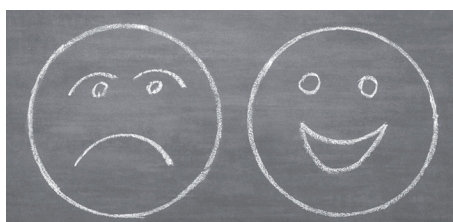


OFFERT PAR **VITA-OTC**

## Que faire face à un client énervé?

Dans notre précédente édition de cette newsletter, nous vous donnions des conseils pour gérer des clients difficiles. Comment agir si la personne ne se calme pas?

Si après la première étape, à savoir ne pas réagir et écouter, l'émotion continue ou redémarre chez votre client difficile, appliquez la méthode DESC (voir tableau ci-dessous). Cette dernière apporte d'excellents résultats.



		Exemples
<b>D</b>	Décrire les faits	«Monsieur, j'entends bien votre colère»
<b>E</b>	Exprimer votre ressenti	«Les mots que j'ai entendus me touchent particulièrement»
<b>S</b>	Suggérer des solutions bénéfiques	«Je vous propose de retrouver notre calme»
<b>C</b>	Indiquer les Conséquences positives	«Ainsi, je suis convaincu que nous trouverons la meilleure solution»

Face à des clients agressifs, la forme de votre communication est primordiale, essentiellement votre tonalité, votre rythme de parole et votre regard. Avec la méthode DESC, soignez votre forme de communication. Il est primordial que votre tonalité et votre volume de voix soient bas, votre rythme de parole lent et que vous regardiez votre client. Vous allez sentir ainsi que l'émotion baisse très rapidement. En appliquant ces différentes recommandations, vous pourrez régler 98% des cas d'émotion colérique!

### L'affirmation de soi empathique

Que faire si la situation ne s'est pas arrangée grâce à la méthode DESC? Pour les 2% de cas restants, il est indispensable de vous affirmer avec empathie. En effet, si vous ne le faites pas, le client va ressentir votre faiblesse. Dès lors, le risque est de tomber sur un client qui voudra consciemment ou inconsciemment vous «détruire».

Si le client reste ou revient dans l'agressivité après avoir appliqué les différentes étapes, utilisez l'affirmation de soi empathique ainsi: «Monsieur, jusqu'à maintenant je vous ai démontré du respect et de la politesse. A partir de maintenant, je vous demande la même chose. Si tel n'est pas le cas, je serais dans l'obligation de terminer notre entretien, est-ce O.K. pour vous?» Cette étape est généralement très concluante. Et si cela ne suffit toujours pas?

### La technique du disque rayé

Si vous êtes suffisamment patient et que vous parvenez à gérer votre propre émotion, la technique du «disque rayé» s'offre à vous. En fait, il s'agit simplement de répéter encore une fois l'affirmation de soi empathique. Et si votre client reste agressif?

### Clôturez l'entretien!

Si, malgré tout, votre client retombe

dans l'agressivité, clôturez l'entretien. A défaut, ce dernier, consciemment ou inconsciemment, pensera que vous n'avez pas le courage de le faire. Vous pouvez par exemple lui dire: «Étant donné que j'entends toujours des mots qui manquent de respect et de politesse, je me vois dans l'obligation de terminer notre entretien».

### Dernières précautions à prendre

En terminant l'entretien, vous devez vous éloigner du client et ne pas rester en face de lui. De plus, informez votre supérieur immédiatement, car le client cherchera peut-être à se venger et enverra un courrier ou un e-mail avec des informations erronées.

Outre ces différentes techniques et étapes pour faire face à un client agressif, il est essentiel d'apprendre à gérer vos propres émotions et à rester calme. Cela demande de l'entraînement, bien sûr! Mais vous obtiendrez d'excellents résultats et surtout une grande satisfaction personnelle lorsque vous parviendrez à bien gérer ces situations difficiles. ■


**POUR ALLER PLUS LOIN**

 Retrouvez l'intégralité  
 de notre article de conseils  
 en flashant le QR code ci-contre.

vit@express® est édité en français, allemand et italien.

Supervision des éditions: Virginie Rivière. Éditeur: © Verticalizer - Vertical Media Group GmbH, 2502 Bienne. Chef des ventes: Jean-Claude Schmalz. Ont collaboré à cette édition: Svenja Huckle, Martina Musella. Graphisme: Dominique Isoird. Éditeur responsable: Clément Charles.

© Toute reproduction partielle ou intégrale de la version imprimée ou digitale faite sans autorisation de la part de l'éditeur est interdite et illégale. Les publicités et les publi-informations sont clairement séparées et identifiables.