



Conseiller référent



Avec la contribution financière
du compte d'affectation spéciale
«développement agricole et rural»

Conseiller référent



- Quels bénéfices pour le client? Pour la Chambre?
- Quelles missions ?
- Quel Profil ?
- Quelles compétences ?
- Quelles modalités mettre en œuvre pour un fonctionnement optimisé de cette fonction ?
- Points de vigilance

Quels bénéfices pour le client ?

- « Mieux vous connaître pour mieux vous servir »
- Avoir un interlocuteur privilégié qui me connaît et qui connaît mon exploitation (je n'ai pas besoin de tout expliquer à chaque fois)
- Etre écouté (soucis, besoins, niveau de satisfaction...) dans le cadre d'une approche globale
- Etre mis en relation vers les bonnes personnes qui vont apporter les bonnes réponses
- Avoir un suivi et l'assurance que mes besoins, demandes, réclamations seront suivies et traitées avec réactivité

Quels bénéfices pour la Chambre ?



- Mieux connaître les besoins des clients par une écoute large, pour apporter le bon service au bon moment, faire évoluer ses prestations etc.
- Valoriser sa gamme de prestations et faire de la prescription croisée (« Chaque conseiller contact devient l'ambassadeur de la CA »)
- Fidéliser, prospecter
- Avoir des prescripteurs proches des clients
- Mesurer la satisfaction pour s'améliorer et réajuster l'offre
- Tenir une base clients à jour

Quelles missions ?



- Ecouter les besoins, suggestions, réclamations des clients (écoute large) à l'occasion :
 - d'un point conseiller/client une fois par an (lors d'une visite de conseil par exemple),
 - des contacts du conseiller avec le client (formations, conseils, réunions groupes etc.) et à la demande du client.
- Prendre en compte les nouveaux besoins, les capitaliser, veiller à ce qu'ils soient traités.
- Prendre en compte les réclamations et veiller à leur traitement dans les meilleurs délais.
- Evaluer la satisfaction de son client quant aux prestations réalisées par la Chambre.
- Capitaliser les informations recueillies sur le client dans la GRC et veiller à la mise à jour des données du client en cas d'évolutions.
- Mettre le client en relation avec les personnes compétentes pour répondre aux besoins spécifiques du client quand ils sont en dehors de son champ de compétence et assurer le suivi de leurs interventions.
- Prescrire des prestations en relations avec les besoins du client et surveiller si ces prescriptions ont été suivies
- Contribuer au ciblage des clients dans le cadre d'actions commerciales.
- Partager avec son responsable les informations importantes liées à son client.

Quel profil pour remplir cette fonction ?



Conseiller :

- Le plus présent auprès du client du fait de sa spécialité
- Le plus proche géographiquement
- Le plus proche au niveau du relationnel (affinités)
- Fonction de la relation privilégiée établie avec le client à travers par ex. une prestation de conseil global (installation)

Quelles compétences pour remplir cette fonction ?



- Sens du relationnel, empathie
- Capacités d'écoute
- Avoir une écoute large au-delà de son domaine de spécialité (formé à l'approche globale)
- Mobiliser les ressources nécessaires pour répondre aux besoins du client :
 - Connaître les domaines de compétences internes à la Chambre (ou de la Chambre régionale) et de partenaires pour les mobiliser si besoin afin de répondre aux besoins du client
 - Connaître l'offre de la Chambre et savoir la présenter pour proposer les services pertinents (formé à la vente)
 - Utiliser la GRC pour rechercher et capitaliser de l'information autour du client

Quelles modalités mettre en œuvre pour un fonctionnement optimisé de cette fonction ?



- Déployer une stratégie d'entreprise, déclinée en stratégie RH, marketing, etc. pour donner du sens à l'action,
- Avoir le soutien des élus
- Accompagner les conseillers: les chefs de service et d'équipe pilotent les activités et soutiennent les conseillers (priorisation des activités, appuis, formations)
- Se doter d'une organisation pour gérer avec réactivité les besoins, réclamations etc.
- Former les conseillers pour cette fonction (approche globale, posture client, vente...)
- Fournir un appui commercial dans les supports (argumentaires de vente, grille d'entretien découverte, book des prestations...)
- Reconnaître la fonction de conseiller référent (fiche de poste)
- Avoir un fichier clients (OCTAGRI) nickel !
- Avoir un portefeuille clients gérable (50 environ).
- Allouer le temps nécessaire: Evaluation du temps sur la base d'un portefeuille de 50 clients: moyenne d'environ 1h30 /client (point annuel, capitalisation suivi des données issues de l'écoute client) = 10 jours/an.
- Le suivi du portefeuille client doit être un temps posé dans l'agenda.

Points de vigilance



- Le client doit avoir des affinités avec le référent, mais attention quand même à respecter un critère de proximité géographique
- Il faut tracer les contacts
- Il faut que le processus d'écoute client local (dep.) soit connecté au processus régional
- Des modalités de surveillance sont à mettre en place pour s'assurer que tous les clients ont été contactés au moins une fois/an
- Il faut que marketing et qualité soient associés notamment pour la réalisation de la mesure de la satisfaction et le recueil des besoins par le référent (et par l'enquête) et pour les actions liées à l'amélioration continue en lien avec ce qui en sort.
- Le conseiller référent ne doit pas faire du « harcèlement » auprès de ses clients pour vendre à tout prix et sa mission ne doit pas être centrée uniquement sur des objectifs commerciaux