

La gestion des attentes : un défi professionnel continu



PAR YVON CHOUINARD
CRHA, ACC,
Chef de pratique –
Pauzé Coaching
et consultant
en mentorat

Si le mot *attente* fait partie du vocabulaire courant, nous oublions souvent qu'il comporte la notion « d'attendre ». L'attente peut parfois être pénible si vous êtes à l'urgence d'un hôpital; à l'inverse, certaines personnes peuvent attendre des heures sans se plaindre afin de pouvoir acheter des billets pour leur groupe musical préféré. Donc, la notion d'attente est relative à la situation dans laquelle nous sommes et à la valeur que nous attachons à ce que nous voulons obtenir.

IMAGINER SES CLIENTS DANS UNE FILE D'ATTENTE

Une des clés de la réussite professionnelle est de savoir gérer les attentes des autres. Les attentes sont habituellement la vision – pas nécessairement exprimée – d'un client à propos d'une action ou d'un état futur. Pour les professionnels, il est crucial de comprendre cette notion et d'imaginer ses clients dans une file d'attente.

LES MOMENTS DE VÉRITÉ

C'est l'expérience vécue qui informera le client à ce sujet. Jan Carlzon, ancien PDG de la compagnie aérienne SAS et auteur du livre *Moments of Truth*, disait que les clients

ne font pas nécessairement un bilan de leur expérience avec nous. C'est souvent le dernier contact, bon ou mauvais, qui façonne leur impression à notre sujet. Carlzon nomme ces impressions « moments de vérité », soit tout épisode, interaction, observation ou événement qui crée une impression.

L'EXEMPLE DE DISNEY

Il est donc important de savoir comment un client évalue la qualité d'un service et quels sont les moments de vérité dans ses services professionnels. Si vous avez déjà visité un parc d'attractions de Disney, vous avez pu constater que les files d'attente sont gérées de manière efficace. On prend autant le soin de vous informer de la durée probable d'attente que de vous divertir en même temps.

QUELS SONT VOS MOMENTS DE VÉRITÉ ?

Pourquoi ne pas aussi identifier les moments de vérité vécus par vos clients : comment ils sont présentement gérés et comment ils devraient l'être ? Vous devez commencer le processus de définition des attentes dès le début, pas seulement à l'étape du produit final. Gérer les attentes, c'est aussi vérifier par la suite si elles ont été satisfaites. ●

« *Gérer les attentes, c'est aussi vérifier par la suite si elles ont été satisfaites.* »