

Comment apporter une plus-value ?

Les informations demandées par les clients sont à 80 % prévisibles (localisation des entreprises, moyens d'y accéder, correspondance, horaires, proximité des arrêts, tarifs d'abonnement, ...)

La plus-value de l'agent commercial consiste donc à :

- 1- **Se doter des informations** qui lui sont demandées en repérant le niveau de stress de son interlocuteur (Rendez-vous important, retard...).

Exemple

Client : « Je voudrais savoir comment me rendre à la Place de l'Etoile »

Accueil : 1 - Rassurer

- "Bien sûr, Monsieur, C'est très simple" (*sauf si cela ne l'est pas*)

2 - Expliquer

- (Vous prenez le document que vous dépliez)
- (Vous notez où se situe votre interlocuteur) : "Vous êtes ici à la station "...."
- (Vous montrez l'arrêt) : "Vous allez prendre le CAR en direction de Baggersee..."
- (Vous projetez sur le support visuel le lieu où votre interlocuteur va se situer) : "vous vous retrouverez ici,..."
- (Vous dessinez le chemin qu'il devra suivre) : "alors vous prenez..."

- 2- **Anticiper** les besoins, en fonction des événements (grève, forum, conférence) et demander les informations qui pourraient être utiles.

Cette dernière attitude présente l'avantage de vous donner une image de professionnalisme et de compétence, ainsi vous participez à la construction positive de l'image de votre entreprise.

Ainsi, nous vous conseillons d'avoir toujours à votre disposition les dépliants présentant l'ensemble des lignes et votre environnement immédiat. Un plan élargi de votre ville pourrait aussi être utile.