

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	8 L'organisation, la planification et la production 8.6 La relation client	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

traduisant par le besoin en affaires important. Et ceux-ci est un cercle vicieux quant l'offre est relativement indifférenciée.

F Cette situation est vécue en 2002 et 2003 pour les **Sociétés de Service et d'Ingénierie en Informatique (SSII)** après le contre-coup de l'an 2000 et du passage à l'**Euro**.

8.6.2 Le service

Le service réalisé auprès de la clientèle peut se classer de la sorte :

- **Par rapport au terme de la vente.**
Il y a :
 - **Le service avant-vente.**
Dans le cadre de la commercialisation d'une solution globale, il est peut-être nécessaire de prouver au client que celle-ci est viable.
 - **Le service après-vente.**
Dans le cadre de la commercialisation d'une solution globale, il est important d'accompagner le client pour mieux le satisfaire.
- **Par rapport à la localisation de l'employé exécutant le service.**
Il y a :
 - **Le service hors site.**
Par exemple, une assistance téléphonique délivrée via un **Call center**.
 - **Le service sur site.**
Par exemple, la délégation de personnel comme les entreprises **Adecco** ou **Altran** le pratiquent.

F

8.6.2.1 L'organisation et la planification du service

L'activité de service étant intangible, ce qui rend le client d'autant plus méfiant, il est nécessaire d'offrir une prestation de qualité supérieure à celle qu'aurait une offre produite équivalente, si toutefois elle existe. De cette façon, le service est dépersonnifié par :

- **L'emploi d'un plan qualité.**
D'une part, il définit exactement le comportement que doivent adopter les prestataires rendant le service, d'autre part, il permet de normaliser les documents qui sont la seule trace tangible du service.
- **L'emploi d'une tenue vestimentaire normalisée.**
Ce code explicite – tenue des serveurs dans un restaurant – ou implicite – costume bleu marine pour les employés d'**IBM** évoluant sur le terrain – est important pour identifier qui va rendre service, à quelle entreprise il appartient donc quelles sont ses compétences et sa culture.

F

D'autre part, dans des sociétés aux offres nombreuses, telle **IBM**, la multiplicité des compétences et des savoir-faire nécessite une méthode pour identifier le bon intervenant en fonction du besoin réel du client et de son niveau de qualification requis.

..

Cet outil est le **tableau des compétences** que voici :