

CIF

**CREFIMA  
GROUP**

IREA

# **L'ORGANISATION DE L'ENTREPRISE**

préparé par Mme M. BLAISE  
Anie, Economiste, Spécialiste en  
Gestion des Affaires

# COURS SERVICE A LA CLIENTELE

- **OBJECTIFS**

Faire comprendre aux étudiants les enjeux stratégiques de la qualité du service à la clientèle, soit de passer du service attendu au service imprévisible qui surprend, qui fait plaisir et dont on se souvient.

# Entreprise en tant qu'organisation

- Qu'est-ce qu'une entreprise ?
- Son organisation
- Ses objectifs
- Ses activités
- Son environnement

# Qu'est-ce qu'une entreprise

## SYNONYMES

- ACTION
- AFFAIRE
- BOÎTE
- FIRME
- INDUSTRIE
- ORGANISATION
- SOCIETE
- TRAVAIL
- OUVRAGE
- PROJET

préparé par Mme M. BLAISE  
Anie, Economiste, Spécialiste en  
Gestion des Affaires

# DEFINITION

1. Unité de production de biens ou de services à but commercial
2. Lieu de production, de pouvoir, de répartition, lieu de vie des travailleurs
3. Toute entité autonome produisant pour le marché (entreprise privées ou capitalistes, coopératives, et publiques).
4. Ce sont les institutions qui dans notre société organisent la production et la répartition.

## N.B.

- Les administrations publiques bien qu'elles puissent produire, ne sont pas considérées comme des entreprises, parce qu'elles ne produisent pas pour vendre sur le marché dans le but de dégager des bénéfices.

# L'ENTREPRISE

Les entreprises se définissent par rapport à leurs activités, leurs tailles, leurs structures. Néanmoins,celles-ci présentent des traits communs.

préparé par Mme M. BLAISE  
Anie, Economiste, Spécialiste en  
Gestion des Affaires

# **L'ORGANISATION DE L'ENTREPRISE**

**L'Entreprise est le lieu où l'homme travaille. Les fonctions et les tâches sont réparties entre les différents membres du personnel : les ouvriers, les employés, les agents de maîtrise, les cadres. A leur tête est placé un chef (patron, gérant ou P.D.G.) à qui appartient l'initiative et le pouvoir de décision.**



# **QUE FAIT L'ENTREPRISE**

**L'entreprise combine les facteurs de production.**

**Pour produire, elle rassemble:**

- **des moyens techniques (bâtiments, machines...)**
- **des moyens financiers (capitaux...)**
- **des moyens humains (travailleurs...)**

**Elle recherche la combinaison la plus efficace afin d'obtenir le meilleur résultat au moindre coût.**

# L'ENTREPRISE

Toutes les entreprises sont à la recherche du profit

- Dans les pays capitalistes, le but essentiel de l'Entreprise est lucratif:
  - réaliser un profit.
- Mais d'autres objectifs peuvent être recherchés par les entrepreneurs:
  - la réalisation d'un projet, le prestige, la croissance de l'Entreprise...

# ***LES ACTIVITES DE L'ENTREPRISE***

**Deux raisons fondamentales  
expliquent l'existence de l'entreprise**

- Production de biens/services**
- Vente de biens et de services**

# PRODUCTION DE BIENS

- L'entreprise est un agent économique dont la fonction principale est la production de biens et/ou de services et dont l'objectif est de soutenir une rentabilité forte;de long terme,tout en dégagant des profits pour satisfaire les exigences de chacun.

“ c'est le capitalisme participatif ”.

# VENTE DE BIENS ET DE SERVICES

- Les biens et services produits sont vendus sur le marché. Pour assurer sa survie et son développement. L'entreprise doit répondre à la demande des consommateurs et satisfaire au mieux sa clientèle. Le client est donc une source de revenu.

# DISTRIBUTION DE REVENUS

L'entreprise est le principal distributeur de revenus dans l'économie. Les bénéficiaires sont:

- Les actionnaires qui reçoivent des dividendes en contrepartie des capitaux investis.
- Les dirigeants et les employés qui en contrepartie de leur main-d'oeuvre et de leurs connaissances, reçoivent un salaire et d'autres avantages sociaux.

# DISTRIBUTION DE REVENU(SUITE)

- Les fournisseurs pour l'achat de matières premières, des équipements et d'autres biens de consommation intermédiaire qui rentrent dans la fabrication du produit.
- Les créanciers à travers les taux d'intérêt versés sur le capital emprunté

# DISTRIBUTION DE REVENUS( SUITE)

- La communauté, à travers les oeuvres sociales: bourse d'étude, les subventions,.....ect.
- Le gouvernement à travers les Taxes.



# L'ENVIRONNEMENT DE L'ENTREPRISE

L'environnement dans lequel l'entreprise évolue a des influences sur le niveau de ses activités.

Il y a lieu de distinguer deux types d'influences : celles qui sont liées aux forces externes et internes.

# ENVIRONNEMENT INTERNE

- Les Actionnaires dans le cadre de la maximisation de la valeur de leurs actions.
- Les dirigeants, dans le choix des objectifs spécifiques et secondaires, ainsi que dans l'élaboration des stratégies permettant de les atteindre.
- Les employés dans le cadre de l'exécution de leurs tâches.

# ENVIRONNEMENT EXTERNE

Une gestion optimale de l'entreprise ne peut pas se faire qu'à partir de son environnement interne. Il convient d'intégrer son **environnement externe** afin d'avoir une bonne lecture de son fonctionnement.

**A noter que cet environnement influence sa gestion.**

**L'environnement externe comprend, entre autres:**

préparé par Mme M. BLAISE  
Anie, Economiste, Spécialiste en  
Gestion des Affaires

# ENVIRONNEMENT EXTERNE

- Les fournisseurs

La rareté ou l'abondance des biens ou services qui rentrent dans la fabrication du produit fini. Les sources d'approvisionnement exercent des influences sur le niveau des activités.

- Les institutions financières

Le niveau de développement et la taille des institutions financières a des influences sur l'entreprise. Les moyens de paiement mis à la disposition des clients par exemple.

## ENVIRONNEMENT EXTERNE (SUITE)

- **La concurrence**

**La taille du marché et la stratégie marketing utilisée par les entreprises produisant un même bien ou un bien substitut peut affecter l'entreprise.**

- **Le pouvoir public**

**La politique économique, l'instabilité ou la stabilité politique ont des répercussions sur les activités de l'entreprise.**

# ENVIRONNEMENT EXTERNE (SUITE)

- Plusieurs causes expliquent les pressions exercées par les clients, dont la principale est leur nombre. Les clients sont naturellement capricieux. Aussi, dans certain cas, ils peuvent se regrouper pour exercer des pressions, et forcer l'entreprise à céder à leur caprices quoi qu'il en coûte.

préparé par Mme M. BLAISE  
Anie, Economiste, Spécialiste en  
Gestion des Affaires

# LES FONDEMENTS DU SERVICE A LA CLIENTELE

- Pourquoi parler du service à la clientèle
- Le rôle du service à la clientèle
- Client: définition
- Rôle du client
- Les attentes des clients

# POURQUOI PARLER DU SERVICE A LA CLIENTELE

- Les caprices des clients.  
Le client sait qu'il est la raison d'être de l'entreprise. Aussi, est-il exigeant et capricieux.
- La révolution dans les moyens de communication permet aux clients de s'informer sur le produit.
- La concurrence

prépare par Mme M. BLAISE  
Anie, Economiste, Spécialiste en  
Gestion des Affaires



# RÔLE DU SERVICE A LA CLIENTELE

- L'entreprise survit et prospère grâce au profit qu'elle réalise. Ce profit lui permet de distribuer des revenus et de se développer. Le profit augmente avec quand les clients augmentent.
- Le service à la clientèle est là pour donner aux clients un bon service. Il doit s'assurer qu'ils reçoivent un service qui répond à leurs besoins, un service de choix.

# Qu'est-ce qu'un service de choix?

- **C'est un service rapide**
- **Sans faute**
- **qui nécessite une attitude courtoise, exemplaire et une très bonne connaissance de son travail**

# Les caractéristiques d'un service de choix

- **Efficacité**
- **Précision**
- **Rapidité**

# EFFICACITÉ

- Un bon service favorise une augmentation simultanée du nombre des clients et du chiffre d'affaire de l'entreprise. Pour cela , il faut s'engager à fournir aux clients le meilleur service possible.
- Donner le meilleur de soi-même.

# PRÉCISION

- Le but ultime de toutes les activités de l'entreprise est la satisfaction des besoins des clients. Aussi l'accent doit être mis sur un service de qualité, sans failles, sans erreurs.
- Le client n'acceptera pas de payer pour nos erreurs étant donné que leur argent est la rémunération de leur dur labeur et dans certains cas l'économie de toute leur vie.

# RAPIDE

- Les clients sont toujours impatients, Ils n'aiment pas perdre leurs temps. A tort ou à raison, cela importe peu.
- Nous devons nous souvenir que s'ils avaient le choix, ils préféreraient passer le temps à faire autre chose qu'à attendre.

préparé par Mme M. BLAISE  
Anie, Economiste, Spécialiste en  
Gestion des Affaires

# A RETENIR

- Il ne faut jamais sacrifier la précision au profit de la rapidité. Le client ne nous le demande pas. Par rapport à la complexité de certaines transactions, il vaut mieux prendre le temps de s'assurer qu'elles sont exactes. Dans ce cas, il faut expliquer aux clients que c'est pour mieux protéger ses intérêts.

préparé par Mme M. BLAISE  
Anie, Economiste, Spécialiste en  
Gestion des Affaires

## Les avantages d'un service de choix

- Fidélisation des clients
- Augmentation du chiffre d'affaire de l'entreprise, et donc du profit
- Augmentation de la part de marché de l'entreprise
- Epanouissement personnel



# CLIENT: DEFINITION

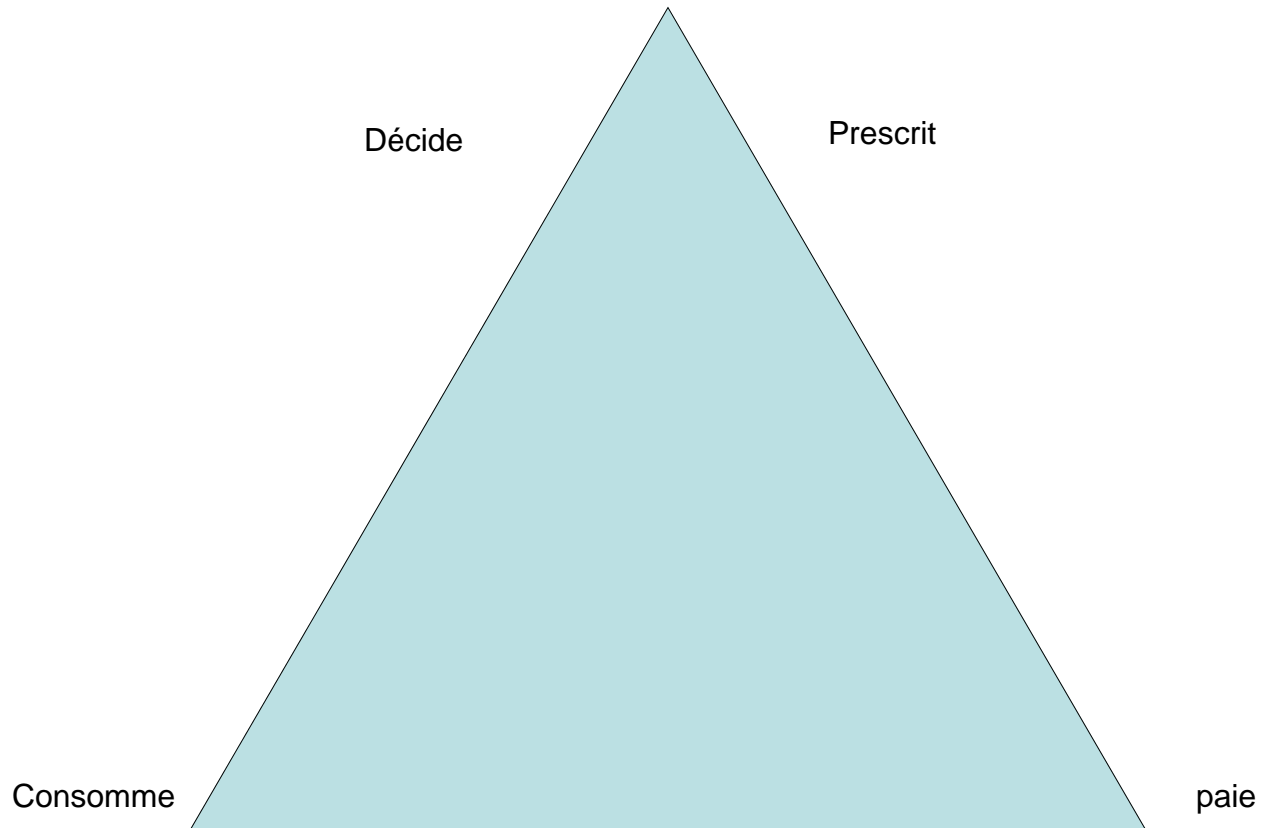
- Dans la Rome antique, un client était habituellement un esclave libéré ou un membre de la classe plébéienne qui avait un lien avec un patron bienfaiteur d'acheteur
- En économie, un client est une personne qui achète un bien de consommation
- Dans l'industrie, un client est une entreprise qui a commandé un produit à une autre entreprise

# CLIENT: SYNONYME

- Acheteur
- Amateur
- Consommateur
- Habitué
- Pratique
- Preneur
- Le décideur
- L'utilisateur
- L'influenceur

préparé par Mme M. BLAISE  
Anie, Economiste, Spécialiste en  
Gestion des Affaires

# LES TROIS (3) ROLES D'UN CLIENT



préparé par Mme M. BLAISE  
Anie, Economiste, Spécialiste en  
Gestion des Affaires

# CATEGORIES DE CLIENTS

- **Clients internes**

Tous ceux qui travaillent dans l'entreprise ou qui participent à sa gestion et qui utilisent ses biens/services.

- **Clients externes**

Les personnes qui ne sont pas des employés de l'entreprise et qui ne participent pas à la gestion de l'entreprise.

# LES ATTENTES DES CLIENTS

- Les clients veulent maximiser leur satisfaction et minimiser leurs dépenses.
- Les clients sont conscients, que nous avons besoins d'eux pour générer des ressources et garantir la pérennité de l'entreprise. Ils s'attendent à être traités comme des rois et non comme des valets.

# LES ATTENTES DES CLIENTS (SUITE)

- Le client s'attend à voir en chaque employé une incarnation de l'image que l'entreprise veut projeter.
- Le client s'attend donc à trouver une solution à tous ses problèmes.

# Les attentes des clients

- Ils espèrent que le produit que nous leur offrons leur sera profitable
- Ils veulent savoir ce qu'ils gagneraient à utiliser les produits ou les services de notre entreprise, plutôt qu'une autre quand ils en exprimeraient le désir

# LES ATTENTES DES CLIENTS (SUITE)

- Les clients s'attendent à recevoir un service de qualité, à la hauteur de la réputation.
- Ils veulent être traités comme des gens que nous valorisons.



# FACTEURS QUI INFLUENCENT LES ATTENTES D'UN CLIENT

Les besoins sont modifiés par les perceptions, qui à leur tour façonnent nos attentes.

- Expériences vécues dans le passé
- Comparaison entre deux situations analogues (Ref. Document).

# EN CONCLUSION

- Le client croit qu'il est un roi, il s'attend à être traité comme tel.
- Nous allons lui donner tous les traitements dus à ce titre. Non pas parce que nous croyons qu'il est vraiment un roi, mais parce qu'il n'y a que ce moyen pour le satisfaire et le fidéliser, de manière à augmenter notre chiffre d'affaire et éventuellement, notre part.