



La relation client, stimulée et transformée par la crise

PAR LA RÉDACTION À 21 SEPTEMBRE 2021 ECONOMIE ENTREPRISES

La montée en puissance de la relation client n'a fait que s'accélérer pendant la crise. Explication : les Français ont redécouvert le lien social.

« *Chaque crise est aussi une opportunité* », affirme le célèbre penseur israélien [Yuval Noah Harari](#), auteur de *Sapiens. Une brève histoire de l'humanité*. Si la [Covid-19](#) a provoqué une crise sanitaire et économique sans précédent dans l'histoire récente, la pandémie est également l'occasion de montrer que la solidarité, la générosité et la créativité sont encore bien vivantes.

Responsable de la relation client : un profil recherché

Un optimisme sans doute partagé par les acteurs de certains secteurs d'activité, qui ont trouvé dans la crise l'occasion de se réinventer. C'est notamment le cas de la relation client, dont l'évolution, amorcée il y a une vingtaine d'années, ne connaît plus de répit. Le poste de responsable de la relation client fait partie des 10 % des métiers cadres qui ont vu leurs besoins augmenter pendant la crise. Sur le site de l'Apec, le nombre d'offres pour ce poste est même en hausse de 20 % en un an. Comment expliquer cette montée en puissance ? La [Covid-19](#) a mis la relation client au centre des préoccupations des entreprises.

« Dans des conditions économiques difficiles, les clients, particuliers ou professionnels, sont devenus plus inquiets, plus exigeants, plus soucieux de la manière dont ils interagissent avec les entreprises », explique Alain Bouveret, vice-président d'Eloquent.

Chez SFAM, des coach performance pour épauler les téléconseillers

Pour le spécialiste, si le premier confinement a fait exploser la visioconférence et autres solutions de « mécanisation » de la relation client, les longues périodes de restrictions ont fini par dévoiler ce que les Français apprécient avant tout : le lien social.

« Le salut ne pourra pas venir uniquement de notre génie technologique. Pour nourrir notre psyché, nous devons toujours y associer une touche d'humanité », affirme l'expert.

Dès lors, rien d'étonnant à ce que les entreprises accordent une grande importance au recrutement des responsables relation client.

Chez Coriolis Service, cela passe par un parcours d'intégration et de formation complet. Leader sur le marché de la relation client, Coriolis investit notamment dans l'épanouissement et le bien-être au travail, l'intégration des collaborateurs dans une équipe soudée et dynamique et dans le déploiement d'un processus de formation pour accompagner les nouveaux collaborateurs dans leur prise de poste.

Chez SFAM, les téléconseillers sont épaulés par des coach performance, poste qui peut être accessible après plusieurs années d'expérience. Son rôle : former, épauler et faire progresser les téléconseillers.

Opportunité sans précédent

A l'écoute, psychologue, ouvert, le coach performance fait monter en compétence les téléconseillers. Il est garant de la qualité du service et du respect des valeurs de l'entreprise.

Si le spécialiste de l'assurance pour les smartphones, les appareils multimédias et les objets connectés propose ce nouveau métier, c'est que la relation client ne cesse d'évoluer.

« Historiquement, le métier veillait à la satisfaction des clients. Il était dans un rôle assez passif. Aujourd'hui, il s'inscrit dans de nouvelles logiques que toutes les entreprises ont adoptées ces vingt dernières années autour de ce que l'on appelle les approches centrées clients. C'est devenu un métier beaucoup plus stratégique », explique Gaël Bouron, du pôle Etudes de l'Apec.

Un métier d'autant plus nécessaire que trois Français sur quatre disent avoir déjà vécu une mauvaise expérience avec un service client selon un sondage réalisé par OpinionWay pour Club Identicar en avril 2021. Parmi eux, 72 % évoquent l'incompréhension du conseiller face à leur requête.

D'où l'importance de bien outiller les conseillers mais surtout de les former afin qu'ils soient capables de capter les avis, les réclamations et les recommandations des clients.