

# LES 5 CLÉS

D'UNE BONNE  
RELATION  
CLIENT



Prévenir et gérer les risques  
de tensions avec vos clients



**CPRIA**

POITOU-CHARENTES  
Commission Paritaire Régionale  
Interprofessionnelle de l'Artisanat

UPA • CFDT • CFE-CGC • CFTC • CGT • CGT-FO

MACHINISME  
AGRICOLE

# LES 5 CLÉS

D'UNE BONNE  
RELATION  
CLIENT



## SOMMAIRE

**Pourquoi agir ?** P.5 - 7  
**5 raisons d'agir**

**Comment agir ?** P.8 - 17  
**5 clés d'une  
bonne relation**

**Où j'en suis ?** P.18 - 21  
**26 questions  
à se poser**

**Qui peut m'aider ?** P.22  
**5 acteurs sur  
mon territoire**



Document téléchargeable  
sur le site internet de l'ARACT  
Poitou-Charentes, des  
partenaires sociaux régionaux,  
du PRST<sup>(1)</sup> Poitou-Charentes,  
de la FNAR.

## L'organisation du travail en France en quelques chiffres\*

**3 salariés sur 4**

travaillent en relation avec du public,  
tout secteur confondu

**15% des salariés**

déclarent avoir été victimes d'une agression  
verbale au cours des 12 derniers mois

**2% des salariés**

déclarent avoir été victimes d'une agression  
physique au cours des 12 derniers mois

## Augmentation

des risques liés à l'exposition à du public

*\* enquête SUMER 2010 par les médecins du travail du régime général*



## Quelques définitions

**Les violences au travail\*** se produisent lorsqu'un ou plusieurs salariés sont agressés dans des circonstances liées au travail. Elles vont du manque de respect à la manifestation de la volonté de nuire, de détruire, de l'incivilité à l'agression physique ; et peuvent prendre différentes formes physiques, psychologiques et sexuelles plus ou moins identifiables.

**Les violences externes** sont plus précisément des actes commis par des personnes extérieures à l'entreprise (clients, fournisseurs, publics...) à l'encontre de salariés de l'entreprise sur leur lieu de travail.

**Les incivilités\*\*** sont des manifestations agressives de mécontentement des clients, quel que soit leur niveau de violence, qu'elles relèvent ou non du champ pénal dès lors qu'elles sont exercées en lien avec l'activité de l'entreprise, à l'encontre de ses employés ou d'autres clients.

*\* accord national interprofessionnel sur le harcèlement et la violence au travail du 26 mars 2010*

*\*\* club inter-entreprises pour la prévention des incivilités*

*(1) Plan Régional de Santé au Travail et FNAR (Fédération Nationale des Artisans Ruraux)*

# SECTEUR AGRICOLE

Depuis plusieurs années, les agriculteurs font face à un effondrement du cours des prix, à des contraintes administratives et environnementales pesantes, auxquels s'ajoute un sentiment de solitude prégnant. Dès qu'une difficulté plus importante survient : financière, aléas climatiques, panne de matériel en période de moisson, la pression augmente, d'où des risques de tension avec leur prestataire de maintenance de matériel agricole.

## MACHINISME AGRICOLE

Un secteur d'activité au service de ses clients, composé en grande partie de petites entreprises implantées au plus près des exploitations agricoles au cœur des territoires. Ce secteur représente 180 entreprises en Poitou-Charentes pour environ 1 000 actifs (employeurs et salariés).

Cette proximité territoriale, la disponibilité et la qualité d'un service sur mesure sont les facteurs de réussite de ces entreprises, auxquelles les clients sont fidèles de génération en génération. Cela n'empêche pas des tensions et des difficultés dans la relation commerciale liées au cœur même du métier de la réparation et de la vente.

**Le risque de tensions avec les clients** est ainsi présent pour l'ensemble du personnel de ces entreprises de machinisme agricole : le magasinier, le mécanicien, le secrétaire-comptable et la personne en charge des relations commerciales.

**Ces risques d'incivilités ou de violences de la part des clients** sont présents sur le lieu de travail, ce sont des risques professionnels en tant que tel, parfois difficiles à gérer mais pour lesquels il n'y a pas de fatalisme. En agissant sur l'organisation du travail, l'aménagement des locaux, les compétences, les responsabilités de chacun ainsi que sur la communication, il est possible de prévenir ou au moins de diminuer ces situations de tensions avec les clients.

**Ce guide rappelle les 5 raisons d'agir sur ce sujet et vous propose des exemples d'actions dans 5 grands domaines. Il vous permet également de faire le point sur le niveau de vos pratiques sur ce sujet et vous donne des informations sur les acteurs en capacité de vous aider ou de répondre à vos questions.**

## DES EXEMPLES DE SOURCES DE TENSIONS AVEC VOS CLIENTS

### Pour le magasinier :

- un client qui demande une pièce en rupture de stock,
- un client qui commande une pièce que le fournisseur n'a plus en stock ou qu'il ne fabrique plus,
- un client dont le compte est fermé pour cause de retard de paiement par la comptabilité à qui on demande de payer ses pièces comptant avant de lui donner,
- des délais de livraison qui ne sont pas respectés par les fournisseurs,
- être témoin d'une altercation dans le magasin entre deux clients...

### Pour le mécanicien :

- un client qui apporte du matériel à réparer à qui il faut annoncer qu'il devra attendre car il y a d'autres urgences,
- une réparation rapide effectuée en présence du client qui lui demande d'aller plus vite ou de faire autrement,
- un client qui entre dans l'atelier et interrompt le travail pour demander quelque chose,
- une réparation d'urgence effectuée chez le client impossible à faire sur place ou par manque de matériel et qui nécessite de retourner à l'atelier,
- lors du test du matériel chez le client, la réparation ne tient pas,
- des réparations supplémentaires à faire non prévues initialement (en lien avec les préconisations constructeur)...

### Pour le secrétaire ou comptable :

- l'accueil physique ou téléphonique d'un client mécontent,
- les rappels de facturation pour non-paiement dans les délais impartis,
- l'annonce à un client qu'il n'est pas possible de lui passer l'interlocuteur demandé car il n'est pas disponible...

### Pour la personne en charge des relations commerciales (gérant, chef d'entreprise)

- la prise en charge des réparations par les garanties fournisseurs : des refus de la part de certains fournisseurs, dépassement des délais en limite de garantie,
- les retards de livraison (aussi bien du matériel de vente que des réparations) pour des délais non respectés,
- la négociation avec les clients des devis ou tarifs des réparations et du matériel, des réclamations, demandes de remises de prix...

POURQUOI  
AGIR ?

# LES **5** RAISONS D'AGIR

Prévenir les risques de tensions avec vos clients, c'est agir pour...

## **1** Préserver la santé (physique et psychique) de tous les travailleurs de votre entreprise

Les incivilités et violences externes sur les lieux de travail peuvent avoir des répercussions graves sur la santé physique ou psychique des personnes concernées que ce soit pour les victimes comme pour les collègues pris à partie ou d'autres clients témoins de la situation.

Il n'y a pas que les situations de violences physiques et verbales qui peuvent laisser des traces sur les individus, les incivilités répétées en dégradant les conditions de travail peuvent conduire également à un sentiment d'insécurité, d'angoisse et de mal-être au travail.

## **2** Contribuer à la performance de l'entreprise

Les incivilités et violences externes sur les lieux de travail ont également un impact sur le bon fonctionnement de l'entreprise. Les atteintes physiques et psychiques peuvent avoir des conséquences sur la performance de l'entreprise : économique (coûts en lien avec un absentéisme accru, perte de motivation, productivité en baisse...) comme sociale (dégradation du climat social, difficultés de recrutement, démissions engendrant des pertes de compétences préjudiciables pour l'entreprise...) et organisationnelle (tâches supplémentaires à gérer, équipe moins performante et efficace, erreurs...).

Un acte de violence physique de la part d'un client peut également se traduire par la dégradation du matériel de l'entreprise par conséquent une immobilisation du matériel défectueux, des coûts de remplacement ou de réparation...



*« Dans mon entreprise, certains salariés ne veulent plus aller réparer chez certains clients. »*



### 3 Améliorer et renforcer les relations sociales

La compréhension des situations de travail, qui ont conduit ou qui peuvent conduire à des actes d'incivilités ou de violences externes de la part des clients, nécessite un dialogue avec les salariés concernés. Toute démarche de prévention ne peut être efficace que si les salariés y participent pour aider à mieux comprendre les causes de ces situations de tensions comme pour mieux envisager toutes les préconisations possibles pour y remédier. Cela passe par un dialogue entre employeur et salariés sur les situations de travail réelles.

« La pression des clients devient difficile à supporter, ils n'hésitent pas à nous interrompre et ils contrôlent ce qu'on fait en nous demandant d'aller plus vite ou de faire autrement. »

« Mes salariés sont parfois désabusés et éprouvent un manque de reconnaissance de la part des clients. Il faut être à leur service et certains ne vous le rendent pas forcément. »

« J'ai un salarié qui a démissionné car il ne supportait plus la pression des clients, il est parti mécanicien dans une pépinière où il n'est plus au service de clients mais de collègues. »

## 4 Fidéliser les clients et renforcer une relation de confiance

Les actes d'incivilités et/ou de violences de la part des clients peuvent être le résultat d'un mécontentement en lien avec la qualité (ou une rapidité) de service attendues non satisfaites, une mauvaise communication... Un acte de violence de la part d'un client a toujours pour conséquence une dégradation des relations à plus long terme et une perte de confiance de part et d'autre. Un client insatisfait c'est un client qui se plaint en interne auprès de tous les salariés de l'entreprise comme en externe auprès d'autres clients, d'où le risque pour l'entreprise d'une perte de clientèle au-delà du seul client concerné.

*« En tant que secrétaire, les clients très mécontents c'est surtout au téléphone que je les ai, ça m'arrive quand même en moyenne une fois par mois, ça use. »*

## 5 Répondre à une obligation légale

La réglementation précise que l'employeur doit prendre toutes les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs par la mise en place :

- d'actions de prévention des risques professionnels ;
- d'actions d'information et de formation à destination des travailleurs ;
- d'une organisation et de moyens adaptés à l'activité de travail.

*« La société évolue, les clients sont de moins en moins dans une relation familiale et de proximité. La notion de service et de conseil se perd, seul le prix compte. »*



COMMENT  
AGIR ?

# LES **5** CLÉS POUR RÉUSSIR

Prévenir les risques de tensions avec vos clients, c'est agir concrètement et simultanément sur...

## **1** La conception et l'aménagement des locaux

Pour un lieu de travail adapté à l'activité et aux besoins de la clientèle.

## **2** L'organisation du travail

Pour une gestion efficace du travail pour les clients comme pour les salariés et pour l'anticipation des situations potentielles de conflits.

## **3** Les compétences

Pour des travailleurs en capacité de gérer les relations avec du public.

## **4** Les responsabilités de chacun

Pour un positionnement clair de chaque acteur de l'entreprise.

## **5** La communication

Externe pour instaurer une relation de confiance et de transparence avec les clients et interne pour faciliter le dialogue en vue d'anticiper des relations conflictuelles avec vos clients.

Les actions proposées sont issues de l'expérience et de témoignages de 5 entreprises de machinisme agricole des Deux-Sèvres et de Charente-Maritime. Ces actions sont plus ou moins simples à mettre en place et doivent être adaptées à votre contexte d'entreprise et aux difficultés rencontrées avec vos clients.

*« Il existe une réelle relation de proximité avec nos clients, mais des pratiques et des habitudes doivent évoluer. Il faut juste mettre en place les choses progressivement, par le dialogue, pour ne pas remettre en cause une relation de confiance qui s'est établie parfois depuis plus de 20 ans. »*

# 1

## Conception et aménagement des locaux

**L'implantation des zones de travail doit permettre de sécuriser les déplacements du client sur le site :**

- prévoir un sens de circulation sur le site et des parkings différenciés pour les véhicules personnels et le matériel agricole, informer les clients de ces dispositions et leur faire comprendre l'intérêt de les respecter (risque d'accident pour eux comme pour le personnel de l'entreprise) ;
- faciliter le passage de tous les clients par le magasin et/ou le secrétariat et éviter qu'ils puissent entrer directement dans l'atelier ;
- mettre en place des zones différenciées dans l'atelier pour les réparations et les essais de machines.

« La gestion de la relation avec les clients n'est pas que du ressort de l'employeur, on doit pouvoir aussi outiller les salariés et agir sur l'organisation du travail »

**L'aménagement et la signalisation doivent faciliter l'accueil du client :**

- interdire l'accès de l'atelier et des zones de stockage du matériel aux clients (barrières physiques, affichage...);
- prévoir un local ou lieu d'accueil dans l'atelier pour les clients (endroit propre, moins bruyant, moins dangereux, équipé d'un poste informatique et de bons de réparation...);
- prévoir un espace d'accueil/détente dans le magasin pour les clients et éventuellement pour les enfants (s'assurer qu'ils ne suivent pas leurs parents dans l'atelier).

« J'ai aménagé un parking sur la gauche du site. Il est réservé aux voitures des clients. Ils ne circulent plus en voiture sur le site. On évite les risques d'accident avec du matériel agricole. »

« L'entrée de l'atelier est mal positionnée. Il nous est très difficile de faire passer les clients par le magasin. Je vais mettre en place un local d'accueil directement dans l'atelier pour que le chef d'atelier puisse recevoir les clients dans un lieu dédié. »



**L'activité de travail doit être gérée de manière à satisfaire tous les clients en tenant compte des priorités des réparations et de la charge de travail :**



« Le chef d'atelier a un rôle central, il doit être capable d'interpeller le client aussitôt, il doit avoir du charisme, il doit savoir dire non, il distribue le travail et gère les priorités. Tout repose sur lui, c'est lui qui gère l'activité, il est essentiel au bon fonctionnement de mon entreprise. »

- nommer un chef d'atelier en charge de : distribuer le travail journalier, définir les priorités d'activité au regard de l'ensemble des réparations à effectuer et gérer les imprévus (urgences clients) ;
- se fixer des règles de gestion des priorités et des urgences pour aider à la planification de l'activité ;
- demander aux clients d'appeler pour prendre un rendez-vous, plutôt que de venir directement dans l'entreprise avec leur matériel à réparer ;
- savoir repousser au lendemain certaines tâches s'il n'est pas possible de les finir dans la journée afin de se laisser des marges de manœuvre pour répondre aux imprévus ;
- ne pas s'engager sur des délais incompatibles avec la charge de travail et les effectifs disponibles.

**La gestion de l'accueil du client doit permettre un temps de présence dans l'entreprise le plus court possible :**

- nommer un chef d'atelier en charge de réceptionner le client pour éviter toute sollicitation d'un autre salarié ;
- éviter les files d'attente dans le magasin, prendre en charge le client le plus rapidement possible, demander de l'aide si besoin ;
- ne pas donner la possibilité au client d'attendre dans l'atelier que la réparation de son matériel soit finie (s'il doit attendre le rediriger vers un lieu d'accueil/attente) ;
- faciliter au maximum le retour du client vers son domicile : si le client n'est pas véhiculé, lui proposer la mise à disposition d'un véhicule de courtoisie ou le raccompagner chez lui.

« J'ai un véhicule de courtoisie que je mets à disposition des clients pour qu'ils puissent rentrer chez eux. Ils n'attendent plus dans l'atelier, mes mécanos peuvent travailler plus tranquillement. »

## Le suivi des réparations doit permettre une meilleure traçabilité du travail effectué :

- établir des ordres de réparation :  
de couleurs différentes en fonction du type de réparations pour faciliter le suivi du travail et le traitement de la facturation ;  
en plusieurs exemplaires pour avoir une traçabilité au niveau de l'entreprise et du client ;  
accessibles et faciles à remplir (des cases à cocher plutôt que des phrases à écrire...) pour garantir leur utilisation par tous les salariés ;
- prendre le temps de réceptionner le matériel avec le client pour faire le point sur les réparations à effectuer et les consigner dans l'ordre de réparation ;
- prendre des photos du matériel défectueux et des réparations effectuées pour servir de preuves et faciliter le remontage ;
- appeler le client dès qu'il est constaté une réparation supplémentaire à effectuer pour la valider avec lui (obtenir une trace écrite) ;
- mettre à disposition un outil informatique pour le magasin et l'atelier pour faciliter le suivi des réparations (ordre de réparation électronique) ;
- inclure dans l'activité de travail journalière toutes les réparations (mêmes les plus courtes) ;
- ne pas laisser la possibilité à un client d'utiliser le matériel de l'entreprise pour faire sa réparation lui-même.

« J'ai mis en place des ordres de réparation de 4 couleurs différentes en fonction du type de réparation, ça facilite le suivi des réparations et la facturation. »

« Depuis quelques temps, je prends des photos de tout le matériel à réparer. Ça m'évite de faire des erreurs lors du remontage et c'est incontestable par le client. Quand il me demande une preuve je lui montre la photo, je suis plus tranquille. »



## La vente de matériel et les devis doit permettre de satisfaire un maximum de demandes :

- nommer un magasinier en charge du suivi des stocks de matériel (suivi des pièces, achat des pièces, anticipation des besoins, connaissance des fournisseurs...);
- faire des bons de commande de pièces à signer par le client, se donner la possibilité de ne pas mentionner le prix (soumis à la variabilité du marché et des fournisseurs);

« Le magasinier doit parfois se battre pour que les clients signent les bons de commande de pièces mais à la longue, il y est arrivé, tous les clients acceptent de les signer et on n'a plus de problème de ce côté là. »

- préciser systématiquement au client le surcoût lié à une demande de délais plus rapides;
- appeler si possible les fournisseurs devant le client pour éviter des tensions liées aux délais de livraison.

## La facturation doit être gérée de manière à éviter les problèmes de recouvrement et les recours :

- anticiper au maximum les opérations de recouvrement pour éviter d'avoir à effectuer des rappels de paiement : demander des acomptes pour les réparations importantes, inciter et accompagner les clients à monter des dossiers de financement, avoir un fichier client et envoyer les factures toutes les fins de mois;
- prendre le temps nécessaire pour remplir le bon de livraison ou l'ordre de réparation pour s'assurer du nom et des coordonnées du client;
- mettre en place des consignes et procédures pour les rappels de paiement, envoyer

des lettres de relance au lieu de relances téléphoniques, demander au chef d'entreprise de faire les relances auprès des clients avec lesquels il y a déjà eu des tensions, engager rapidement les recours nécessaires avec les assurances, demander aux clients de passer par l'accueil pour régler la facture avant la remise des clés de sa machine ;

- orienter le client vers un lieu plus discret pour dialoguer avec lui sur les retards de paiement (ou aller chez lui s'il ne répond plus).

## L'anticipation des situations de conflits doit permettre d'éviter le passage à un acte plus violent :

- établir des consignes ;
- rediriger un client mécontent vers le chef d'atelier ou le chef d'entreprise pour faire baisser la tension et régler les problèmes le plus tôt possible ;
- garder son calme, relativiser et ramener à des faits, se laisser la possibilité de dire qu'on va se renseigner ;
- préciser les modalités d'accès à un responsable ;
- mettre à disposition des salariés, qui interviennent chez les clients, des téléphones permettant un contact rapide avec un responsable

« Tous mes salariés ont mon numéro de téléphone portable et la consigne de m'appeler en cas de conflit avec un client. C'est à moi, gérant, de gérer ces situations. »

## L'anticipation de la prise en charge des victimes doit permettre de limiter les effets néfastes d'un acte violent :

- établir des consignes qui précisent : les numéros d'appels d'urgence, les modalités d'accès à un responsable, les aides et le soutien possibles dans les démarches administratives (déclaration accident de travail, prise en charge...);
- faire des réunions de debriefing suite à un acte de violence : analyser les causes et conséquences de l'incident pour éviter qu'il ne se reproduise (avec la victime, les témoins, le ou les responsables).

?!

## DES QUESTIONS SUITE À UN ACTE DE VIOLENCE :

- ⬡ Quelle a été la situation qui a généré du conflit ?
- ⬡ Que s'est-il passé ?
- ⬡ Quelles ont été les conséquences ?
- ⬡ Qu'est-ce qui fait que cela est arrivé ? C'est venu comment ? Y a-t-il des causes liées à l'organisation de l'entreprise, aux procédures ou aux salariés ?
- ⬡ Est-ce que ce genre de situations arrive souvent ? Oui ou non, pour les mêmes raisons ou pas.
- ⬡ Comment cette situation s'est finie ? Le problème a-t-il été résolu ? Une autre personne est-elle intervenue pour résoudre la situation ?...
- ⬡ Que faudrait-il faire pour éviter qu'une telle situation ne se reproduise ? Y a-t-il des solutions ou des pistes d'amélioration ?

**L'information et la formation** peuvent permettre à chacun d'acquérir des compétences pour apprendre à gérer les relations avec du public :

- former le chef d'entreprise, le magasinier, le chef d'atelier et le secrétaire/comptable à la gestion des conflits et l'identification des signes annonciateurs de tensions, pour acquérir des réflexes et avoir des techniques notamment en communication non violente ;
- sensibiliser ou former les salariés à la gestion des conflits et l'identification des signes annonciateurs de tensions ;
- compléter la formation d'une information auprès des salariés sur les réflexes à avoir en cas de tensions avec un client : garder son calme, relativiser et ramener à des faits, renvoyer le client vers le chef d'atelier ou le chef d'entreprise, se laisser la possibilité de dire que l'on va se renseigner... ;
- informer et rappeler à l'ensemble des salariés les modalités de suivi des réparations, des devis et commandes, des factures pour s'assurer de leur respect et éviter des erreurs.

*« Avec le temps et l'habitude, j'ai appris à gérer les clients mécontents. Il faut garder son calme et faire remonter le problème au chef d'entreprise. »*

*« Avec la FNAR, nous avons suivi une formation sur la gestion des conflits (avec les fournisseurs, les clients et nos salariés) avec un groupe de gérants. Elle m'a permis de me rendre compte que nous connaissons tous des problèmes similaires avec nos clients. Elle était très intéressante et enrichissante. »*

## Les responsabilités de chacun dans l'entreprise doivent permettre un positionnement clair de chacun :

- pour le chef d'entreprise : avoir un rôle et un positionnement de soutien et d'écoute : être en appui dès qu'un salarié demande de l'aide, savoir être à l'écoute des difficultés rencontrées, créer une relation de proximité basée sur la confiance, savoir prendre le relais et rester calme, ne jamais faire de reproche à un salarié devant un client ou un autre salarié (être dans le soutien), rappeler le client suite à une altercation avec un salarié... ;
- pour les salariés : apprendre à gérer la relation de proximité et de confiance avec les clients tout en étant discrets et non intrusifs : être à l'écoute des rumeurs tout en restant professionnel (sans poser de questions, sans prendre partie...), être vigilant à clarifier la frontière entre la vie privée et la vie professionnelle, éviter d'engager ou d'entretenir des conversations d'ordre privé...



« Mon rôle de chef d'entreprise, c'est d'être en soutien quand une situation dégénère avec un client. Je fais confiance à mon équipe mais je suis présent pour prendre le relais si nécessaire et régler les problèmes moi-même. »

« Moi ce que j'attends de mon chef d'entreprise, c'est qu'il soit disponible. Dès qu'un client appelle et qu'il n'est pas content, je lui passe mon chef ou je lui donne son numéro de portable, c'est lui qui gère les mécontentements. »

« Ça peut être compliqué par moment de faire des rappels de facturation quand les clients commencent à nous expliquer pourquoi ils n'ont pas payé à causes de difficultés financières ou familiales. Il faut faire preuve de fermeté tout en gardant cette relation de confiance. Ce n'est pas facile. »

« Il m'est déjà arrivé qu'un client demande à me voir juste pour m'informer de ses problèmes personnels de divorce. Même si c'est parfois difficile, il faut savoir écouter sans prendre partie et essayer d'écourter au maximum la discussion. »



5

## Communication

**La communication externe avec le client doit permettre d'instaurer une relation de confiance et de transparence :**

- appeler et faire valider toutes réparations supplémentaires par le client (obtenir une trace écrite par fax ou par mail) ;
- contacter le plus tôt possible le client pour l'informer de retards de livraison ;
- lors de la remise du matériel au client, faire un état des lieux des réparations effectuées et des pièces utilisées ;
- informer le client de toutes nouvelles procédures et toutes nouveautés qui concernent l'entreprise (via internet, affichage, des échanges...);
- pour le chef d'entreprise ou l'encadrement : rappeler les règles aux clients qui ne les respectent pas (interdiction d'accès, interdiction de servir dans les réserves, interdiction de donner des consignes directement aux mécaniciens...);
- essayer de désamorcer les situations sources de tensions avec les clients concernés : rappeler pour faire un point sur la situation (chercher d'où vient le problème ses conséquences et ses causes et trouver des solutions pour y remédier).

*« Le chef d'atelier rappelle systématiquement le client s'il a constaté un besoin de réparation supplémentaire. Le client est toujours informé, il me reste à mettre en place une acceptation écrite. »*

## La communication interne avec le personnel doit faciliter le dialogue sur les problèmes rencontrés et améliorer le fonctionnement de l'entreprise :

- prendre le temps d'échanger : organiser des réunions régulières (formelles comme informelles lors de la pause café) pour faire le point sur l'activité et le suivi des interventions, les problèmes rencontrés (d'organisation, de matériel, de procédures comme avec les clients : de non paiement, de plaintes...) et pour planifier l'activité ;

*« Je prend le café tous les matins avec mes salariés, on en profite pour débriefer des problèmes de la veille et organiser le travail de la journée. Les problèmes se gèrent au quotidien. »*

- instaurer une communication constante entre l'atelier et le magasin pour suivre les évolutions du matériel et avoir les pièces suffisantes en stock ;
- mettre à disposition de chaque service (secrétariat, magasin et atelier) des téléphones pour faciliter le passage des communications téléphoniques et le partage d'informations, ne pas oublier que le secrétariat peut filtrer les appels vers l'atelier pour limiter les interruptions de tâches ;
- instaurer une réunion de fin de campagne (saison) pour faire le point avec l'ensemble du personnel des problèmes rencontrés et trouver des solutions pour y remédier ;
- faire une réunion de débriefing à la suite de chaque situation de tensions avec un client.

*« Tous les matins, on passe dans le bureau du chef pour débriefer du travail de la veille. C'est important pour éviter que des situations compliquées dégèrent et être au courant de l'activité de l'entreprise. »*

OÙ J'EN  
SUIS ?

# 26

# QUESTIONS À SE POSER

Cet outil doit vous permettre de vous situer sur votre gestion des relations avec vos clients. Pour les sujets où vous aurez les moins bons scores, il vous suffira de rechercher des solutions dans les pistes d'actions proposées dans ce guide.

**Pour chaque question,** vous devez choisir le niveau qui correspond le mieux à votre situation (notes possibles de 0 à 3). Pour avoir une vision la plus objective possible de votre entreprise, il est conseillé de remplir cette grille de manière conjointe employeur/salariés.

## LES NOTES

- 0 (Non, pas du tout)
- 1 (Oui, exceptionnellement)
- 2 (Oui, mais pas tout le temps)
- 3 (Oui, tout le temps)

<b>1. Implantation des zones de travail</b>				
Les clients respectent les zones de stationnement et de circulation sur le site	0	1	2	3
Le magasin ou le secrétariat est le lieu de passage obligé de tous les clients	0	1	2	3
<b>2. Aménagement et signalisation des locaux</b>				
Les clients sont accueillis dans des lieux appropriés, ils ne sont pas présents dans les zones de travail de l'atelier	0	1	2	3
Les zones de travail à risques sont interdites d'accès (panneaux, barrières...)	0	1	2	3
<b>3. Activité de travail</b>				
L'activité est planifiée tous les jours, les délais de livraison sont respectés	0	1	2	3
Toute l'activité de réparation est gérée par une seule personne (le chef d'atelier)	0	1	2	3
<b>4. Accueil du client</b>				
Les clients sont pris en charge dès leur arrivée dans l'entreprise, ils savent à qui s'adresser	0	1	2	3
Le client ne reste pas pendant une réparation, il lui est proposé de rentrer chez lui	0	1	2	3
<b>5. Suivi des réparations</b>				
Les réparations sont suivies et validées, il y a peu de réclamations clients	0	1	2	3
La réception du matériel est effectuée en présence du client, les réparations à effectuer sont actées	0	1	2	3

## 6. Vente de matériels et devis

Les stocks sont suivis et mis à jour, nous répondons à la plupart des demandes

0 1 2 3

Des bons de commandes de pièces existent, ils sont signés par le client

0 1 2 3

## 7. Facturation

Les opérations de recouvrement sont sécurisées, il y a peu de réclamations liées à la facturation

0 1 2 3

Les bons de livraison et ordres de réparation mentionnent les noms et coordonnées du client (validés par le client)

0 1 2 3

## 8. Situations de conflits

Le personnel sait quoi faire en cas de situations de conflits, les tensions entre un client et un salarié ne dégènèrent pas

0 1 2 3

Des consignes pour éviter le passage à un acte plus violent, existent et sont communiquées

0 1 2 3

## 9. Prise en charge des victimes

En cas de conflits avec un client, le personnel sait quoi faire, la prise en charge est systématique et immédiate

0 1 2 3

Des consignes pour la prise en charge des victimes existent et sont communiquées

0 1 2 3

## 10. Information et formation

Le personnel sait quoi faire en cas de situations de conflits, les tensions entre un client et un salarié ne dégènèrent pas

0 1 2 3

Le chef d'entreprise et les salariés ont été formés et/ou sensibilisés à la gestion des conflits

0 1 2 3

## 11. Positionnement de chacun

Le chef d'entreprise a un rôle de soutien et d'écoute, il est présent et le personnel sait qu'il peut être un soutien efficace

0 1 2 3

Les salariés sont discrets tout en instaurant un climat de confiance avec les clients, les clients sont dans des relations de respect réciproque

0 1 2 3

## 12. Communication externe avec le client

Les relations commerciales sont transparentes, il y a peu de plaintes liées à un manque de réactivité et de communication

0 1 2 3

Tout retard de livraison ou toute réparation supplémentaire fait l'objet d'un appel et d'une validation par le client

0 1 2 3

## 13. Communication interne avec le personnel

Les informations circulent bien dans l'entreprise, les problèmes sont gérés immédiatement

0 1 2 3

Des réunions régulières sont organisées avec le personnel pour faire le point sur l'activité et les problèmes rencontrés

0 1 2 3

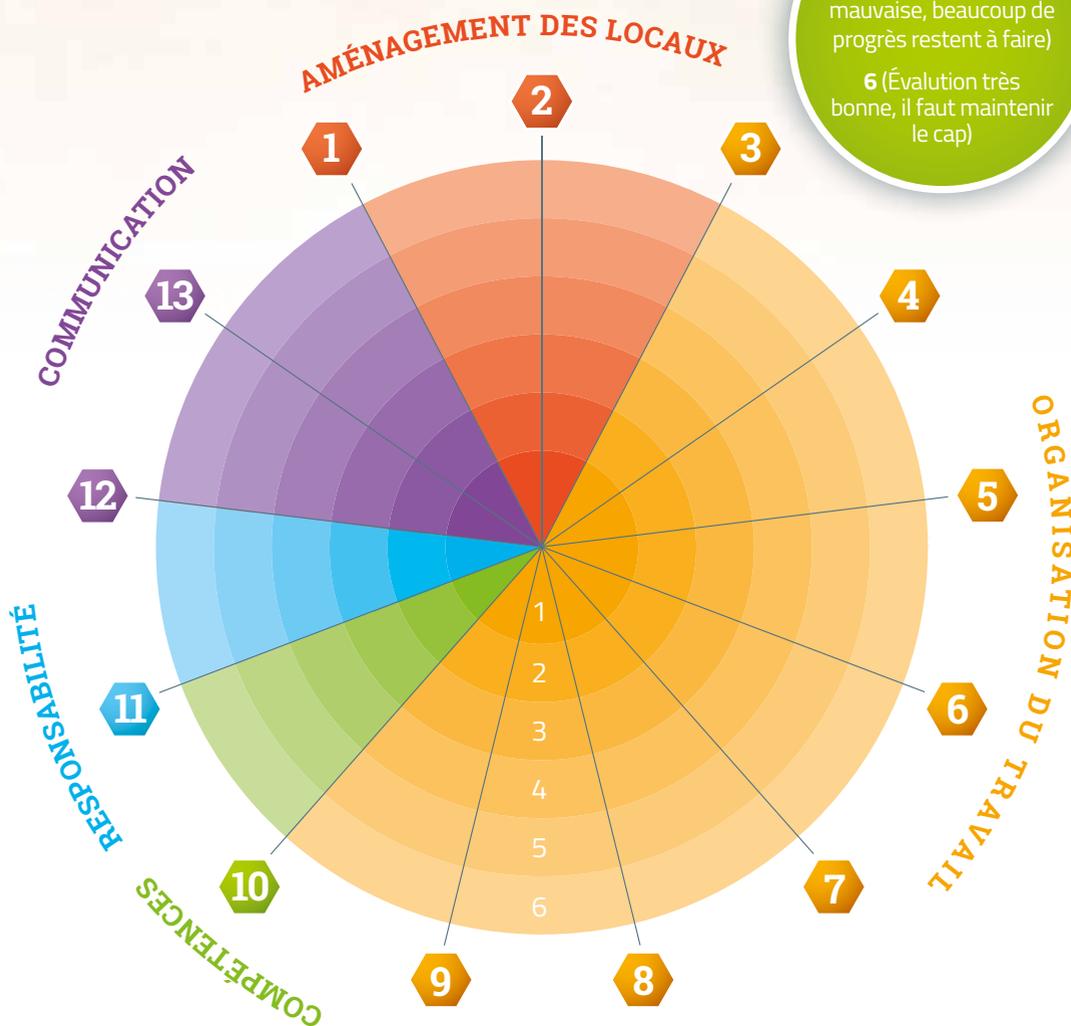
Votre score ►

Reprenez les scores obtenus pour chacun des 13 items (en additionnant le score des 2 questions de chaque item) et positionnez-vous sur le radar ci-dessous. Vous aurez ainsi un rapide aperçu des atouts et points faibles de votre entreprise.

### LES SCORES

0 (Évaluation très mauvaise, beaucoup de progrès restent à faire)

6 (Évaluation très bonne, il faut maintenir le cap)





QUI PEUX  
M'AIDER ?



# ACTEURS SUR MON TERRITOIRE

**Il existe des acteurs sur votre territoire qui peuvent vous aider pour :**

- le financement de formation :  
Pour les salariés, votre **OPCA** (Organismes Paritaire Collecteur Agréé),  
l'**AGEFOS-PME/ Et.AGEFOMAT...**  
[www.agefos-pme-plpc.com](http://www.agefos-pme-plpc.com)  
Pour les artisans, le **FAF-CEA, Conseil de la Formation, CRMA Poitou-Charentes**  
[www.crma-poitou-charentes.fr](http://www.crma-poitou-charentes.fr)
- du conseil et de l'accompagnement dans la mise en œuvre de votre démarche :  
**vosre service de santé au travail**
- le service prévention de votre caisse de sécurité sociale : **CARSAT** (Caisse d'Assurance retraite et Santé au Travail) pour les adhérents au régime général et la **MSA** (Mutualité Sociale Agricole) pour les adhérents au régime agricole  
[www.carsat-centreouest.fr](http://www.carsat-centreouest.fr)  
[www.msadescharentes.fr](http://www.msadescharentes.fr)  
[www.msa79-86.fr](http://www.msa79-86.fr)
- votre **ARACT** (Association Régionale pour l'Amélioration des Conditions de Travail)  
[www.poitou-charentes.aract.fr](http://www.poitou-charentes.aract.fr)
- du conseil et de l'appui sur de la veille réglementaire : **vosre inspecteur ou contrôleur du travail** et la **DIRECCTE** (Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi)

## REMERCIEMENTS

Les partenaires sociaux de la CPRIA tiennent à remercier l'ensemble des acteurs qui se sont mobilisés : des entreprises (les salariés et employeurs) CHAUVET Agri Service à Faye-sur-Ardin, SARL PARTHENAY Jacky à Vernoux-en-Gâtine, SARL SAUQUET à Chef-Boutonne, SARL B.H.L. à Saint Pardoux, GABORIAUD SARL à Brie-sous-Archiac, SARL JLJ BONNAUD DEBORDES à Nanteuil, Philippe Grand-Clément, secrétaire général de la FNAR fédération professionnelle des entreprises artisanales du machinisme agricole pour son appui, l'ARACT Poitou-Charentes pour l'ensemble de sa contribution à la réalisation de cette action et la DIRECCTE Poitou-Charentes pour son soutien.





Chefs d'entreprise et salariés de petites entreprises de machinisme agricole, vous exercez des métiers où la relation avec vos clients est importante, c'est la raison d'être de votre entreprise et le centre de vos préoccupations. Mais cette relation peut devenir une contrainte lorsque les relations se dégradent. Ce guide vous apporte des conseils pour répondre à ces risques liés aux situations de tensions avec vos clients afin de construire des relations sereines et pérennes dans le temps.

Les actions proposées, dans ce guide, ne sont pas exhaustives et universelles, elles sont issues de témoignages et de retours d'expérience de professionnels du secteur du machinisme agricole. Elles ont été recueillies lors d'un projet conduit, dans ce secteur, par la CPRIA Poitou-Charentes.

Ce projet a été initié et suivi par le groupe santé au travail de la CPRIA composé de : UPAR, CGT, CFDT, CFTC, CGT-FO, CFE-CGC du Poitou-Charentes.

Ce projet a été mené par Audrey DASSENS (ARACT Poitou-Charentes), avec l'appui technique de Pascal MERPILLAT (DIRECCTE Poitou-Charentes) et l'ingénierie financière de Laurence GAUZERE (UPAR).

Document créé par



Avec le soutien technique de



En collaboration avec



Soutenu par

