

MÉTIER

ALAIN ORRÉ, directeur général de Gaz de Bordeaux

« La satisfaction client doit être la préoccupation de tous les salariés de l'entreprise, quelles que soient leurs missions »

En quoi consiste le travail de « relation client » ?

La relation client c'est écouter, comprendre et proposer une solution aux problèmes ou aux besoins exprimés par nos clients. La difficulté, c'est que, quelle que soit la manière dont nous présentons nos offres, nos clients achètent notre produit par nécessité. Cela impose une attention, voire une pédagogie, beaucoup plus grande. Gaz de Bordeaux gère environ 210 000 clients. Les enjeux sont très forts : la manière de gérer la relation client véhicule l'image de l'entreprise, elle est un des facteurs majeurs de la satisfaction du client. Or, dans un marché ouvert à la concurrence, c'est la clé de la fidélisation, de laquelle dépend grandement la performance économique d'un opérateur historique. Au sein de l'entreprise, il y a évidemment des gens dont le métier est la gestion de la relation client. Mais la satisfaction client doit être la préoccupation de tous les salariés de l'entreprise, quelles que soient leurs missions.

Ce métier a-t-il évolué avec l'ouverture du marché de l'énergie à la concurrence ?

Aujourd'hui nous devons fidéliser nos clients et en conquérir de nouveaux. Si le prix est l'élément principal du choix d'un client qui peut arbitrer entre des offres alternatives, la manière dont on va vers lui ou dont on répond à ses préoccupations reste déterminante. Les méthodes diffèrent selon que l'on s'adresse à des particuliers ou à des professionnels dont les préoccupations et les besoins sont différents et nous y répondons par des offres plus ou moins sophistiquées. Mais des points communs demeurent : chaque client souhaite bénéficier d'un approvisionnement sécurisé, de conditions de prix lui permettant d'optimiser son budget énergie et de moyens pour suivre et maîtriser ses consommations. Notre travail est de répondre à ces besoins du mieux possible.

Le développement des technologies de communication a-t-il également influé sur votre métier ?

Ces outils nous permettent d'apporter au client une plus grande rapidité dans la diffusion des informations qu'il attend. Soit nous pouvons le joindre plus aisément et fréquemment, soit il peut accéder lui-même aux informations à tout moment et comme il le souhaite, sans être tributaire de contraintes horaires ou physiques. Ces outils renforcent le lien que nous entretenons avec nos clients et facilitent leur satisfaction.

Quelles sont les principales problématiques auxquelles vous êtes confrontés ?

Pour les particuliers, nous gérons beaucoup de souscriptions et

résiliations au fil des déménagements. La plupart des questions qui nous sont posées sont relatives aux tarifs ou à la facturation. Il faut prendre le temps d'apporter les éléments de culture qui feront que le client comprendra les évolutions futures de son tarif ou les informations, de plus en plus nombreuses, qui figurent sur ses factures. Depuis quelques années, beaucoup de sollicitations sont liées à la précarité énergétique ou à sa prévention. Au-delà de la mise en œuvre des solutions légales, la dimension d'écoute est primordiale pour parvenir à trouver des solutions permettant de sortir de situations difficiles. Pour les professionnels, les questions sont plus techniques, notamment pour ceux qui sont en offre de marché. Elles concernent alors l'évolution des prix et les changements de formule.

Quels sont vos engagements auprès de vos clients ?

Gaz de Bordeaux vient d'obtenir la certification au regard de la norme Afnor NF services 345 « centre de relation clientèle ». À ce titre, des objectifs ont été fixés en interne en termes d'accueil des clients et de réponses aux sollicitations dans des délais impératifs et réduits. Des objectifs de qualité de service ont également été fixés aux salariés : être disponibles, courtois, à l'écoute des besoins, apporter une solution fiable et claire dès le premier contact, s'assurer de la compréhension du client, viser à sa satisfaction. L'atteinte de ces objectifs qualitatifs est contrôlée par divers moyens, notamment des enquêtes de satisfaction mensuelles. L'objectif est celui d'une amélioration continue.

Est-ce que pour une entreprise comme Gaz de Bordeaux, implantée localement depuis longtemps, la relation avec ses clients est particulière ?

Pour notre clientèle historique, nous sommes le fournisseur de proximité, accessible et avec lequel il est aisé de discuter, y compris physiquement puisque nous possédons un point d'accueil géographique. Si cette image de proximité peut rassurer, elle augmente aussi probablement le niveau d'exigence. Pour nos nouveaux clients, présents partout sur le territoire français, la dimension locale ne joue plus. Ceci étant, nous pensons que nos origines sont un atout. Elles font apparaître Gaz de Bordeaux comme une entreprise à taille humaine, réactive, au sein de laquelle les décisions peuvent être prises rapidement. C'est certainement un avantage dans la gestion des relations avec nos clients. ■

Propos recueillis par la rédaction de *Gaz d'aujourd'hui*