



#### **N°4 : Autres types de clientèles**

Cependant, une analyse plus complète est nécessaire même sommairement.

##### **Clients confiants :**

Dans cette catégorie rentrent les clients qui s'offrent à vous avec la plus entière confiance. Ils sont absolument certains de la qualité du produit proposé, de leur achat, ou du résultat de la réparation qu'ils vous ont confiée. Généralement, ils ne discutent pas sur le prix et ils ne demandent pas de justifications.

Par leur constance dans l'utilisation de vos services et par la clientèle qu'ils vous procurent à certains moments, ils ont le droit de devenir des clients honorifiques. Cela signifie que pour ceux-ci, de temps en temps, quand il s'agit de petites réparations au cours desquelles vous fournissez seulement votre main-d'œuvre, vous ne devez pas demander la rémunération.

C'est un premier geste de reconnaissance à la fidélité et à la confiance du client.

Traitez le mieux possible ce genre de clientèle et faites tous vos efforts pour la satisfaire.

A ces clients vous pouvez proposer l'achat de modèles nouveaux et des perfectionnements même coûteux au récepteur qu'ils possèdent. Par la confiance qu'ils ont en vous, ils se laisseront facilement convaincre.

Mais il faut ne pas les tromper ; soyez assuré d'offrir un bon produit et d'exécuter un travail de la meilleure qualité possible. En un mot, ils ont droit à toutes les attentions possibles.

### **Clients normaux et peu exigeants :**

Nous pouvons les appeler clients de passage. Inconnus du négociant ou du radio réparateur, ils se servent chez lui occasionnellement sans avoir d'exigences particulières sinon celle d'être bien servis.

Ils sont généralement très réservés et il est difficile de se faire une idée claire du genre de personne à laquelle on a à faire.

Ils doivent être traités, commercialement, toujours avec la correction qui leur est due et avec amabilité.

### **Clients méfiants et tatillons :**

Celle-ci est la catégorie la plus difficile à satisfaire. Ils sont par nature méfiants et craignent toujours d'être trompés.

C'est la raison pour laquelle ils sont tatillons, veulent tout savoir, et s'intéressent à tout avec des questions parfois insidieuses ; ils laissent toujours l'impression d'être mécontents.

S'il s'agit de réparations, démontez l'appareil en leur présence : rassemblez les pièces dans une boîte unique, et éventuellement, marquez d'un signe les tubes pour qu'ils ne vous croient pas assez malhonnête pour les leur changer. Mais ne leur donnez jamais la satisfaction de faire les réparations en leur présence ; leur mesquinerie les porterait à mesurer le temps employé et à contrôler chaque opération pour vous contester la facture finale.

Au moment de la remise de l'appareil, essayez-le et faites-le contrôler par eux-mêmes ; donnez-leur toutes les pièces défectueuses que vous avez changées.

Même dans le cas de vente de l'appareil nouveau, essayez-le longuement chez eux pour qu'ils ne puissent pas se plaindre du transport et de la mise en service de l'appareil.

En traitant avec ces clients, il faut être le plus possible loyal, très aimable, mais réservé. Chaque parole dite en trop, peut se retourner contre vous. Evitez absolument de vanter plus qu'il ne mérite, un produit que vous pensez qu'ils vont acheter : cela risquerait de vous créer des difficultés si dans son emploi il ne répondait pas aux qualités que vous avez vantées.

### **Clients avarés et économes.**

Ce sont des clients qui veulent attirer tous les avantages de leur côté : travail bien fait, produit supérieur au plus bas prix possible. Ils ont l'habitude de demander les prix les plus bas pour chacun de leurs achats, sans jamais reconnaître l'honnêteté du marchand ou du réparateur.

Chez les avarés, l'avidité arrive parfois à être offensante envers ceux qui s'astreignent à un commerce sérieux.

D'autres ne sont pas satisfaits s'ils n'obtiennent pas une diminution sur le prix, même si ce dernier était convenu à l'avance.

En les connaissant parfaitement bien, il n'est pas difficile de les contenter pour les réparations ; il suffit de majorer le prix tout d'abord, puis de le diminuer, en leur laissant supposer que cette remise est due à leur insistance. Ceux-ci, malgré leur prétention, ont confiance en leurs commerçants et sont faciles à contenter. Ayez un peu de prévoyance à leur égard et faites-leur quelques réductions : vous ne les perdrez plus. Au contraire, il est très probable, qu'ils vous trouveront d'autres clients en établissant la renommée de votre honnêteté et de votre complaisance.

Avec les véritables avarés, c'est-à-dire avec ceux qui ne sont jamais disposés à reconnaître les facilités éventuelles accordées par le commerçant, il faut user d'une certaine fermeté. Il faut être aimable, certes, mais ferme et souvent intransigeant.

Dans certains cas, il vaut mieux ne jamais servir de tels clients car, en interprétant mal vos concessions, ils peuvent penser que vous avez un besoin excessif de leurs services, à n'importe quel prix et en vous abaissant à n'importe quel compromis. Ce ne peut être pour vous qu'une mauvaise publicité. Il vaut donc mieux dire fermement à ces personnes que tel travail ou tel produit ne peut être fait ou vendu au prix réclamé.

Certains, par nécessité ou habitude, ont déjà, avant de se rendre chez vous, visité d'autres laboratoires ou d'autres magasins et demandé les prix sans se décider. Ils s'arrêteront là où ils trouveront le plus bas prix sans se soucier de la qualité du travail exécuté ou du produit acheté.

Avec ce genre de clients il faut faire preuve d'un maximum de réserves.

Quand il s'agit de réparations, ils sont capables de se faire indiquer la panne pour se procurer ailleurs la pièce qui doit être remplacée et la changer eux-mêmes.

Ne leur indiquez jamais le défaut du récepteur qui est en panne.

### **Clients techniciens et très exigeants.**

Il s'agit ici de clients qui ont des connaissances sur la radio et l'électricité, mais dont les connaissances sont purement théoriques, et qui doivent obligatoirement se confier à un technicien pour l'exécution du travail.

De tels clients sont généralement bien informés de toutes les caractéristiques des nouveaux appareils et peuvent en analyser les mérites et les inconvénients.

Habituellement, lorsqu'il s'agit de réparations, ils préfèrent qu'elles soient exécutées devant eux et ceci, uniquement pour la passion qui les anime, pas du tout par méfiance.

Ne cherchez pas à les conseiller. L'hésitation éventuelle que vous pouvez avoir pour repérer une panne pourrait nuire à la confiance que l'on vous accorde.

Si vous devez leur vendre un appareil, il est inutile de leur parler longuement des qualités ou des avantages qu'ils connaissent fort bien, et avec eux vous devez rarement discuter du prix.

S'ils sont très riches et aiment les nouveautés, il serait nécessaire que votre magasin, s'il est fréquenté par de tels clients, ne manque jamais des produits les plus récents et de technique moderne.

C'est une clientèle sûre, même si elle est exigeante, et elle doit être traitée avec beaucoup d'égards ; dans les conversations techniques que vous avez avec elle, faites attention à ce que vous dites pour ne pas nuire à votre réputation.

### **Clients désagréables et insatisfaits.**

Ils ne sont pas très nombreux, mais étant malheureusement portés à la discussion, ils peuvent nuire à la bonne marche d'une maison de commerce. Souvent, ils cherchent à discuter devant d'autres clients, en se complaisant dans ce manque d'éducation. Il s'agit, généralement, de personnes qui exigent des réparations absurdes, prétextant des défauts qui sont souvent le fruit de leur fantaisie.

Dans certains cas, ils peuvent tout de même avoir raison ; mais habituellement il s'agit de défaut du récepteur, qu'aucune réparation ne pourrait éliminer. Ils peuvent déjà avoir porté leur récepteur chez deux ou trois réparateurs différents et n'ont recours à vous que parce qu'ils sont peu satisfaits du résultat obtenu chez les autres.

Quand ils achètent un nouvel appareil, il leur arrive très facilement de vous le rapporter après quelques jours en prétextant des imperfections inexistantes. En réalité, ce sont des mécontents et il est très difficile de les satisfaire.

Il faut un tact particulier pour traiter avec ces gens là, surtout ne vous laissez pas entraîner dans des discussions qui peuvent naître de leurs manières provocatrices.

S'ils laissent un appareil à réparer, prenez-en grand soin afin qu'ils ne puissent se plaindre d'éraflures ou de rayures sur l'ébénisterie ou d'empreintes sur le châssis. Fixez toute votre attention sur ce travail pour qu'il soit parfait et qu'il n'y ait aucun motif entraînant des remontrances de leur part.

### **Amis, parents, connaissances.**

Ce ne sont pas de vrais clients, mais ils doivent être servis comme tels et souvent gratuitement.

Cependant, à part l'intimité que vous pourriez avoir avec cette catégorie de personnes, valorisez toujours votre profession soit en étant réservé avec eux au sujet de vos comptes, soit en vous abstenant de laisser paraître les malices de votre profession.

Limitez-vous à exécuter gratuitement les seules réparations qui ne demandent pas de changement de pièce.

Si vous devez leur vendre un appareil, accordez leur des facilités soit d'escompte soit de paiement, mais n'exagérez pas ; vous pourriez alors leur donner l'impression que vos gains sont très importants et qu'ils vous permettent des facilités avantageuses.

Vous noterez que le bon sens est la note dominante qui doit subsister dans vos relations avec la clientèle accompagné par de bonnes manières et une fermeté suffisante dans vos affirmations.

Malgré ces prévoyances il vous arrivera parfois quelques discussions déplaisantes ; en analysant les causes qui les ont provoquées, vous pourrez éviter à l'avenir de pareils inconvénients.

L'expérience est toujours nécessaire, car la théorie seule ne peut pas vous indiquer toutes les situations dans lesquelles vous pouvez vous trouver au cours de vos rapports avec la clientèle.