



face au client

Savoir faire du SAV

Aussi étrange que cela puisse paraître, un client mécontent rapportant un produit donne une occasion – rare – de le fidéliser. Il faut savoir la saisir et, surtout, ne rien concéder sans avoir bien analysé la nature de la réclamation.



Féle

Contre toute attente, un client furieux est un client potentiellement fidèle. A condition d'arriver à un consensus raisonnable. C'est en tout cas l'avis de Philippe Grosjean, fondateur de l'agence **Pilotis** spécialisée dans l'accompagnement du changement. « Le client insatisfait qui revient avec son médicament est le candidat idéal à la fidélisation. Car, en général, celui-ci opte pour le boycott pur et simple du point de vente », analyse-t-il. Les retours clients s'avèrent un véritable levier de business. Néanmoins, pour Marie-Hélène Gauthey, directrice associée d'Atoopharm, agence spécialisée en formation pour l'officine, « des règles de gestion sont à établir en fonction des cas ».

➤ Appliquez le dédommagement

Atoopharm préconise dans certains cas un dédommagement immédiat. « Lorsqu'un client ramène un médicament au conditionnement défectueux, la situation est assez rare pour ne pas être prise en considération. » Si le défaut est avéré, excusez-vous auprès du client en indiquant que le cas est exceptionnel car les contrôles de production sont très stricts. Remplacez le produit et renvoyez-le retour au laboratoire.

➤ Gérez le client maladroît

Néanmoins, face à un client de mauvaise foi qui dénonce un prétendu dysfonctionnement (une boîte de Viagra contenant un blister de paracétamol...), Marie-Hélène

Gauthey conseille « de ne pas céder et éventuellement de l'inciter à contacter le laboratoire ». Idem avec un client maladroît rapportant un sirop qu'il a cassé en arrivant chez lui. Soulignez que vous n'êtes pas responsable et vendez-lui un autre sirop. Même posture avec un patient distrait rendant des médicaments sous prétexte qu'il en a déjà chez lui. En revanche, composez avec celui qui s'est trompé et revient très vite après l'achat. Dans ce cas, faites l'échange et remboursez le trop-perçu si nécessaire. Suggérez un avoir en parapharmacie, par exemple.

➤ Managez les réclamations

Si un patient réclame un remboursement parce que le médicament vendu est inefficace, on entre dans la sphère de la réclamation. Sur ce point, Philippe Grosjean et Marie-Hélène Gauthey sont unanimes : imitez Darty, précurseur du service après-vente.

Pilotis recommande la prise en charge de la réclamation par le titulaire ou un adjoint. « On veut toujours parler au responsable dans ce genre de cas, car on veut être considéré. » Ensuite, l'officiel doit jouer sa carte maîtresse : celle du professionnel de santé. Faire valoir l'expertise thérapeutique pour reformuler le besoin du client et le conseiller une seconde fois est indiqué. En cas d'erreur commise, lors de la première « prescription », reconnaissez-la et dédommangez le client. Dans le cas contraire, le pharmacien doit être à l'écoute et apaisant pour générer une nouvelle vente. Si le produit n'est pas repris, il faut expliquer que le médicament est soumis à la réglementation (traçabilité, exposition au soleil, chaîne du froid rompue). Une réclamation bien traitée équivaut à un client fidélisé.

Aude Aboucaya

Muselez l'éternel insatisfait !

Concernant l'insatisfait chronique qui fait un scandale dans l'officine, il faut gagner du temps. Le priver d'auditoire en l'isolant dans un bureau lui coupera son effet et évitera de perturber la prise en charge des autres clients. Laissez-le s'exprimer, en restant calme et sans lui opposer d'arguments. Ce sera l'occasion pour lui de renchéir. N'essayez pas de le raisonner. Dites-lui juste que vous comprenez mais que vous êtes impuissant. Il finira par se calmer avec le temps.