



COMMENT EMBAUCHER LES MEILLEURS CONSEILLERS DU SERVICE CLIENT



SOMMAIRE

Pourquoi c'est important	3
Le meilleur conseiller	4
La description du poste	5
Lettre de motivation	7
CV	9
Tri par téléphone	11
Entretien – Partie 1	13
Entretien – Partie 2 : au travail	15
Prise de décision	17
Conclusion	19

Les conseillers clientèle sont les personnes avec lesquelles vos clients seront le plus souvent en contact, vous avez donc besoin d'embaucher les meilleurs.

1

Pourquoi c'est important

Le service client, c'est important. Il détermine la perception que le public a de votre marque.

Auparavant, le critère d'embauche d'un conseiller clientèle était purement d'ordre financier. Les candidats sans beaucoup d'expérience ni de motivation étaient préférés à ceux plus brillants, tout simplement parce qu'ils étaient prêts à travailler pour un salaire inférieur. Cependant, pour satisfaire les clients, un service clientèle de qualité est primordial.

Le plus souvent, ce sont les conseillers clientèle qui représentent la marque. Ce sont les personnes avec lesquelles vos clients sont le plus en contact, vous avez donc besoin d'embaucher les meilleurs. Cela dit, demandez au DRH, il vous répondra que c'est plus facile à dire qu'à faire.

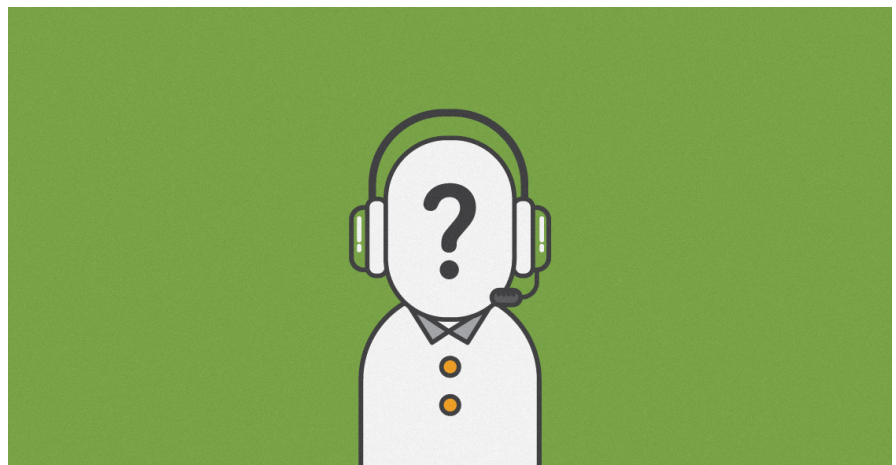
Zendesk a conçu ce guide pour vous aider à sélectionner les meilleurs candidats. Comment ? En vous aidant à comprendre ce qu'est un bon agent du service client, où le trouver et comment l'embaucher.

2

Le meilleur conseiller clientèle

Comment le reconnaître ? Voici quelques pistes :

- **Compétences** – e-mail, réseaux sociaux, connaissance du secteur, facilité technique
- **Expérience** – service clientèle, serveur de restaurant, centre d'appels
- **Personnalité** – travailleur, joyeux, réfléchi, patient, à l'écoute
- **Facteur X** – susceptible de s'intégrer à votre équipe, personnalité « agréable »

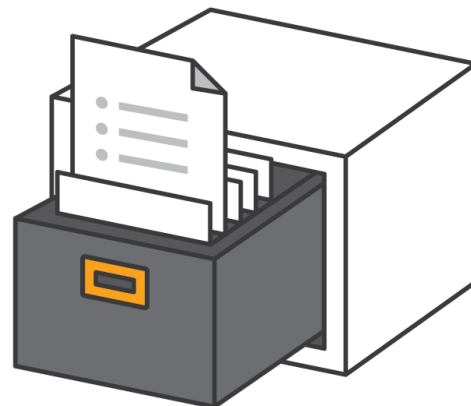


3

Description du poste : comment ne pas se tromper ?

Rédiger la description d'un poste peut parfois s'avérer extrêmement ardu. Votre objectif est de former une excellente équipe, car elle représente votre investissement le plus important. Vous êtes donc sous pression.

Cependant, vous pouvez vous faciliter la tâche. Déjà, vous n'avez pas besoin de réinventer la roue à chaque ouverture de poste. Lisez les descriptions de poste existantes, que vous ou d'autres managers avez écrites précédemment. Vous pouvez tout à fait reprendre les sections pertinentes, surtout si elles ont donné entière satisfaction par le passé. Et même si vous êtes amené à procéder à quelques modifications, vous y passerez moins de temps que si vous deviez partir de zéro. Au moins, vous disposez d'une base solide. Et pourquoi ne pas rechercher sur Internet des descriptions de poste similaires dans d'autres entreprises de même type et de même culture ?



À ce sujet, nous vous conseillons d'impliquer d'autres personnes. Par exemple, quelqu'un qui occupe un poste semblable ou toute personne qui travaillera avec la personne que vous recherchez. Discutez avec eux et dressez une liste. Créez une colonne avec les caractéristiques minimum du poste, et une autre avec les compétences supplémentaires appréciées.

Ensuite, regardez les caractéristiques et posez-vous la question : « Est-ce que j'en demande pas trop ? » Si c'est le cas, vous pouvez déplacer certaines caractéristiques dans la deuxième liste. Continuez jusqu'à atteindre un équilibre entre les caractéristiques minimum et les compétences supplémentaires souhaitées.

Ainsi, vous parviendrez à mieux définir le poste et vos attentes. C'est aussi une manière d'avoir une vue globale du poste : sa place dans l'entreprise, le travail quotidien et les possibilités d'évolution. De plus, comme vous souhaitez attirer une personne dotée d'une personnalité adaptée à votre culture d'entreprise, il est utile de définir cette dernière et de l'intégrer à toutes les descriptions de poste.

Enfin, lorsque toutes les personnes concernées auront signé votre demande d'embauche, il vous faut réfléchir à son placement. N'oubliez pas que vous voulez attirer un maximum de candidats, et en particulier les meilleurs. Ne vous contentez pas de la page « Emploi » de votre site Web. Cherchez les sites d'offres d'emploi couramment consultés par les candidats potentiels.

4

Lettre de motivation

Les managers qui recrutent regardent en priorité les CV, au détriment des lettres de motivation. Toutefois, même si les CV sont très importants, ils manquent de contexte. Si elle est bien faite, une lettre de motivation donne le contexte qu'un CV ne peut fournir.

La lettre de motivation donne plus de consistance aux données brutes incluses dans le CV :

- Un CV présente en général la liste des précédents emplois occupés par le candidat, mais pas le détail de ce qu'il a accompli à chaque poste. Une lettre de motivation peut donner des informations sur la manière de travailler du candidat (seul ou en équipe).
- Les intitulés de poste sont souvent insuffisants. Le candidat était-il leader (par rapport à ses collègues ou aux projets), même si le titre ne l'indique pas ?
- La formation du candidat est-elle adaptée ? Quelques lignes la décrivant vont plus loin qu'une simple énumération de diplômes.

Il ne faut jamais oublier qu'une lettre de motivation constitue la première impression donnée par le candidat. Elle peut vous permettre d'évaluer sa capacité à bien s'intégrer à la culture de votre entreprise.

Voici quelques points-clés pour une bonne lettre de motivation :

Qualité rédactionnelle – La lettre est-elle propre, concise et sans erreurs ? Une lettre de motivation bien écrite montre que le candidat est attentif aux détails. En outre, elle démontre qu'il possède les qualités rédactionnelles nécessaires pour répondre aux clients via les tickets, l'e-mail et le chat.

Enthousiasme et motivation – Le candidat veut-il vraiment travailler avec vous ou cherche-t-il simplement un boulot ? Rien de mal à chercher un boulot. Cela dit, entre un candidat très qualifié mais peu motivé et un autre moins qualifié mais enthousiaste, le choix est vite fait.

Comment savoir à quelle catégorie vous avez affaire ? C'est lui qui vous le dira, en illustrant sa réponse par des exemples de son intérêt pour votre entreprise.

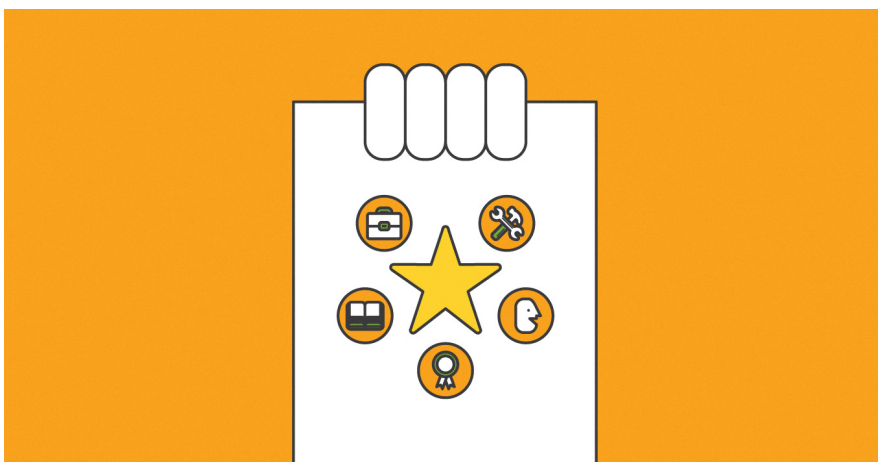
Serviabilité – Une bonne lettre de motivation décrit une personne qui aime aider les autres. Privilégiez les candidats qui ont appris à leur grand-mère à utiliser Internet ou passé du temps dans une association de soutien scolaire, par exemple.

Esprit d'équipe – Le candidat a eu tout le temps nécessaire pour rédiger sa lettre de motivation, elle peut donc être considérée comme une indication précise de sa personnalité. Attention, car la personne que vous allez embaucher va rester (espérons-le !) assez longtemps dans votre entreprise. Les autres membres de votre équipe vont-ils être d'accord avec votre choix ?

Le CV doit montrer de l'intérêt et des compétences pour votre secteur.

5

CV



Comment reconnaître un bon CV ? Voici quelques pistes.

- Un CV ne doit pas comporter de fautes de frappe ni d'orthographe. Vous n'avez pas envie de mettre en péril la réputation de votre marque à cause d'une personne qui ne prend même pas la peine de relire son CV.
- Le CV doit montrer de l'intérêt et des compétences pour votre secteur. Si vous êtes une entreprise high-tech, nul besoin que le candidat sache écrire du code, mais au moins qu'il aime vos produits et qu'il soit un utilisateur chevronné de produits équivalents.
- Un bon CV inclut une liste de compétences spécifiques, que ce soit une description précise de

chaque poste occupé, une liste séparée, ou les deux. Parmi ces compétences, la rédaction, la connaissance détaillée d'un logiciel, et même des traits de caractère. Là aussi, la présentation de ces informations est importante, autant que les informations elles-mêmes.

- Vous n'êtes pas obligé de suivre les règles établies. Pour certains, un CV qui commence par la liste des diplômes est moins bon que celui qui les place à la fin. Pour d'autres, c'est exactement l'inverse. Il n'y a donc pas de vérité absolue. La créativité et l'originalité sont importantes. Cela dit...
- Les points essentiels doivent être présents : expérience, études, et même les loisirs s'ils ont un rapport avec le poste décrit. Le skate, non. Mais donner des cours de skate à des seniors, oui.

6

Tri par téléphone

Il est difficile de cerner une personnalité en 15–20 minutes au téléphone. Cependant, ce sera l'une de vos tâches en tant que manager recrutant du personnel. Pendant la conversation, il vous faudra poser les bonnes questions, obtenir les bonnes réponses et décider si le candidat correspond exactement à la description du poste et à la culture de votre entreprise. Ce n'est pas une mince affaire.

Un service de qualité, c'est la base de votre métier, il est donc crucial de travailler avec d'excellents conseillers d'assistance. Lors de la conversation téléphonique, vous devez sentir de la part du candidat une bonne dose d'enthousiasme et de personnalité. Recherchez une personne qui connaît votre entreprise et qui a vraiment envie d'y travailler. Même brève, cette conversation peut vous donner beaucoup d'informations sur la capacité du candidat à s'intégrer à votre équipe. Si cette capacité est avérée, cela vaut la peine de passer à l'étape suivante.

Dans cet esprit, voici cinq traits de caractère à rechercher lors de l'entretien téléphonique :

- Enthousiasme
- Personnalité agréable
- Respect – Savoir quand parler et quand écouter.
- Réponses adéquates – Certaines questions appellent une réponse détaillée, d'autres une réponse concise. L'important est que les réponses soient appropriées.
- Passion – Envie d'aider les autres.

7

Entretien – Partie 1

Même si un entretien est l'occasion idéale d'en savoir plus sur les compétences d'un candidat, il est au moins aussi important de s'assurer que ce candidat semble capable de s'intégrer à votre entreprise.



Pendant toute la durée de l'entretien, essayez de savoir si le candidat est :

- de culture similaire à celle de votre entreprise,
- calme et réfléchi,
- enthousiaste (pour l'entretien et le job proposé),
- capable de rester concentré et de répondre aux questions sans détours,
- capable de donner des exemples précis et réalistes,
- bien élevé : contact oculaire, pas d'interruptions, vous serre la main, etc.

Comme le candidat, vous souhaitez faire bonne impression pendant l'entretien et bien représenter votre entreprise.

Posez les bonnes questions pour que l'entretien soit valable.

Les entretiens étant de courte durée, vous devez poser des questions pertinentes. Plus vous serez précis, mieux vous utiliserez votre temps.

Mettez le candidat à l'aise. Si vous parlez un peu de vous, ou que vous ajoutez des commentaires, l'entretien sera plus convivial et moins formel. Un candidat à l'aise sera plus susceptible de vous en dire plus sur lui-même. Même si ces informations ne sont pas verbales, vous en apprendrez beaucoup sur sa personnalité.

Ne posez pas de questions vagues. Les réponses que vous obtiendrez à des questions vous donneront une idée plus précise du comportement du candidat en situations réelles. Le candidat sera encouragé à donner des réponses créatives et réfléchies, qui vous permettront de mieux comprendre son raisonnement.

Le candidat s'est-il inscrit à un essai gratuit ou a-t-il déjà interagi avec l'entreprise ou le produit ? Cela démontrerait sa capacité d'initiative et son enthousiasme à venir rejoindre votre entreprise.

Enfin, pensez aux personnes qui vont mener les entretiens d'embauche. Outre plusieurs niveaux hiérarchiques, il est conseillé de demander aux futurs collègues éventuels de rencontrer le candidat. Cela aide à garantir qu'ils seront capables de travailler ensemble.

8

Entretien – Partie 2 : Au boulot!

Bien sûr, il est important que la personnalité du candidat corresponde bien à celle de votre entreprise, qu'il ait les compétences requises, mais plus encore, il est crucial qu'il soit capable de faire le travail demandé.

Pour l'évaluer, donnez-lui une tâche à effectuer : répondre à deux tickets. Attention, nous parlons ici de vrais tickets, pas d'exemples théoriques. Faites-le travailler sur deux tickets existants.

Mais attention, pas n'importe quels tickets. Un ticket incluant des commentaires positifs sur votre entreprise et un autre plutôt négatif. Supprimez les noms, les dates, etc., puis demandez-lui de répondre aux tickets. Donnez-lui des instructions claires et un délai pour répondre. Ensuite, étudiez les tickets, en faisant des commentaires de manière positive et constructive.

Pourquoi donner un ticket négatif et un autre positif ? Parce qu'ils sont plus difficiles à gérer. Les tickets clairement négatifs ont tendance à être plus facilement critiquables car ils sont plus directs. Les tickets positifs ou neutres sont plus subtils et nécessitent plus de réflexion.

Pendant que vous étudiez la réponse du candidat aux deux tickets, l'important réside dans les commentaires que vous lui faites. Le candidat prend-il bien vos commentaires ? Vous met-il à l'aise et vous sentez-vous libre de faire des commentaires ? Si le candidat

écoute avec attention et que vous avez l'impression qu'il utilise vos commentaires pour progresser, vous avez sous doute trouvé la bonne personne. Si vos commentaires ne font que l'énerver, il est probable qu'il n'est pas le bon candidat pour vous.



Prise de décision

Lorsque vient le moment de la décision, vous et vos collaborateurs impliqués dans le processus devez examiner certains points de chaque étape de ce processus :

- Le candidat est-il motivé ?
- A-t-il une large palette d'intérêts et de hobbies ?
- Aime-t-il aider les gens ?
- Veut-il vraiment, mais vraiment, travailler dans votre entreprise ?
- Est-il libre rapidement ?
- Est-il de culture compatible ? Va-t-il bien s'entendre avec vous et le reste de l'équipe ?
- Êtes-vous convaincu que cette personne représentera bien l'entreprise, ses valeurs et sa mission auprès des clients ?

Si vous avez répondu à toutes ces questions et que vous n'êtes pas à 100% sûr de vouloir embaucher cette personne, la réponse est « Non ». Cela peut paraître dur, mais n'engagez pas un candidat si vous avez le moindre doute à son sujet.

En général, votre décision finale prendra l'une des quatre formes suivantes :

✓ **Oui** – Embauche

✗ **Non** – Pas d'embauche

Non, mais pourrait correspondre à un autre poste –

Si un candidat a la culture nécessaire mais n'est pas idéal pour le poste proposé, ses compétences pourraient mieux correspondre à un autre poste dans l'entreprise. Dans ce cas, réorientez-le vers ce poste.

Oui, mais pas maintenant – Dans toute période d'embauche, il est possible qu'il y ait plus de candidats valables que de postes proposés. Cela peut représenter une opportunité. Faites une offre au meilleur candidat et placez les autres « en attente » pour l'avenir. Si d'autres postes s'ouvrent plus tard, vous ne serez pas forcément obligé de reprendre tout le processus d'embauche.

Il peut aussi arriver que vous ayez besoin d'accroître vos effectifs de manière temporaire (en été, à Noël, etc.). Vous disposerez alors d'une liste de candidats adaptés à des postes en contrat court.

10

Conclusion

Votre équipe d'assistance est un organisme vivant : elle va croître, mûrir et s'adapter à de nouveaux défis. Nous espérons vous avoir donné toutes les clés pour choisir les meilleures personnes nécessaires à une équipe performante, qui va représenter les valeurs de votre entreprise et placer le client comme priorité absolue.