



L'excellence, ce concept à la fois si flou et si précis

David, responsable qualité, s'interrogeait récemment : l'excellence, qu'est-ce que c'est ? Comment la définir ? Quel est son référentiel ? comment l'atteindre ?

J'essayais de répondre : on conçoit bien l'excellence en tant que concept général : c'est la perfection, Mais, pour une entreprise, c'est plus compliqué : il faut rester compétitif et donc dans des coûts acceptables. Il faut en fait en revenir à son objectif industriel qui est de vendre, et de vendre à un bon prix permettant de maintenir cette excellence et de développer l'entreprise.

David : Mais concrètement ?

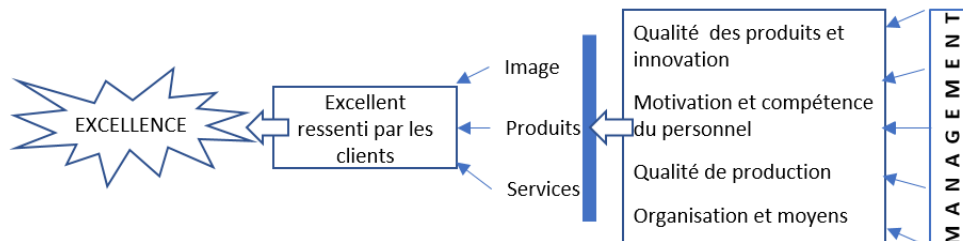
CD : l'excellence c'est quand les clients jugent l'entreprise excellente, c'est-à-dire supérieure à ses concurrentes sur leurs attentes essentielles. Le seul référentiel, ce sont ces attentes essentielles. Mais cela concerne en général toutes les relations avec les clients : vendeurs, installation, réponse téléphonique, information, SAV,...

D : de la communication aussi ?

CD : c'est aussi très important : l'entreprise doit aussi développer son image car l'image conditionne fortement l'appréciation par le client des prestations. De plus le client d'une entreprise qui a une belle image se sent associé à cette image. L'acheteur d'un sac VUITON se sent automatiquement valorisé lui-même

D : j'ai compris : il faut donc soigner particulièrement tout ce que voit le client : la communication et l'image, les lieux de vente et les vendeurs, les services... C'est déjà un objectif très clair... Mais comment y arriver ?

CD : Moi, je mettrais en premier la motivation, la compétence et l'amabilité des personnels au contact des clients. L'excellence est d'abord un ressenti. Un vendeur désagréable peut annihiler tous les efforts faits par ailleurs. Le renom d'excellence passe d'abord par la séduction « humaine » des clients, à la fois sur les lieux de vente mais aussi au téléphone, pour le traitement des litiges, les réparations, les paiements...



D : il faut séduire ??

CD : N'exagérons tout de même pas ! Il faut simplement bien comprendre (toutes) les attentes des clients et les satisfaire avec générosité.

D : et en interne ?

CD : Tout ce qui est nécessaire pour atteindre les objectifs précédents : le choix, la formation et la motivation des personnels, des produits innovants, la qualité des moyens, une organisation qui fonctionne bien, une production sûre, de la rigueur pour ne pas tolérer les défauts, enfin de bons managers sachant mobiliser positivement le personnel, celui-ci doit se sentir bien dans l'entreprise...

D : c'est quand même compliqué !

CD : en fait pas tant que cela : Il faut simplement se fixer pour objectif un excellent ressenti par les clients, s'en donner les moyens et ne pas tergiverser avec la satisfaction des clients.

L'excellence est le signe des meilleurs, et c'est ce qui lui donne toute sa valeur. Mais tout le monde peut y arriver moyennant de la volonté ! Les bons artisans en font la preuve chaque jour !

D : Tu es formidable, tu as réponse à tout !

CD : Non, c'est toi qui poses les bonnes questions !

Faites part de vos réactions sur l'e-mail : ccdt@cegetel.net