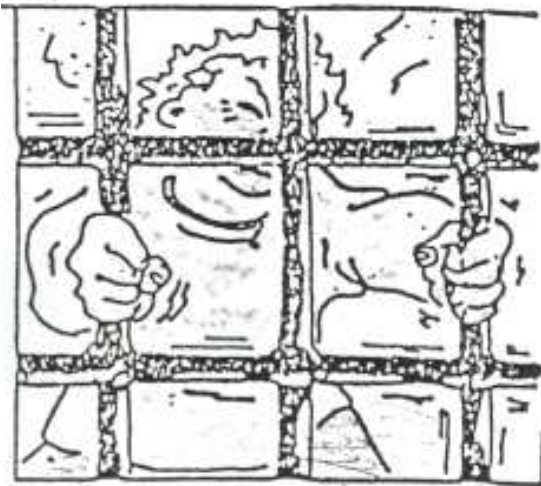


## « Les nouvelles tendances en matière de formation »

### Libérez vos chargés de clientèle !

Ou comment ne pas les enfermer dans une grille.



**Tout vient de la « fameuse » grille d'écoute !** Je suis d'autant plus libre pour en parler que j'ai été pour une bonne part dans la création de cette grille, il y a tant d'années déjà ! « Écoute, découverte, reformulation, formule d'accueil et de prise de congé, questions ouvertes, articulation, vocabulaire, directivité... ». Si, en son temps, elle fût utile pour normaliser les standards de performance, elle enferme aujourd'hui vos chargés de clientèle et leurs managers dans une obligation de piètre valeur. Lorsque, années après années, vos collaborateurs ont ânonné en guise de reconnaissance des compétences : « As-tu bien dit bonjour ? », « Ai-je bien reformulé ? », « A-t-il bien dit "Madame Martin" 3 fois » ?, comment leur demander

d'être performants, autonomes, force de proposition et contents de venir travailler le matin ? La formation, dans ses nouvelles approches, doit être une réponse concrète à la montée en compétences et la (re)motivation des chargés de clientèle, de leurs managers et du responsable de service. **Comment ?** La formation ne peut plus être envisagée comme un enseignement. Les collaborateurs doivent être acteurs de leur formation et celle-ci réintégrée dans les objectifs stratégiques du service. Toute la chaîne hiérarchique est impliquée dans la réussite des formations. **Pour les chargés de clientèle :** les formations participatives sous forme d'ateliers de travail, de groupes de réflexion ou de coaching individuel doivent permettre d'appréhender le référentiel de compétences (« Mais au fait, qu'est-ce que l'on attend de moi ? ). **Pour les managers de proximité :** les formations doivent permettre d'appréhender les processus d'accompagnement des compétences en répondant à cette question toujours cruciale dans les centres de contacts « Suis-je un manager légitime aux yeux de mes collaborateurs ? ». Elles doivent apporter des réponses opérationnelles quant à l'ensemble des indicateurs de performance sur lesquels s'appuyer et sur la manière d'obtenir des résultats significatifs — quantitatifs pour réguler les flux et qualitatifs pour apporter aux clients une relation de bon niveau (c'est si rare !). **Les formations doivent prendre des formes plus « impliquantes », plus « confrontantes »** et permettre aux collaborateurs de faire évoluer leur vision du travail : tant de « stagiaires », après une formation jugée « très sympa », reprennent illico leurs bonnes vieilles mauvaises habitudes ! Pour délivrer définitivement vos équipes de leur grille ancestrale, offrez-leur des formations qui provoquent des changements en faisant levier sur les valeurs plus que sur les comportements. **L'enjeu ? La satisfaction de vos clients et la paix sociale.**

Nathalie-Marie de Grimal  
Fondatrice du réseau Téléprofil

Téléprofil Sarl  
15, rue du Grand Veneur  
75003 Paris  
RCS Paris 490 526 944  
Tél. : +33 6 12 90 40 00  
www.teleprofil.com  
contact@teleprofil.com