

Dix réponses ou commentaires à éviter en jardinerie!

Il suffit d'un rien pour irriter un client. Souvent, ce rien provient d'une réponse inadéquate à une simple question. Même si le client n'a pas toujours raison, il vaut la peine d'essayer de le satisfaire!

«Je ne sais pas...»

Dirigez plutôt le client vers la personne qui pourra lui répondre. N'oubliez pas que le client est dans votre commerce pour parler à des spécialistes.

«Ce n'est pas notre politique de faire cela...»

Votre client ne vient pas pour étudier vos politiques, il veut que l'on prenne soin de lui et cherche à acheter un bien ou un service qui lui sera utile. Donc, si possible, ajustez vos politiques au cas par cas... Si la demande du client est vraiment excessive, prenez le temps d'expliquer votre politique tout en essayant de trouver une solution qui le satisfasse.

«Désolé, il y a une erreur sur cette affiche, le bon prix est plus élevé.»

Si un prix est erroné, ce n'est pas la faute du client. Acceptez la responsabilité de l'erreur et honorez si possible le prix indiqué ou, sinon, offrez un rabais (voir encadré).

«Nous sommes fermés.»

C'est inévitable, un client se pointe une minute avant la fermeture de la boutique. La pire chose à lui dire est que vous êtes fermés. Tentez plutôt de l'accommoder et vous aurez la chance de réaliser une vente supplémentaire et de satisfaire un client. Ce dernier appréciera certainement l'effort consenti pour lui rendre service. Il risque même de s'en souvenir longtemps et d'en parler à ses amis. Une sacrée publicité pour vous!

«Est-ce que c'est tout?»

Voilà une question irritante pour les clients, car elle équivaut à les traiter comme des enfants qui ne savent pas

ce qu'ils veulent... La réponse à cette question est d'ailleurs presque toujours «Oui». Résistez à la tentation d'utiliser des formules toutes faites du genre «Un sac de poudre d'os avec ça?» Tentez plutôt de saisir l'occasion de valider auprès du client s'il ne lui manque pas quelque chose en lui demandant «Avez-vous l'engrais, le terreau et le tuteur nécessaires pour votre plante?»

«Voici ce que vous devez faire...»

Cette approche directive n'est jamais appréciée. Votre client n'a jamais à faire ce que vous lui dites. De meilleures formulations sont: «Je vous propose de...» ou «Serait-il possible pour vous de...»

«C'est par là...»

Si votre client est perdu et qu'il cherche un produit, ne faites pas que lui pointer l'endroit où se rendre, mais profitez-en pour l'accompagner. Vous pourrez ainsi répondre à ses questions et connaître ses besoins. C'est une occasion en or d'interagir avec un client. Pourquoi la gaspiller?

«Êtes-vous certain...?»

Poser cette question équivaut à dire à un client que vous ne le croyez pas. Demandez-lui plutôt de vous donner un peu plus de détails, en indiquant que vous n'êtes pas certain de bien comprendre la situation... Un vendeur fanfaron laisse un souvenir déplaisant impérissable!

«Vous avez tort!»

Le client n'a pas toujours raison, mais il ne veut surtout pas se faire dire qu'il a tort. Transformez plutôt cette situation en malentendu, acceptez le blâme et passez à autre chose.

«Calmez-vous!»

Se faire dire de se calmer lorsqu'on est sous pression équivaut à jeter de l'huile sur le feu. Prenez le temps d'écouter le client en le laissant s'exprimer. Votre écoute lui démontrera que vous manifestez une certaine empathie à son égard et il sera ensuite en mesure de discuter d'une solution avec vous. **Q**

La loi et l'exactitude des prix

Il existe au Québec une politique d'exactitudes des prix qui s'applique aux commerçants qui n'étiquettent pas individuellement chacun de leurs produits. Pour ceux-ci, lorsque le prix enregistré à la caisse est supérieur au prix annoncé, il se produit ceci: si le prix annoncé est de 10 \$ ou moins, le commerçant doit remettre gratuitement le produit au consommateur; si le prix annoncé est de plus de 10 \$, le commerçant doit corriger le prix et accorder une réduction de 10 \$ au consommateur. Voir <http://goo.gl/FmQF2>.

Claude Vallée, agr. M. Sc., Professeur et coordonnateur en innovation technologique en horticulture, Institut de technologie agroalimentaire, campus de Saint-Hyacinthe

Adapté de Ryder Amanda, *Phrases that don't pay*. Canadian Garden Center & Nursery. October/november 2009 - www.canadiangardencentre.ca.