centre commercial.
Je vous ai chargé 125 \$.	Je vous ai facturé 125 \$.
Désolé, nos coûts d'opération sont très élevés.	... nos frais d'exploitation ...
Est-ce que je peux vous demander une question ?	... vous poser une question ?
Votre billet de saison vous permet d'entrer ...	Votre abonnement vous permet d'entrer ...
Votre abonnement est effectif à partir du 12 août.	Votre abonnement est en vigueur le 12 août.
Il faudrait prévoir à l'avance ce que vous aimeriez ...	Il faudrait prévoir ce que vous aimeriez ...
J'ai entendu parler qu'il y avait ...	J'ai entendu dire qu'il y avait ...
Les premiers trois mois sont gratuits.	Les trois premiers mois sont gratuits.
Nous avons des chaises roulantes à votre disposition.	... des fauteuils roulants ...
Excusez-moi, je dois pratiquer mon français.	Excusez-moi, je dois travailler mon français.
Faire appel à un contracteur serait une alternative.	Faire appel à un entrepreneur serait une solution.
L'autre alternative serait de le faire vous-même.	L'autre possibilité serait de le faire vous-même.
J'ai référé le client au service à la clientèle.	J'ai dirigé le client vers le service à la clientèle.
Désolé... notre commande est back order.	Désolé, notre commande est en retard.
Vous avez droit à un certificat-cadeau.	Vous avez droit à un chèque-cadeau.
Vous feriez mieux d'aller au bureau d'information.	... au bureau de renseignements.

## OBTENIR L'ACCORD DU CLIENT

Faire dire OUI à un client, c'est encore  
la meilleure chose, NON ?

*Ça règle cette question ?*

*Est-ce que ça répond à votre question ?*

*On s'entend là-dessus ?*

*Ça va ? On y va comme ça ?*

*Qu'en pensez-vous ?*

*Qu'est-ce que vous en dites ?*

*Est-ce que ce produit correspond à vos attentes ?*

*Est-ce que ça vous intéresse ?*

*Donc, il y aurait le modèle X ou Y, lequel préférez-vous ?*

*Qu'est-ce que vous en pensez ?*

*Est-ce ce à quoi vous vous attendiez ?*

*Êtes-vous à l'aise avec ce que je vous propose ?*

*Quand viendriez-vous le chercher ?*

*À quelle date voulez-vous qu'on vous livre le produit ?*

*Préférez-vous faire un seul paiement ou plusieurs versements ?*

## RÉPONDRE À UNE PLAINTE

Le client a toujours raison. Pas forcément...  
mais il faut lui en donner l'impression !

*Me permettez-vous de vous poser quelques questions  
pour bien comprendre vos propos ?*

*Pouvez-vous m'expliquer ce qui s'est passé ?*

*Si je vous ai bien compris, vous dites que...*

*Au nom de la boutique Champion, je tiens d'abord à vous présenter nos  
excuses pour l'inconvénient que cela a pu vous causer. Je vous propose de...*

*Qu'en pensez-vous ?*

*Êtes-vous d'accord avec ce que je vous propose ?*

*Je vous remercie d'avoir pris le temps de nous faire part de votre  
commentaire. C'est important pour nous de nous assurer que nos clients  
sont satisfaits...*

## S'ENGAGER À PRENDRE ACTION

Comment faire plaisir à votre client ? En vous  
engageant à le servir du mieux que vous le pouvez !

*Je m'en occupe.*

*Vous pouvez vous fier à moi... ce sera fait !*

*Ce sera fait immédiatement.*

*Venez avec moi, je vais vous conduire auprès de...*

*Attendez-moi un instant, je vous reviens pour répondre efficacement  
à votre demande...*

*Pardonnez-moi, je ne suis pas en mesure de répondre à votre question,  
mais si vous me permettez, je vais aller m'informer auprès de...*

*Ce n'est pas moi qui s'occupe de cet aspect, mais attendez-moi un instant  
et je vais vous trouver une personne qualifiée pour ce genre de demande...*

*Pour ma part, je m'engage à tout faire afin d'assurer un suivi...*

*Parfait. Voici ce que je vous propose de faire...*

*Soyez assuré que je vais tout faire pour vous revenir rapidement.*

*Je vais en informer Mme Fontaine immédiatement.*

*Laissez-moi vérifier auprès de M. Tremblay.*

*Je vous rappellerai demain. / Je vous rappellerai d'ici jeudi.*

*Je n'ai toujours pas reçu de nouvelles de mon fournisseur,  
mais je continue à travailler pour vous.*

*Si je ne vous ai pas donné de mes nouvelles d'ici mercredi prochain,  
rappelez-moi sans faute.*

*J'aimerais bien vous aider immédiatement, mais serait-ce possible que  
je vous rappelle lundi à ce sujet ? Le collègue que je dois consulter pour  
répondre à votre demande est absent jusqu'à lundi.*

*Malheureusement, aucun formateur n'est disponible aujourd'hui.  
Voulez-vous explorer les disponibilités à une autre date ?*

# CAPSULE LINGUISTIQUE N° 4

**CETTE CAPSULE PRÉSENTE DES PHRASES QUE L'ON ENTEND SOUVENT COMME CLIENT À LA SUITE D'UN COMMENTAIRE, D'UNE PLAINTE OU D'UNE DEMANDE DE REMBOURSEMENT. CES RÉPONSES NOUS FONT DRESSER LES CHEVEUX SUR LA TÊTE!**

MAUVAISE façon de le dire	BONNE façon de le dire
Ma p'tite madame, mon p'tit monsieur.	Madame, Monsieur.
Je ne peux pas.	Je pourrais peut-être.
Je ne sais pas.	Je ne dispose pas de cette information, mais je vais aller vérifier.
Ce n'est pas moi qui s'occupe de cela.	Je vais trouver la bonne personne qui saura vous répondre.
Je ne suis pas responsable de ce département.	Je ne suis pas la personne désignée pour ce genre de demande, mais je vais aller m'informer.
Une minute, je suis occupé.	Désolé, je serai à vous dans quelques minutes.
Je sais déjà tout cela.	Merci de porter ce commentaire à notre attention.
Non, vous ne savez pas ce que c'est de...	Désolé, me permettez-vous de vous faire part...
Ce n'est pas possible.	Je vais voir ce que je peux faire.
C'est loin d'être facile.	Je vais faire tout mon possible pour vous satisfaire.
On n'a jamais fait ça comme ça.	Je vais voir si c'est possible de...
Ça ne se fait pas comme ça ici.	Je vais aller m'informer pour vérifier comment nous pourrions...
Vous ne comprenez pas...	Je vous comprends, toutefois...
Personne ne s'est jamais plaint de...	Merci de nous informer...
Vous devez faire...	Devant une telle situation, nous recommandons à nos clients de faire...
Vous n'avez pas compris... je vous ai dit tantôt...	Monsieur, si vous me permettez, je vous réitère que...
Ce n'est pas de sa faute, il est nouveau ici.	Merci de votre commentaire. Je vais m'assurer de...
On manque de personnel.	Nous allons faire le maximum.
Salut... c'est quoi le problème?	Bonjour, comment puis-je vous aider?
C'est un problème normal.	Je vais aller m'informer de la fréquence de cette situation.
Avez-vous votre facture?	Si vous avez votre facture, je vais prendre les renseignements afin de traiter le remboursement.

# CAPSULE LINGUISTIQUE N° 5

CETTE CAPSULE PRÉSENTE DES ANGLICISMES OU DES PHRASES  
À PROSCRIRE EN RAISON DE LEUR USAGE TROP FAMILIER.

MAUVAISE façon de le dire	BONNE façon de le dire
Il faut s'adresser à une personne du bureau-chef.	Il faut s'adresser à une personne au siège social.
Nos comptes payables / comptes recevables.	Nos comptes fournisseurs / comptes clients.
Nous avons eu des coupures budgétaires.	Nous avons eu des restrictions budgétaires.
C'est une courtoisie du gérant.	C'est une gracieuseté du gérant.
Dépendamment de la situation, nous pourrions...	Selon la situation, nous pourrions...
Votre compte est passé dû.	Votre compte est échu / en souffrance.
Nous avons annulé votre contrat.	Nous avons résilié votre contrat.
Votre rendez-vous est annulé.	Votre rendez-vous est annulé.
Je vous cède un autre rendez-vous.	Je vous fixe un autre rendez-vous.
Pouvez-vous nous identifier les raisons...	Pouvez-vous nous donner les raisons...
Nous allons identifier le problème.	Nous allons découvrir le problème.
Nous avons identifié le problème.	Nous avons cerné le problème.
Nous avons rencontré des difficultés.	Nous avons éprouvé des difficultés.
Nous avons beaucoup de compétition.	Nous avons beaucoup de concurrence.
Avez-vous fait un back-up ?	Avez-vous fait une copie de sécurité / de sauvegarde ?
Nous devons réduire nos inventaires.	Nous devons réduire nos stocks.
Maxime est un employé occasionnel.	Maxime est un employé temporaire.
Je seconde votre proposition.	J'appuie votre proposition.
À chaque stage de la production, nous réalisons...	À chaque phase / étape de la production...
Je suis sympathique à votre commentaire.	Je suis d'accord avec votre commentaire.







# CONCLURE AVEC UN CLIENT

SI LA PREMIÈRE IMPRESSION EST IMPORTANTE, LA DERNIÈRE L'EST TOUT AUTANT. EN REMERCIANT VOTRE CLIENT ET EN VOUS ASSURANT DE SON ENTIÈRE SATISFACTION, VOUS CRÉEZ AINSI LES PREMIERS JALONS DE LA FIDÉLISATION. ACCORDEZ UNE GRANDE IMPORTANCE À CETTE ÉTAPE ; C'EST LE MEILLEUR CONSEIL QUE NOUS PUISSONS VOUS DONNER.

# CONCLURE AVEC UN CLIENT

## VALORISER UN PRODUIT / SERVICE / CLIENT

Parce que le doute s'installe parfois, il faut rassurer le client qu'il a fait un bon choix.

*Excellent choix!*

*C'est un très bon choix que vous venez de faire...*

*Avec ce produit, vous ne vous trompez pas!*

*Ce sera un superbe agencement... j'en suis convaincu!*

*Vous verrez, vous ne serez pas déçu...*

*Vous êtes un excellent client...*

*Vous aviez des bonnes questions... il est rare qu'un client soit aussi bien informé!*

*J'ai beaucoup apprécié vous servir, Monsieur!*

## VÉRIFIER LA SATISFACTION

Le client est satisfait. En êtes-vous certain ?

Voici comment le vérifier :

*Est-ce que ça vous convient ?*

*Avez-vous besoin d'autre chose ?*

*Ai-je répondu efficacement à toutes vos questions ?*

*Y a-t-il autre chose que je puisse faire pour vous ?*

*Est-ce que je peux vous être encore utile ?*

*Avez-vous bien mangé ? ... reçu un bon service ?*

## NON-VERBAL

## CONCLURE SON SERVICE EN BEAUTÉ

### LES 5 CONSEILS DE BASE

- 1** Prenez le temps de bien remettre la monnaie ou de bien terminer la transaction.
- 2** Selon votre secteur d'activité, donnez une poignée de main, remettez le produit ou le sac dans les mains du client ou offrez-lui une autre attention particulière comme une invitation à visiter votre page Facebook, à s'inscrire à votre infolettre, etc.
- 3** Évitez de regarder ailleurs comme si vous vouliez servir immédiatement un autre client.
- 4** Regardez plutôt le client dans les yeux et accordez-lui un dernier moment avant qu'il quitte les lieux.
- 5** Souriez et accompagnez le client à la sortie / à la caisse / à sa voiture selon votre temps disponible.

---

## S'ENGAGER ENVERS LE SERVICE APRÈS-VENTE

Encore une fois, vous êtes certain  
de vous et on peut se fier à vous !

*En terminant, je vous rappelle que pour...*

*Si jamais il y avait un problème quelconque, n'hésitez pas à...*

*Si vous avez besoin d'autres renseignements,  
ce sera avec plaisir que...*

*Si vous avez besoin d'autre chose pour compléter votre...,  
n'hésitez pas à revenir me voir.*

*N'hésitez pas à venir nous faire part de vos commentaires.*

*Revenez nous voir pour nous dire comment vous avez aimé...*

*J'en profite pour vous assurer de notre entière collaboration...*

« CELUI QUI DIT  
« COUPONS LA POIRE EN DEUX »  
TIENT EN GÉNÉRAL LE COUTEAU,  
ET LA POIRE, C'EST VOUS !  
ANONYME

## REMERCIER ET SALUER UN CLIENT

Il y a tellement de concurrence. N'avez-vous pas  
de la chance qu'il soit client chez vous ? La fidélisation  
de votre client débute maintenant. À vous de jouer !

*Merci de votre patience.*

*Merci de nous faire confiance.*

*Merci d'avoir choisi Copie Ultra.*

*Je vous souhaite une belle activité...*

*Merci Mme Gendron de m'avoir écouté.*

*Merci Mme Gendron d'avoir pris le temps de me recevoir.*

*Merci Mme Gendron de votre compréhension.*

*Merci M. Leblanc de l'intérêt que vous porterez à notre offre de service.  
J'espère sincèrement que...*

*Merci M. Leblanc d'avoir pris le temps de regarder notre offre de service.  
Nous sommes toutefois déçus de constater que...*

*Merci et au plaisir de vous revoir !*

*En espérant vous revoir bientôt !*

*Je vous souhaite une belle journée, Mme Gendron... et à la prochaine !*

*En espérant avoir le plaisir de vous servir à nouveau.*

*Au plaisir de vous revoir vendredi prochain, M. Leblanc...*



# CAPSULE LINGUISTIQUE N° 6

CETTE CAPSULE PRÉSENTE DES ANGLICISMES OU DES PHRASES À PROSCRIRE EN RAISON DE LEUR USAGE TROP FAMILIER.

MAUVAISE façon de le dire	BONNE façon de le dire
C'est tout ?	Désirez-vous autre chose ? Puis-je vous être encore utile ?
Je vais <b>placer</b> la commande.	Je vais <b>passer</b> la commande.
Votre commande est payable <b>sur</b> livraison.	Votre commande est payable <b>à</b> la livraison.
La facture est payable <b>COD</b> (cash on delivery).	La facture est payable <b>contre remboursement (CR)</b> .
Je vous envoie un <b>email</b> .	Je vous envoie un <b>courriel</b> .
Client : <b>Merci</b> . Vous : <b>Bienvenue!</b>	Client : <b>Merci</b> . Vous : <b>Je vous en prie / Il n'y a pas de quoi / De rien</b> .
Le <b>sous-total</b> avant les taxes...	La <b>somme partielle</b> avant les taxes...
Voulez-vous <b>donner un dépôt</b> ?	Voulez-vous verser un <b>acompte</b> ?
J'ai oublié de lui remettre le <b>change</b> .	J'ai oublié de lui remettre la <b>monnaie</b> .
Le <b>taux d'échange</b> du dollar américain est...	Le <b>taux de change</b> du dollar américain est...
Nous avons besoin d'un chèque <b>au montant de</b> 100 \$.	Nous avons besoin d'un chèque <b>de</b> 100 \$.
Nous avons aussi une <b>place d'affaires</b> située à...	... un <b>autre magasin / autre établissement / autre commerce</b> .
Nous sommes ouverts <b>24 heures par jour, 7 jours par semaine</b> .	Nous sommes ouverts <b>24 heures sur 24, 7 jours sur 7</b> . Nous sommes ouverts <b>en tout temps</b> .
Voulez-vous un <b>breuvage / une liqueur</b> ...	Voulez-vous une <b>boisson / boisson gazeuse</b> .
La prochaine fois, si vous voulez vous <b>stationner</b> .	... si vous voulez <b>stationner votre voiture</b> .
Il y aura un <b>délai de 10 jours</b> ...	Il y aura un <b>retard de 10 jours</b> ...
Vous <b>avez</b> la chance de <b>gagner</b> un concours.	Vous <b>courrez</b> la chance / Vous <b>avez</b> la chance de <b>remporter</b> ...
Il y aura une <b>charge additionnelle</b> de...	Il y aura un <b>supplément</b> de...
Vous pouvez <b>charger</b> au compte de...	Vous pouvez <b>porter</b> au compte / <b>mettre</b> au compte de...
<b>L'estimé</b> est gratuit.	<b>Le devis</b> est gratuit.





# CAPSULE LINGUISTIQUE N° 7

CETTE CAPSULE PRÉSENTE DES ANGLICISMES OU DES PHRASES  
À PROSCRIRE EN RAISON DE LEUR USAGE TROP FAMILIER.

MAUVAISE façon de le dire	BONNE façon de le dire
Ne manquez pas notre <b>parade</b> du Père Noël.	Ne manquez pas notre <b>défilé</b> du Père Noël.
Ne manquez pas notre <b>vente-trottoir</b> .	Ne manquez pas notre <b>braderie / foire commerciale</b> .
Ne manquez pas notre <b>Boxing Day</b> .	... nos <b>Soldes</b> d'après Noël, <b>Soldes</b> de l'Après-Noël.
Ne manquez pas notre <b>Black Friday</b> .	Notre <b>Vendredi fou</b> , <b>Mégasolde</b> d'avant Noël.
Désirez-vous une <b>application</b> ?	Désirez-vous une <b>formule de demande d'emploi</b> ?
Voulez-vous <b>appliquer sur</b> le poste.	Voulez-vous <b>postuler pour</b> le poste.
Toutes les chambres se trouvent <b>sur</b> le même étage.	... se trouvent <b>au</b> même étage.
Merci... nos employés sont <b>consistants</b> en service.	Merci... nos employés sont <b>constants</b> dans leur service.
Les <b>altérations</b> sont gratuites.	Les <b>retouches</b> sont gratuites.
Il y a eu une <b>cancellation</b> , vous pourrez donc...	Il y a eu une <b>annulation</b> ...
Cette porte c'est pour les <b>employés seulement</b> .	Cette porte est <b>réservée au personnel</b> .
<b>Entrée</b> des marchandises est à l'arrière.	La <b>réception / livraison</b> des marchandises...
Je vous donne votre <b>prescription</b> .	Je vous donne votre <b>ordonnance</b> .
Avez-vous votre <b>slip d'expédition</b> ?	Avez-vous votre <b>bordereau d'expédition / bon de livraison</b> ?
La <b>date due</b> pour cette facture est de...	<b>L'échéance / La date d'échéance</b> de cette facture...
Je vous invite à voir notre <b>salle de montre / showroom</b> .	... notre <b>salle d'exposition</b> .
La <b>taxe de vente</b> est de 5 %.	La <b>taxe sur les ventes</b> est de 5 %.
Le <b>coût estimé</b> est de...	Le <b>coût approximatif / estimatif</b> est...
Les commandes sont <b>sous contrôle</b> .	Les commandes sont <b>maîtrisées</b> .

# FIDÉLISER SON CLIENT

Le client n'achète plus seulement un produit ou un service, mais veut vivre une expérience complète. Il traversera différentes étapes lors de sa relation avec votre entreprise. La qualité de cette relation déterminera s'il désire poursuivre ou préfère aller voir ailleurs. Nous ajoutons à ce guide les sept échelons de la fidélisation développés par Détail Formation afin de faciliter la fidélisation de votre clientèle.



# 1 ACCESSIBILITÉ ET RAPIDITÉ

---

Le premier échelon est simple, mais ô combien important. Pour fidéliser un client, les premiers contacts sont décisifs. L'adage qui dit « On n'a qu'une chance de faire une première bonne impression ? » prend tout son sens.

Attention au premier contact téléphonique, au premier courriel, au premier bonjour, à la première livraison, etc. Si vous êtes difficilement accessible ou que la rapidité n'est pas au rendez-vous selon les attentes du client... c'est déjà terminé!

# 2 RAPPORT QUALITÉ/PRIX

---

Est-ce que le client en a pour son argent? Si le client paie un plat au restaurant, il évalue la qualité de son repas en fonction du type de restaurant.

S'il achète un moulin à poivre et que celui-ci ne fonctionne plus après deux semaines, c'est à vous qu'il pensera et non au fournisseur. C'est la même chose pour un massage qui ne fait aucun bien, un bris d'auto récurrent, un chandail qui rétrécit dans la sècheuse, un plan de production inefficace... bref, le client veut des résultats!

# 3 COMPÉTENCES INDIVIDUELLES ET COLLECTIVES

---

Le client recherche de la fiabilité et de la constance dans le service à la clientèle. Outre la compétence d'un employé, c'est de la compétence de toute une organisation qu'il s'agit.

Une gestion inefficace des priorités, une mauvaise communication, les mêmes problèmes qui reviennent constamment... voilà ce qui crée souvent l'infidélité chez un client ou carrément son départ.

# 4 COURTOISIE ET EMPATHIE

---

Les trois premiers échelons représentent la fondation de la fidélité. Mais pour fidéliser encore davantage, une relation personnalisée doit se construire avec au moins un employé de l'organisation. Cette relation se construit lorsque l'employé est poli, montre du respect, semble heureux de servir et s'intéresse à son client.

Malheureusement, la courtoisie est en perte de vitesse de nos jours... Est-ce que les générations précédentes ont bien fait leur travail d'éducation? Servir avec passion, s'intéresser au client pour ce qu'il est, de même que tout mettre en œuvre pour lui faire plaisir sont des attitudes qui peuvent rapporter beaucoup à une entreprise.





LA MEILLEURE DES PUBLICITÉS  
EST UN CLIENT SATISFAIT.

BILL GATES

## 5 ÉQUITÉ ET RECONNAISSANCE

---

Chaque client a droit à un service égal et un traitement équitable par rapport aux autres clients. Que veut dire « équité », au juste ? Quand un client fréquente régulièrement une entreprise, inévitablement, ses attentes seront différentes, plus élevées.

Le moins que vous puissiez faire est de l'amener à comprendre qu'il est important, que vous désirez le garder et le servir longtemps. Alors, comment récompensez-vous vos clients réguliers ? Si tous les clients sont égaux, certains méritent tout de même plus d'attention que d'autres...

## 6 SÉDUCTION

---

La différence entre la reconnaissance et la séduction est importante. Pour atteindre un des échelons les plus élevés de la fidélité, le client doit vivre une expérience tellement mémorable que, pour cette seule expérience, il est séduit et prêt à « recommander », à « promouvoir » et à « défendre » cette entreprise au sein de son réseau.

Généralement, ce client deviendra un ambassadeur s'il a vécu une expérience qui aura dépassé largement ses attentes. Malheureusement, il suffit d'une seule main pour compter le nombre d'expériences mémorables que nous vivons dans une année en tant que client. Vous souvenez-vous de celles que vous avez vécues cette année en tant que client ? De celles que vous avez fait vivre à un client ?

## 7 COMPLÉMENTARITÉ

---

À cet échelon, le client est déjà fidèle à l'entreprise. Toutefois, le dernier échelon exige un rapport encore plus étroit. Ce n'est plus qu'un simple client. Cela dépasse la relation employé / client.

Il s'agit maintenant d'un « copain » avec qui vous prenez une bière, d'un « ami » à qui vous confiez votre développement d'entreprise ; cette relation se poursuivra même si vous quittez l'entreprise. Ces clients avec lesquels vous avez développé une relation professionnelle et personnelle sont très rares ! Vous en avez combien dans votre réseau ?



---

# ACCUEILLIR ET SERVIR UN CLIENT AU TÉLÉPHONE

---

L'efficacité de l'accueil téléphonique représente souvent la première image d'une organisation. À la troisième sonnerie, le client s'impatiente; à la cinquième, il raccroche ! En améliorant l'efficacité, l'aisance et la qualité du français du service téléphonique offert par vos employés, vous marquez des points importants par rapport à vos concurrents.



# ACCUEILLIR ET SERVIR UN CLIENT AU TÉLÉPHONE

---

## MESSAGE DANS SA BOÎTE VOCALE

Vous avez une boîte vocale. Enregistrez un message sur un ton sympathique avec, au minimum, les éléments suivants :

- Votre nom et fonction
- Le nom de l'établissement ou du service (au besoin)
- Le numéro de poste (le cas échéant)
- Un message personnalisé affirmant votre engagement à rappeler le client le plus tôt possible
- Une référence en cas d'urgence (au besoin)

*Bonjour! Vous avez joint la boîte vocale de Simon Tremblay, conseiller de Copie Ultra, au poste 312. Je ne peux répondre à votre appel pour l'instant, mais c'est avec plaisir que je vous rappellerai dès que possible. Pour toute urgence, n'hésitez pas à contacter ma collègue Chantal Fontaine au poste 315. Merci et bonne journée!*

## MESSAGE DANS SA BOÎTE VOCALE – PERSONNALISÉ DU JOUR

Si votre message sur la boîte vocale est personnalisé tous les jours, ajoutez les éléments suivants :

- Le jour et la date
- Une brève description de votre plan de travail et de votre disponibilité
- Un message personnalisé affirmant votre engagement à rappeler le client le plus tôt possible
- Une référence en cas d'urgence (au besoin)

*Bonjour! Vous avez joint la boîte vocale de Simon Tremblay, conseiller de Copie Ultra, au poste 312. Aujourd'hui, le mardi 23 septembre, je serai absent en matinée, mais de retour cet après-midi vers 14 h. Laissez-moi un message, et je vous rappellerai d'ici la fin de la journée. Pour toute urgence, n'hésitez pas à contacter ma collègue Chantal Fontaine au poste 315. Merci et bonne journée!*



## ATTITUDE GÉNÉRALE AU TÉLÉPHONE LES 10 CONSEILS DE BASE

- 1** Buvez de temps à autre de l'eau tiède pour obtenir une voix claire et non fatiguée (évittez l'eau trop froide, qui pourrait geler vos cordes vocales).

---

- 2** Au besoin, raclez-vous la gorge AVANT de prendre le combiné.

---

- 3** **SOUSRIEZ!** Votre sourire s'entend. Au besoin, utilisez un miroir et regardez-vous ! Êtes-vous de bonne humeur, ce matin ?

---

- 4** Gardez une posture convenable. Cela influence vos émotions verbales.

---

- 5** Variez le ton de votre voix et utilisez un débit un peu plus lent que celui de votre conversation normale.

---

- 6** Gardez à portée de main les renseignements pertinents qui vous sont souvent demandés.

---

- 7** Faites preuve d'empathie et éliminez toute source de distraction.

---

- 8** Prenez des notes pendant la conversation et rappelez au client certains éléments pertinents (p. ex. : Tout à l'heure, vous m'avez fait part de...).

---

- 9** Demandez au client de répéter au besoin (mais attention à ne pas le faire constamment).

---

- 10** Enregistrez-vous, écoutez-vous et apportez les correctifs nécessaires.



## PRISE DE CONTACT

**Le ton est important dès le départ. Attention de ne pas parler trop vite. On veut vous comprendre !**

*Copie Ultra, bonjour !*

*Copie Ultra, bonjour... ici Chantal... comment puis-je vous aider ?*

*Bonjour, M. Leblanc... Comment allez-vous ce matin ?*

*Chantal Fontaine, bonjour !*

*Bonjour ! Merci d'appeler Copie Ultra.*

*Chantal à l'appareil... Comment puis-je vous être utile ?*

## MISE EN ATTENTE ET RETOUR

**Vous êtes occupé – d'accord !  
Soyez tout de même courtois.**

*Excusez-moi... Je suis avec un client... Je serai à vous dans un instant...*

*Je suis désolé, pouvez-vous m'attendre un instant...*

*Je serai à vous dans quelques secondes.*

*Je vais m'informer auprès d'un collègue et je vous reviens dans un instant.*

*Je n'ai pas la réponse à votre question. Je fais une recherche rapide et je vous reviens ensuite.*

*Merci d'avoir patienté... Merci d'avoir attendu...*

*Excusez-moi, Mme Fontaine est toujours avec un client au téléphone. Désirez-vous patienter encore un peu ou préférez-vous laisser vos coordonnées pour qu'elle vous rappelle ?*

## TRANSFERT D'APPEL

**Attention : Un transfert d'appel mal effectué crée beaucoup de frustration chez un client.**

*Puis-je demander votre nom, SVP...*

*Puis-je lui annoncer qui l'appelle, SVP...*

*C'est de la part de qui, JE VOUS PRIE...*

*Puis-je vous annoncer?... merci... je vérifie si M. Tremblay est disponible. Un instant, SVP.*

*Monsieur Tremblay est absent pour l'instant... Puis-je vous être utile ?*

*Monsieur Tremblay est absent pour l'instant, désirez-vous laisser un message dans sa boîte vocale ou préférez-vous que je prenne le message ?*

*Monsieur Tremblay n'est pas disponible pour l'instant, puis-je vous transférer à sa boîte vocale ou désirez-vous plutôt que je prenne le message ?*

*Bonjour, M. Leblanc... j'achemine votre appel à M. Tremblay... bonne journée !*

## PRISE DE CONTACT – RAPPELER UN CLIENT

**Vous devez rappeler votre client ? Vous savez qui vous êtes, mais assurez-vous que le client le sache avant que vous débutiez vos propos.**

*Bonjour... puis-je parler à Mme Leblanc, SVP ?*

*Bonjour, Mme Leblanc, ici Chantal Fontaine, conseillère de Copie Ultra... je vous téléphone pour...*

*Bonjour, ici Chantal Fontaine, conseillère de Copie Ultra, serait-il possible de parler à Mme Leblanc, SVP ?*

*Bonjour, Mme Leblanc... Chantal Fontaine de Copie Ultra... comme convenu, je fais un suivi auprès de vous pour...*



---

## DEMANDE DE RAPPEL

**Le client est absent. Il est parfois ennuyeux de jouer au ping-pong téléphonique.**

*Quand me conseillez-vous de le rappeler ?*

*Pouvez-vous me dire SVP quand il serait préférable de le rappeler ?*

*À quel moment croyez-vous que je pourrais le rappeler ?*

*Quel jour de la semaine est-il plus facile de le joindre ?*

*Croyez-vous qu'il sera de retour cet après-midi ?*

## CONCLURE UN APPEL

**Vous avez fourni un bon service téléphonique. Donnez le goût au client de vous rencontrer ou de vous rappeler. Les derniers instants sont importants.**

*Y a-t-il autre chose que je puisse faire pour vous ?*

*Ai-je répondu à toutes vos questions ?*

*Comment puis-je vous être encore utile ?*

*Merci et au plaisir de vous voir vendredi !*

*Merci et n'hésitez pas à nous rappeler en cas de besoin.*

*Bonne journée, M. Leblanc, et encore merci !*

*Au plaisir de vous voir la semaine prochaine et si d'ici là vous avez d'autres questions, n'hésitez pas à nous rappeler... bonne journée !*

*Merci d'avoir appelé Copie Ultra... bonne journée !*

**BIEN ÉCOUTER, C'EST PRESQUE RÉPONDRE.**

**MARIVAUX**





## MESSAGE DANS LA BOÎTE VOCALE D'UN CLIENT

Vous désirez laisser un message. SVP, ne faites pas en sorte que le client doive écouter votre message trois fois afin d'être en mesure de vous rappeler. Il est recommandé de fournir les renseignements suivants :

- Votre nom et fonction
- Le nom de l'établissement / du service (au besoin)
- La date et l'heure à laquelle vous laissez le message
- L'objet de l'appel
- Le meilleur moment pour vous rappeler
- Le numéro de téléphone

Remarque : Assurez-vous de ralentir le débit de votre voix au moment de laisser votre numéro de téléphone et répétez encore une fois votre nom et le numéro de téléphone à la fin de l'appel pour faciliter la prise de notes par l'interlocuteur.

*Bonjour, ici Simon Tremblay, conseiller de Copie Ultra. Nous sommes jeudi, 10 h 30. Mon message s'adresse à Mme Leblanc et concerne la vidéo qui a été préparée pour la conférence de M. Pinet. Il me manque deux ou trois éléments pour finaliser la logistique. S'il était possible de me rappeler, SVP, je serai à mon bureau cet après-midi et demain matin jusqu'à 11 h. Donc, Simon Tremblay au 514 899-9555, poste 312. Je répète : 514 899-9555, poste 312. Merci et bonne journée!*

*Bonjour, je m'appelle Simon Tremblay de Copie Ultra. J'aimerais que nous puissions nous parler d'ici vendredi. Pouvez-vous me rappeler, SVP, au 514 899-9555, poste 312. Nous nous sommes parlé la semaine dernière, et j'aimerais que nous puissions confirmer votre présence à l'atelier de formation sur le service à la clientèle donné mercredi prochain. Merci. Mon numéro de téléphone encore une fois : 514 899-9555, poste 312. Simon Tremblay de Copie Ultra. Bonne journée!*

## LA COURTOISIE AURA TOUJOURS SA PLACE

Que vous soyez au téléphone ou en personne, faites preuve de courtoisie et vous donnerez toujours une image positive de vous-même. Utilisez des phrases qui calment la conversation, qui font preuve d'empathie envers votre interlocuteur. Par ailleurs, le vouvoiement est fortement recommandé lors d'un premier contact. À vous de décider ensuite s'il est préférable de tutoyer ou de poursuivre le vouvoiement. Voici un rappel de quelques phrases de courtoisie :

Merci, merci, merci ! ; merci d'avoir patienté ; merci d'avoir appelé ; merci de votre confiance ; s'il vous plaît ; excusez-moi ; puis-je... ; je vous prie ; désolé ; permettez-moi de... ;  
 Oui, Madame ; oui, Monsieur ; puis-je vous offrir... ; c'est de la part de qui, je vous prie ? ;  
 Me permettez-vous de... ? ; que pensez-vous de... ; aimeriez-vous que... ;  
 Pouvez-vous m'excuser un instant... ; si je vous ai bien compris... ; je vous comprends... ;  
 Je suis d'accord avec vous... ; est-ce que ça vous convient ? ; avez-vous besoin d'autre chose ? ;  
 Ai-je répondu efficacement à toutes vos questions ? ;  
 Y a-t-il autre chose que je puisse faire pour vous ? ; est-ce que je peux vous être encore utile ? ;  
 merci et au plaisir de vous revoir... ; bonne journée... ; à la prochaine...

LA POLITESSE COÛTE PEU ET ACHÈTE TOUT.

MONTAIGNE

# CAPSULE LINGUISTIQUE N° 8

**CETTE CAPSULE PRÉSENTE DES ANGLICISMES OU DES PHRASES À PROSCRIRE EN RAISON DE LEUR USAGE TROP FAMILIER.**

MAUVAISE façon de le dire	BONNE façon de le dire
Qui parle ?	Puis-je lui annoncer qui le demande, SVP ?
C'est de la part de qui ?	C'est de la part de qui, je vous prie ? / C'est de la part de qui, SVP ?
C'est quoi votre nom ?	Puis-je vous demander votre nom, SVP ? / Vous êtes monsieur... ?
Comment ça s'écrit ?	Pouvez-vous épeler votre nom, SVP ?
C'est à quel sujet ? C'est pourquoi ?	Désirez-vous donner la raison de votre appel ?
Quoi ? Comment ? Qu'est-ce que vous avez dit ?	Pouvez-vous répéter, SVP ? Pardon ?
Gardez la ligne / Demeurez en ligne.	Ne quittez pas / Un moment, je vous prie / Un instant, SVP / Excusez-moi un instant, SVP, ne quittez pas !
Restez sur la ligne.	Restez en ligne.
J'ai attendu 20 minutes sur la ligne.	J'ai attendu 20 minutes en ligne.
C'est occupé... vous patientez ?	M. Leblanc est déjà au téléphone, désirez-vous attendre ou préférez-vous qu'il vous rappelle ?
Je vous communique.	Je vous mets en communication / J'achemine votre appel.
Je vous transfère à Mme Fontaine.	Je vous passe Mme Fontaine.
Désolé, la ligne est engagée.	Désolé, la ligne est occupée.
Il n'est pas là.	Il est absent du bureau actuellement, puis-je prendre le message ?
Il a déjà quitté.	Il a quitté le bureau pour la journée.
Désirez-vous sa boîte vocale ?	Désirez-vous laisser un message dans sa boîte vocale ?
Client : Mme Fontaine ? ; Vous : c'est elle-même !	Client : Mme Fontaine ? Vous : C'est moi-même !
J'ai un appel longue distance.	J'ai un appel interurbain.
Je dois faire un téléphone avant de...	Je dois faire un appel téléphonique avant de...
Je ne peux pas vous parler, j'ai quelqu'un.	Excusez-moi, je suis avec un client actuellement, puis-je vous rappeler dans quelques minutes ?
Je vous retourne un appel dans 5 minutes.	Je vais vous rappeler dans 5 minutes...
Ce sera un appel conférence.	Ce sera une conférence téléphonique.
Excusez-moi j'ai un blanc de mémoire.	Excusez-moi j'ai un trou de mémoire.
Notre code régional est le 450...	Notre indicatif régional est le 450...
Bonjour (à la fin d'une conversation téléphonique).	Au revoir (à la fin d'une conversation téléphonique).





---

# ACCUEILLIR ET SERVIR UN COLLÈGUE

---

Le service à la clientèle consiste aussi à savoir bien communiquer avec les autres membres de son équipe de travail. Le fait de travailler dans une organisation nous met en contact avec des individus possédant des personnalités très différentes et nous oblige à collaborer avec des collègues que l'on n'a pas toujours choisis, pour le meilleur comme pour le pire. Il ne suffit pas de parler pour être compris.

Cela dépend aussi de la façon dont le collègue percevra notre message. Voici quelques énoncés qui peuvent vous aider à comprendre les autres et à être bien compris. Essayez-les, et vous constaterez peut-être des améliorations.

**Remarque :** Le tutoiement a été utilisé dans cette section, car c'est la formule la plus courante entre collègues.

# ACCUEILLIR ET SERVIR UN COLLÈGUE

## FAIRE UNE DEMANDE À UN COLLÈGUE

**Vous avez vos priorités...**

**mais vous n'êtes pas seul à être occupé!**

Est-ce que je peux te déranger quelques minutes?

Est-ce que tu aurais du temps aujourd'hui pour moi?

Je travaille sur tel projet, crois-tu que tu pourrais me donner un coup de pouce, STP?

Je travaille sur tel projet et j'ai pensé à toi! Le but de mon appel est...

Bonjour, Chantal, lorsque tu recevras ce message, j'aimerais beaucoup que tu me rappelles concernant... Je crois que je vais avoir besoin de toi.

Qu'est-ce que tu en penses?

Sais-tu qui pourrait m'aider dans ce projet?

Crois-tu être en mesure de me répondre d'ici vendredi? Merci.

## RÉPONDRE À UNE DEMANDE D'UN COLLÈGUE

**Vous avez vos priorités, mais votre collègue aussi – et il a besoin de vous!**

Comment puis-je t'aider?

Qu'est-ce que je peux faire pour toi?

Quand as-tu besoin que je te donne la réponse?

Peux-tu m'envoyer ce que tu as préparé jusqu'à maintenant?

Veux-tu que j'en parle à Chantal pour nous aider?

Est-ce que tu en as parlé à Chantal auparavant?

Si je te transmets ce type d'information, est-ce que ça te convient?

Est-ce que je peux t'envoyer le tout par courriel?

## S'ENGAGER ENVERS UN COLLÈGUE

**Quoi de plus sympathique qu'un collègue qui prend à cœur notre demande, qui tente de nous faire plaisir et qui s'engage à y répondre du mieux qu'il peut.**

**De plus, s'il respecte les échéanciers, vous êtes aux anges. Alors, faites la même chose!**

Je te comprends...

Ouais... pas évident!

C'est intéressant!

C'est une bonne idée!

Ça m'intéresse...

Beau problème!

On va avoir du plaisir!

En résumé, tu aimerais que je...

Si je comprends bien, tu t'attends à ce que je...

Done, ça te conviendrait si d'ici vendredi, nous...

Si j'ai bien compris, je peux m'attendre à ce que tu me rappelles vendredi en ce qui concerne...

Si je comprends bien, tu me dis que... est-ce bien cela?

Bref, tu t'occupes de... et je fais...

Tu peux te fier à moi.

Sois sans crainte, je te reviens vendredi...

À moins d'une urgence, je fais l'impossible pour te revenir vendredi.

Si je ne t'ai pas donné de mes nouvelles d'ici vendredi, rappelle-moi sans faute.

## REPORTER UNE DEMANDE D'UN COLLÈGUE

**S'il est impossible pour vous de répondre immédiatement à la demande d'un collègue, communiquez-lui vos propres urgences et assurez-vous de sa satisfaction.**

Oui Chantal, j'aimerais bien, mais serait-ce possible que je te rappelle lundi à ce sujet? Aujourd'hui, j'ai un dossier urgent que je dois terminer d'ici la fin de la journée. Ça va?

Je comprends Simon, mais actuellement je suis dans l'impossibilité de m'occuper de ce dossier, car je dois terminer le dépliant pour le service marketing. Est-il possible pour toi de faire appel à Chantal? Sinon, laisse-moi le dossier et je te rappelle demain pour te dire ce que je peux faire.

(appel téléphonique) Bonjour, Simon. J'ai bien reçu ton message concernant le dossier que tu m'as demandé. À moins d'une urgence de ta part, j'aimerais terminer ce que je dois remettre au service de la comptabilité et je te reviendrai vendredi au sujet de ton dossier... rappelle-moi s'il y a un problème. Merci et bonne journée!


## RETARD À LA SUITE DE VOTRE DEMANDE À UN COLLÈGUE

**S'il est impossible pour un collègue de satisfaire votre demande immédiatement, communiquez-lui vos propres urgences et assurez-vous de faire un suivi.**

Je comprends Chantal, mais ce que je t'ai demandé la semaine dernière était assez urgent, car le service marketing m'attend pour terminer le dépliant. Es-tu en mesure de faire l'impossible pour me remettre cela demain matin?

Oui Simon, nous sommes effectivement tous très occupés. Étant donné que c'est aussi une urgence pour moi, quand crois-tu être en mesure de me fournir ce dossier?

Oui je comprends... mais nous avons convenu ensemble de mercredi; nous sommes maintenant vendredi, et je n'ai toujours pas obtenu ce dont j'ai besoin pour faire mon propre travail. Peux-tu mettre cela en priorité, aujourd'hui?



L'ART DU COMPROMIS CONSISTE À PARTAGER UN GÂTEAU DE TELLE MANIÈRE QUE CHACUN CROIE AVOIR LA PLUS GROSSE PART.

HENRI KISSINGER

# CAPSULE LINGUISTIQUE N° 9

**CETTE CAPSULE PRÉSENTE DES PHRASES QUE L'ON ENTEND PARFOIS ENTRE COLLÈGUES ET QUI N'AIDENT EN RIEN AU TRAVAIL D'ÉQUIPE.**

MAUVAISE façon de le dire	BONNE façon de le dire
Ce n'est pas mon job!	Je ne crois pas que ce soit à moi de faire une telle chose, mais je peux voir si...
Ce n'est pas mon problème.	Je suis occupé actuellement, mais peut-être pourrais-je t'aider rapidement si...
Ce n'est pas dans ma définition de tâche.	Je ne m'attendais pas à faire ce genre de travail, mais tu peux compter sur moi, je vais...
Ce n'est pas de ma faute.	Je ne crois pas en être la cause, mais si nous regardions plus en détails...
Je ne suis pas payé pour faire cela.	Je crois que mon temps serait plus productif ailleurs, mais si tu crois que...
J'ai autre chose plus important à faire... / J'ai pas le temps!	Est-ce vraiment nécessaire que tu t'adresses à moi pour ce dossier, car j'avais certaines urgences...
Trop facile!	Ce sera avec plaisir...
Ça ne va pas du tout...	J'aimerais te parler...
J'ai fini ma journée.	Je pensais pouvoir quitter, est-ce que nous pouvons remettre cela à demain?
Je ne peux pas faire deux choses en même temps!	J'ai déjà une urgence, cela te dérangerait si...?
Je ne me sens pas à la hauteur!	Je ne suis pas certain que je serai bien utile, mais si tu crois...
Je ne sais pas ce que vous feriez sans moi!	Bon, d'accord, je vais vous donner un coup de main...
Je suis tellement fatigué...	J'ai eu beaucoup de boulot depuis quelques jours...
D'habitude on ne fait pas ça comme cela.	Habituellement, on fait les choses d'une autre façon, mais je vais voir si nous pourrions...
C'est sûrement une mauvaise idée, mais bon...	Je ne suis pas tout à fait convaincu, mais pourquoi pas?
Ça ne marchera jamais.	Si tu crois que cette idée est intéressante...
Où je travaillais avant, on faisait cela comme ça.	Aimerais-tu que je te fasse part d'une autre façon que j'ai apprise...
Je ne veux pas te critiquer, mais...	Puis-je te faire part de quelque chose...?
Moi, si j'étais à ta place...	Aimerais-tu avoir un conseil?
Non!	Oui!



# CAPSULE LINGUISTIQUE N° 10

CETTE CAPSULE PRÉSENTE DES ANGLICISMES OU DES PHRASES À PROSCRIRE EN RAISON DE LEUR USAGE TROP FAMILIER.

MAUVAISE façon de le dire	BONNE façon de le dire
Tu peux utiliser le <b>fax</b> .	Tu peux utiliser le <b>télécopieur</b> .
Ton raisonnement est basé sur quelles <b>prémises</b> ?	Ton raisonnement est fondé sur...
J'étais sous l'impression que Chantal avait...	J'avais l'impression que Chantal avait...
J'ai initié un projet sur...	J'ai lancé un projet / entamé un projet.
Désolé de mon retard il y avait beaucoup de <b>trafic</b> .	... beaucoup de <b>circulation</b> ...
Je suis content, Michel m'a <b>supporté</b> dans mon projet.	... m'a <b>soutenu</b> / m'a <b>appuyé</b> .
Va mettre le tout sur les <b>display</b> .	Va mettre le tout sur les <b>étagères</b> .
Nous avons plusieurs <b>avenues</b> possibles...	Nous avons plusieurs <b>possibilités</b> .
Je ne peux pas faire du <b>temps supplémentaire</b> .	Je ne peux pas faire des <b>heures supplémentaires</b> .
Regarde dans la <b>filère</b> pour le dossier...	Regarde dans le <b>classeur</b> ...
C'est vraiment <b>conventionnel</b> comme produit.	C'est vraiment <b>classique</b> / <b>traditionnel</b> .
As-tu eu le <b>mémo</b> qui disait que...	As-tu eu la <b>note</b> ...
J'irai au <b>Happy Hour</b> avec plaisir.	J'irai au <b>5 à 7</b> avec plaisir.
Ce produit est en <b>approbation</b> .	... à l' <b>essai</b> .
Ce matin il faut travailler le <b>facing</b> .	Ce matin, il faut travailler le <b>front de vente</b> .
(réunion) Je vais y revenir à la fin au <b>varia</b> .	... aux <b>affaires diverses</b> / <b>sujets divers</b> / <b>autres sujets</b> .
J'ai assisté à une conférence <b>en rapport</b> à...	J'ai assisté à une conférence <b>portant sur</b> ...
Je <b>me questionne</b> sur l'utilité de...	Je <b>m'interroge</b> sur l'utilité de...
<b>Ça regarde bien</b> , j'ai parlé à Claude et...	<b>Ça se présente bien</b> , j'ai...
Mon rapport <b>suggère</b> que...	Mon rapport <b>indique</b> / <b>laisse supposer</b> que...
Chantal n'aime pas son <b>transfert de poste</b> .	Chantal n'aime pas sa <b>mutation</b> .
J'ai toujours du <b>trouble</b> avec mon ordinateur.	J'ai toujours <b>des difficultés</b> avec mon ordinateur.
On verra les résultats à la fin de l' <b>année fiscale</b> .	... à la fin de l' <b>exercice financier</b> .
Il y a deux employés nommés <b>sur</b> le comité.	... <b>au</b> comité...
Les <b>bénéfices marginaux</b> sont importants.	Les <b>avantages sociaux</b> / <b>charges sociales</b> .





# CONCLUSION

Ce guide propose plusieurs expressions orales pour mieux servir le client en français. Il présente également plusieurs anglicismes ou expressions courantes à éviter. Quelques suggestions ont été ajoutées pour fidéliser la clientèle, améliorer le non-verbal et mieux communiquer avec ses collègues.

Notre but était de vous fournir un outil simple, mais efficace. Si la lecture vous a plu, mais que ce guide reste sur vos tablettes, il ne sera pas utile. Faites-le circuler parmi vos employés. Au besoin, commandez-en d'autres exemplaires ou imprimez la version PDF disponible sur les sites Web de la Chambre de commerce et d'industrie Thérèse-De Blainville (CCITB) et de Détail Formation.

Nous profitons de l'occasion pour remercier encore une fois toutes les personnes qui ont contribué directement ou indirectement à cet ouvrage. Nous remercions particulièrement l'Office québécois de la langue française d'avoir procuré son appui financier.

Vous désirez nous faire part de vos commentaires sur ce guide? Envoyez-nous un courriel à [info@detailformation.com](mailto:info@detailformation.com).

Merci, et bon service à la clientèle en français!



# SUGGESTIONS DE LECTURE

---

DE NOMBREUX OUVRAGES OU SITES WEB TRAITENT DIRECTEMENT OU INDIRECTEMENT DU SERVICE À LA CLIENTÈLE OU DE LA QUALITÉ DU FRANÇAIS DANS LES ORGANISATIONS. NOUS VOUS RECOMMANDONS LES LECTURES SUIVANTES :

## SITES WEB

Le français en affaires

[www.francaisenaffaires.com](http://www.francaisenaffaires.com)

Office québécois de la langue française

[www.oqlf.gouv.qc.ca](http://www.oqlf.gouv.qc.ca)

Banque de dépannage linguistique

[www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bdl.html](http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bdl.html)

Langue au travail

[www.languedutravail.org](http://www.languedutravail.org)

Le français au travail

[www.francaisautravail.org](http://www.francaisautravail.org)

Le grand dictionnaire terminologique

[www.granddictionnaire.com](http://www.granddictionnaire.com)

Portail linguistique du Canada

[www.noslangues-ourlangues.gc.ca/index-fra.php](http://www.noslangues-ourlangues.gc.ca/index-fra.php)

Visez juste – Université d'Ottawa

[www.visezjuste.uottawa.ca/pages/francais\\_parle/index.html](http://www.visezjuste.uottawa.ca/pages/francais_parle/index.html)

Téléinformations linguistiques - HEC Montréal

[www.hec.ca/qualitecomm/chroniques/teleinfo/a.html](http://www.hec.ca/qualitecomm/chroniques/teleinfo/a.html)

Centre de communication écrite – Université de Montréal

[www.cce.umontreal.ca/#2](http://www.cce.umontreal.ca/#2)

Chambre de commerce et d'industrie Thérèse-De Blainville

[www.ceitb.ca](http://www.ceitb.ca)

Détail Formation

[www.detailformation.com](http://www.detailformation.com)

## DOCUMENTS - SERVICE À LA CLIENTÈLE

Bélanger, Michel. *Champion de la vente.*

Éditions lzonevente.com, 2011, 410 pages.

Blanchard, Ken. *La passion du client à votre service.*

Éditions Michel Lafon, 2007, 252 pages.

Corporation des thanatologues du Québec. *Atelier Service remarquable.*

Cahier du participant, 2013, 94 pages.

Détail Formation. *Atelier service à la clientèle pour les employés.*

Cahier du participant, 2014, 38 pages.

Détail Formation. *Atelier Techniques de vente en 5C.*

Cahier du participant, 2014, 32 pages.

Détail Formation. *Atelier Fidélisation de la clientèle.*

Cahier du participant, 2013, 38 pages.

Dubuc, Yvan. *La passion du client.*

Les Éditions Transcontinental, Fondation de l'entrepreneurship, 1993, 208 pages.

Gescom Planifications inc., *Atelier Donner un service de qualité.*

Cahier du participant, 1999, 80 pages.

Gitomer, Jeffrey. *Le petit livre rouge de la vente.*

Les Éditions Transcontinental, 2007, 224 pages.

Noyé, Didier. *Pour fidéliser les clients.*

Insep Éditions. 2000, 121 pages.

Samson, Alain. *Comment se vendre en 30 minutes ou moins.*

Béliveau Éditeur, 2009, 132 pages.

Ulrich, Andrée. *Comment gérer les plaintes de ma clientèle.*

Collection Entreprendre, 2006, 164 pages.







[WWW.FRANCAISENAFFAIRES.COM](http://WWW.FRANCAISENAFFAIRES.COM)



## DANIEL TANGUAY, M. ÉD.

De conseiller pour des franchisés, en passant par directeur de grandes surfaces, Daniel Tanguay a occupé de nombreux postes liés aux opérations et à la gestion du personnel. Il est maintenant PDG de Détail Formation, dont il assume la supervision et le développement et où il participe activement à la diffusion des services. En 1997, il écrit le *Cahier de gestion d'un commerce de détail*, qui s'est vendu à plus de 3000 exemplaires. Il contribue ensuite à la rédaction de plusieurs ouvrages en gestion pour différentes organisations.

Son expertise en service à la clientèle est reconnue au Québec pour avoir formé des milliers de gestionnaires et employés. Son empreinte est la responsabilisation et l'implication des employés dans la création des normes de service au sein d'une entreprise. Cofondateur du Réseau des professionnels de la formation du Québec (RPFQ), il est titulaire d'un baccalauréat en gestion à HEC Montréal et d'une maîtrise en gestion de l'éducation et de la formation de l'Université de Sherbrooke.