

# Astuce de MD

## Astuces sur l'art de rédiger le courrier «délicat»



**Trouver le bon ton dans des situations délicates est difficile – vous en avez certainement fait l'expérience! Si l'échange oral ne laisse pas beaucoup de temps à la réflexion, l'échange écrit, en revanche, permet de soupeser chaque mot avec soin. C'est une bonne chose – ne serait-ce que parce qu'un client amadoué ne va pas faire de la publicité négative. Et puis, savoir se comporter de manière professionnelle et sans perdre de vue l'objectif à atteindre fait aussi partie d'un service de qualité – même lorsque le client hausse le ton.**

### **Rester maître de soi et tirer parti de l'opportunité**

Certaines lettres à la clientèle sont particulièrement difficiles. Par exemple, lorsque vous ne pouvez offrir aucune solution valable, lorsque votre client n'accepte pas vos arguments, lorsqu'il vous provoque ou lorsque l'affrontement est plus tourné sur l'épreuve de force ou la volonté d'avoir raison que sur la solution. Essayez de garder la tête froide et d'écrire de manière objective, sans perdre de vue le but visé et en faisant preuve de coopération. Vous serez ainsi vraisemblablement en mesure de trouver bien vite une solution.

A noter: les réclamations représentent aussi des opportunités! Si, au lieu de faire le poing dans la poche, votre client se manifeste, il vous offre du même coup l'occasion de réparer votre erreur. Ayez les idées larges et profitez des informations fournies pour optimiser vos processus.

## **8 étapes pour rédiger des lettres dans des situations difficiles**

### **Etape 1: Définissez votre objectif et, ce faisant, votre positionnement.**

Quel est le but de votre lettre? Souhaitez-vous terminer le dialogue, être compris, enthousiasmer le client ou tout au plus l'informer, faire de votre interlocuteur un client loyal à long terme et, peut-être, aussi un porte-parole de votre entreprise, décharger votre entreprise, améliorer la relation, etc.?

### **Etape 2: Formulez votre message en une phrase.**

Le message doit être déduit de l'objectif. En rédigeant votre courrier, orientez-vous sur cet objectif et assurez-vous que la lettre contienne un seul message cohérent.

### **Etape 3: Détendez-vous.**

Détendez-vous – qu'il s'agisse de votre attitude ou de la relation avec le destinataire. Ce dernier est peut-être tout à fait charmant, il a juste eu une mauvaise journée. Ou alors, il a déjà fait une mauvaise expérience dans une situation similaire.

### **Etape 4: Dites: «Bienvenue!» – au moins intérieurement.**

Accueillez votre client avec son problème et ses émotions – et même ses propos peut-être injustes. Adressez-vous à lui en tant que représentante ou représentant de votre société, même si vous possédez une entreprise individuelle. Vous pourrez ainsi plus facilement mettre vos émotions de côté et poursuivre votre but avec objectivité et professionnalisme.

### **Etape 5: Manifestez d'emblée votre sympathie.**

D'entrée de jeu, appelez les choses par leur nom: «Dans votre courrier, vous nous annoncez avoir été insatisfait par la qualité de l'encadrement de votre enfant.» Montrez de la compréhension pour la situation de votre client et remerciez-le de s'être manifesté. «Nous comprenons votre inquiétude et vous remercions de vous être adressé à nous.» Important: procédez ainsi même si vous trouvez que la plainte ou l'attitude de votre client est infondée.

### **Etape 6: Présentez votre message dans la partie centrale de votre lettre.**

Délivrez maintenant votre message et veillez à rester objectif et ouvert. Au besoin, admettez l'erreur ou exprimez un refus aimable. Voici quelques exemples:

- «Entre-temps, nous avons trouvé, de concert avec nos responsables techniques, une solution élégante...»
- «Dans l'intervalle, nous nous sommes tournés vers la personne responsable...»
- «Malheureusement, nos conditions générales rendent toute autre décision impossible. Mais comme votre satisfaction est primordiale à nos yeux, nous vous proposons...»
- «Malheureusement, une panne est survenue lors du montage dans nos ateliers. Nous allons donc tout mettre en œuvre afin...»
- «Nous vous remercions de votre demande, qui a retenu toute notre attention. Malheureusement, nous sommes dans l'impossibilité de répondre pleinement à vos attentes, étant donné que nous proposons uniquement XY. Il est possible, cependant, que la société Unetelle dispose d'une offre qui correspond à votre demande, car elle s'est spécialisée dans la fabrication de XY.»

### **Etape 7: En conclusion, dites quelles seront vos prochaines mesures.**

Restez concret jusqu'au bout de votre lettre et indiquez quelles mesures vous allez prendre, ou encore quelles sont vos attentes ou souhaits concernant votre client. Par exemple:

- «Les dégâts seront réparés cette semaine. Nous vous prions de nous contacter afin de convenir d'une date.»
- «Nous serions heureux de pouvoir vous montrer le meilleur de nous-mêmes. En guise d'encouragement, nous vous remettons ci-joint un bon de réduction de 10% et vous disons à bientôt.»
- «Cette procédure vous convient-elle? Merci de nous en informer d'ici au 31 juillet.»

### **Etape 8: Laissez «poser» la lettre pendant une nuit.**

N'envoyez jamais une lettre importante le jour même de sa rédaction. Attendez le lendemain ou donnez-la à relire à une personne neutre. Cela en vaut particulièrement la peine lorsque beaucoup d'émotions sont en jeu. Lors de la relecture, soyez attentifs aux messages cachés. Par exemple, lorsque vous souhaitez démontrer que l'entreprise n'est pas responsable, le client pourrait comprendre qu'il est lui-même fautif. L'important, c'est que la lettre fasse bonne impression.

### **Les phrases à éviter**

- «Nous ne comprenons pas votre réaction.»
- «Nous ne pouvons pas faire plus pour vous.»
- «Dans cette situation, vous ne pouvez pas vous attendre à ce que nous allions à votre rencontre.»
- «Vous pouvez certainement faire preuve de compréhension.»
- «Nous sommes certains d'avoir résolu la situation à votre satisfaction.»
- «Nous considérons ce problème comme résolu.»

**Pour plus d'informations:** [www.poste.ch/directpoint](http://www.poste.ch/directpoint).

La Poste Suisse  
PostMail  
Marketing direct  
Viktoriastrasse 21  
3030 Berne

Téléphone 0848 888 888  
E-Mail [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)  
Internet [www.poste.ch/directpoint](http://www.poste.ch/directpoint)