

## Description

Domaine de compétences Z4

# Relations avec la clientèle

Examen professionnel Coordinateur d'atelier automobile  
Diagnosticien d'automobiles orientation véhicules légers  
Diagnosticien d'automobiles orientation véhicules utilitaires

Publication de la Commission de surveillance de la qualité  
Examens professionnels techniques de l'UPSA

Version du 17 juillet 2014

Caractéristiques

Annexe

## Caractéristiques

Domaine de compétences	<b>Relations avec la clientèle</b>
Brève description	Etablissement de devis, bonnes manières, conduite d'entretiens, communication au téléphone, entretiens de réclamation.
Compétences d'action professionnelles	Etablir les devis avec transparence, conseiller les clients de manière compétente et assurer un suivi des clients promouvant le succès en employant une technique de communication adaptée.
Compétences personnelles et sociales	Etre persévérant, être un-e spécialiste passionné-e, faire preuve d'une conscience élevée des coûts, organiser son travail avec efficacité, pratiquer une approche en réseau.
Profil de qualification	La description complète et les critères d'évaluation concernant la mise en œuvre des compétences et des connaissances figurent dans la directive relative au règlement d'examen (voir fiches dans le profil de qualification).
Heures d'enseignement	30 heures au total (à convertir en leçons) Recommandations pour la répartition, voir consignes jointes en annexe
Examen de certificat	Ce domaine de compétences s'achève par un examen de certificat. L'examen est considéré comme « réussi » ou « non réussi ». Des détails concernant l'accès, l'organisation, le déroulement, la durée de validité, la répétition et les réclamations figurent dans la « Directive sur le règlement de l'examen professionnel de diagnosticien d'automobiles et de coordinateur d'atelier automobile ». (description dans la directive)
Certificat de compétence	Un certificat est décerné pour les examens réussis. (description dans la directive)
Examen final	La réussite de l'examen de certificat constitue une condition d'admission à l'examen final.
Sites de formation	Les institutions recommandées par l'UPSA figurent sur le site Internet : <a href="http://www.agvs.ch">www.agvs.ch</a>
Conditions/ connaissances préalables	L'enseignement et l'examen de certificat s'appuient sur les compétences du CFC de mécatronicien d'automobiles ou autres conditions équivalentes. Le permis de manipuler les fluides frigorigènes représente une condition préalable et, par conséquent, ne fait plus l'objet d'une formation. Les institutions proposent des cours de mise à niveau.
Organisme responsable	Union professionnelle suisse de l'automobile (UPSA), Wöflistrasse 5, Case postale 64, CH-3000 Berne 22

# **Annexe**

Description du domaine de compétences

Z4

## **Relations avec la clientèle**

**(diagnosticien d'automobiles,  
coordinateur d'atelier automobile)**

Recommandations de la commission d'assurance qualité  
des examens professionnels techniques de l'UPSA

**Objectifs et indications**

**Conditions cadres méthodique-didactique**

# ANNEXE

## 1 RELATIONS AVEC LA CLIENTELE

### Objectifs d'apprentissage

### 1 Calcul des dommages (env. 15 h)

#### 1.1 Etablissement de devis

- Etablir des devis transparents pour les travaux d'entretien et les travaux de réparation mécanique à l'aide des outils électroniques courants

### 2 Contacts (env. 15 h)

#### 2.1 Bonnes manières

- Nommer les bonnes manières à respecter impérativement au contact des clients et justifier leur impact

#### 2.2 Conduite d'entretiens

- Conduire des entretiens d'analyse technique.
- Détecter les symptômes : réclamation technique de la clientèle
- Conseil, vente, réflexions d'ordre économique (valeur actuelle par rapport aux coûts de réparation)
- Expliquer les devis au client. Si besoin est, lui donner les informations nécessaires précises sur les limites telles que : La participation des clients, la part de garantie, la part correspondant au geste commercial, la part de l'assurance responsabilité civile ainsi que la participation interne

#### 2.3 Communication au téléphone

- Enumérer les principales règles et techniques de communication au téléphone
- Mener un bref entretien téléphonique pour une situation professionnelle typique

#### 2.4 Entretiens de réclamation

- Enumérer les principales règles de comportement et méthodes à employer dans le cas d'entretiens de réclamation. Les appliquer dans un petit jeu de rôles

## Catalogue des thèmes Domaine de compétences Z4 « Relations avec la clientèle »

- La liste des systèmes se base sur les objectifs d'apprentissage correspondants.
- Les thèmes sont décrits **selon la méthode** / didactique dans la colonne de droite

### 1 Calcul des dommages

#### 1.1 Etablissement de devis

Thèmes / Accents	Remarques contraignantes
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Identifier correctement un véhicule</li> <li>-Sélectionner les travaux et les pièces</li> <li>-Tenir compte des travaux connexes</li> <li>-Tenir compte de la TVA, de l'escompte et des réductions</li> </ul>	<p><b>Numéro de plaque</b>, numéro de châssis, numéro de matricule, kilométrage</p> <p>N° de réception par type</p> <p><b>Programme : Audatex ou Auto-i-dat</b></p> <p>Saisir les <b>positions</b> de travail manuelles et les pièces</p> <p>Tenir compte de l'état général</p> <p>Différences prix fixe / forfaits approx.</p> <p>Véhicules en état d'origine conformément à la réception par type</p>

### 2 Contacts

#### 2.1 Bonnes manières

Thèmes / Accents	Remarques contraignantes
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Hygiène corporelle</li> <li>-Vêtements</li> <li>-Attitude convaincante</li> <li>-Langage du corps, gestuelle et mimique</li> <li>-Ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire</li> </ul>	<p><b>Vêtements :</b></p> <p>Propreté, chemise, polo, image de la marque, effet sur le client, obligations importateur, tatouage</p> <p><b>Langage corporel :</b></p> <p>Amabilité, sourire, sincérité, accueil, regard, tenue, tonicité, expression du visage, distance avec l'interlocuteur, mains et bras, poignée de main</p> <p><b>Hygiène :</b></p> <p>Odeurs, habitudes alimentaires, tabac, dents, parfum, ongles, cheveux, rasage</p> <p><b>Préparation, ponctualité</b></p> <p><b>Communication non-verbale:</b></p> <p>Signes typiques</p>

#### 2.2 Conduite d'entretiens

Thèmes / Accents	Remarques contraignantes
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Techniques de questionnement</li> <li>-Écoute active</li> <li>-Utiliser les formes de questionnement de manière ciblée (question ouverte, fermée, alternative, à but informatif)</li> <li>-Jeux de rôles</li> <li>-Tactiques de conversation déloyales</li> </ul>	<p><b>Technique de questionnement :</b></p> <p>Ouverte, fermée, suggestive, alternative</p> <p>Avantages et inconvénients des techniques de questionnement</p> <p>Élaboration d'un ordre de travail avec les informations recueillies</p> <p>Ne pas insécuriser le client</p> <p>Pas de diagnostic hâtif, pas de promesses</p> <p>Déceler les besoins du client</p>

	<p>Déroulement correct lors d'une course d'essai de diagnostique avec le client Essai sur route pour analyser les défauts, si possible avec le client</p> <p>Jeu de rôles essai sur route. Mettre en évidence les éventuels défauts Celui qui pose des questions mène la discussion. Ne pas perdre la maîtrise du dialogue Lire entre les lignes, poser activement des questions Gestion du temps</p> <p>Connaître ses propres compétences Ne pas rejeter la responsabilité du défaut sur l'importateur / le constructeur ou un collaborateur Prendre le client au sérieux Etre transparent</p>
<p>-Définir des limites : la réparation est-elle encore rentable comparée à la valeur actuelle ? -Identifier les besoins actuels des clients et argumenter en ce sens</p>	<p>Savoir utiliser l'évaluation du véhicule, réparations à venir (freins, embrayage)</p> <p>Proposer un nouveau véhicule, possibilités de paiement, offre de reprise</p> <p>Offres à prix fixe, nommer le prix avant la réparation, transparence des prix, argumentation pièces bon marché / pièces haut de gamme Proposer des solutions de réparation / pièces moins chères La réparation moins chère comme outil de fidélisation du client (réparation à la valeur vénale)</p> <p>Connaître, appliquer, jauger et comparer les différents critères d'évaluation. Guider le client, mettre en évidence l'utilité, viser une situation gagnant-gagnant Collaboration SAV et vente</p> <p>Réflexion et action à long terme</p>
<p>-Qu'est-ce qu'une garantie ? -Définition de la notion de geste commercial -Démontrer l'utilité de la réparation -Jeux de rôles</p>	<p>Le geste commercial comme outil de fidélisation de la clientèle Gestion des objections du client</p> <p>Expliquer la notion, différences entre la garantie constructeur et les propres prestations de garantie</p> <p>Mettre en évidence les avantages et inconvénients pour le client et l'entreprise Mettre en évidence les conséquences Clarté, transparence et intelligibilité</p> <p>Ne pas faire de fausses promesses / espoirs Avant de s'engager, toujours s'entretenir avec l'assurance / l'importateur</p> <p>Qu'est-ce qu'une exigence du client / qu'est-ce qu'une mesure de fidélisation ?</p>

## 2.3 Communication au téléphone

Thèmes / Accents	Remarques contraignantes
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Accueil au téléphone</li> <li>-Démarrer l'entretien</li> <li>-Etre souriant au téléphone</li> <li>-Points à retenir pendant l'entretien</li> <li>-Conclure l'entretien téléphonique</li> <li>-Gestion du temps au téléphone</li> <li>-Jeux de rôles</li> </ul>	<p>Nom de l'entreprise, nom et prénom, rythme de la conversation</p> <p>Préparation de l'entretien avant l'appel d'un client</p> <p>Liste de contrôle d'un entretien téléphonique, déroulement de l'entretien, objectifs</p> <p>Répéter l'ordre du client avant de clore l'entretien</p> <p>Fixer par écrit ce qui a été convenu</p> <p>Souhaiter la bienvenue au client, demander et noter son nom</p> <p>Créer une atmosphère positive, générer la confiance</p> <p>Aborder les sujets connus</p> <p>Ne pas perdre le fil, mener la discussion</p> <p>Proposer des solutions, ne pas faire les choses à moitié, faire des propositions fermes</p> <p>Clore les thèmes abordés, mettre des points finaux</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Réclamation d'un client</li> <li>-Demande d'un client</li> <li>-Prise de rendez-vous</li> <li>-Jeux de rôles</li> </ul>	<p>Jeux de rôles réception du véhicule, étude des besoins ventes supplémentaires</p> <p>Respecter les délais de réponse</p> <p>Préparation de la liste de prix fixes</p> <p>Assurer la mobilité, fixer des délais précis, adaptés au client</p> <p>Service après-vente arrangeant (du point de vue technique ou commercial)</p> <p>Etre à l'écoute des demandes du client, donner des renseignements compétents</p> <p>Reconnaître les besoins du client, guider le client</p> <p>Rendez-vous aux heures d'ouverture</p> <p>Tirer profit des réclamations au téléphone</p> <p>Rester calme, écouter activement</p> <p>Prendre la direction de la conversation, remercier le client d'avoir appelé</p> <p>Exprimer sa compréhension, se montrer touché</p> <p>Faire les vérifications nécessaires, rappeler le client, demander son accord</p>

## 2.4 Entretiens de réclamation

Thèmes / Accents	Remarques contraignantes
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Attitude gagnant-gagnant</li> <li>-Le concept de Harvard</li> <li>-Enregistrer la réclamation</li> <li>-Clarifier</li> <li>-Confirmer</li> <li>-Clarifier les compétences</li> <li>-Trouver une solution</li> <li>-Jeux de rôles</li> </ul>	<p>Analyser soigneusement le problème / la réclamation</p> <p>Explication, définition</p> <p>Mettre le client à l'écart (pièce séparée)</p> <p>Pas d'accusations hâtives</p> <p>Que veut le client ? Proposition de solution, demander au client</p> <p>Élaboration d'un plan de mesures en cas de problèmes récurrents</p> <p>Principaux points d'un contrôle final du véhicule afin</p>

	<p>d'éviter les réclamations Nouveau contrôle après réparation</p> <p>Viser une utilité maximale pour les deux parties Négociation réaliste, accord à l'amiable Comprendre le client, se mettre à sa place, apaiser la situation Expliquer et évaluer la situation de manière objective Informé sur l'évolution du problème Qui fait quoi, attribuer les responsabilités Aspirer à des solutions efficaces et rapides, situations gagnant-gagnant</p> <p><b>Connaître les quatre principes de base (concept de Harvard)</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Traiter séparément les personnes et les problèmes</li><li>2. Se concentrer sur les intérêts (et non les positions)</li><li>3. Élaborer des décisions</li><li>4. Imposer des critères d'évaluation neutres</li></ol> <p>Appliquer ses connaissances à des situations de conflit concrètes</p>
--	---