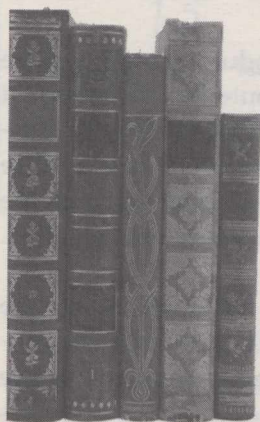


Compte rendu de livres

« *Best Practices: Building Your Business With Customer-Focused Solutions* »



SDC International prévoit présenter sur une base régulière la rubrique *Compte rendu de livres* où il sera question d'ouvrages traitant de sujets intéressant le SDC. Le premier ouvrage de cette série

nous est proposé par la Direction de la politique et de la planification stratégique (TBX). Vous trouverez ci-dessous le résumé d'un compte rendu de Tom Brown sur l'ouvrage de Thomas B. Kelly, Robert Hiebeler et Charles Ketteman, *Best Practices: Building Your Business With Customer-Focused Solutions*, avril 1998. Ce livre trouve un écho favorable dans l'Initiative de mesure du rendement mise sur pied dernièrement par le MAECI. On peut emprunter des exemplaires de ce livre à TBX. Les lecteurs de *SDC International* sont invités à nous communiquer des résumés ou des comptes rendus d'ouvrages qu'ils jugent utiles pour nos lecteurs.

Ce nouvel ouvrage sur la gestion expose à grands traits les techniques utilisées par plus d'une quarantaine d'organisations parmi les plus importantes au monde pour atteindre l'excellence dans le service à la clientèle. Ces entreprises ont été cotées par des consultants de Arthur Andersen selon un système de classement qui tient compte de six processus dont la connaissance des marchés et des clients, l'amélioration des méthodes de commercialisation et de vente, et la création de systèmes de gestion de l'information-client.

Dans *Best Practices*, on nous explique comment ces entreprises hautement cotées sont parvenues là où elles sont. L'ouvrage combine des récits divertissants de réussite d'entreprises avec des listes d'ouvrages détaillées et pertinentes, et des conseils en matière de service à la clientèle. Les auteurs recommandent aux organisations de « sonder leurs clients fréquemment, systématiquement, directement et individuellement » et de

« développer un système intégré qui permettra de traiter des commandes adaptées aux besoins de la clientèle » [*Traduction*]. À la fin de chaque chapitre se trouve une série de questions qui servent à évaluer la qualité du service à la clientèle de l'organisation.

On décrit *Best Practices* comme un condensé des actions que posent les entreprises chefs de file pour se constituer une clientèle, la satisfaire, la fidéliser et l'accroître. Les experts-conseils de Arthur Andersen concluent que « l'excellence n'est pas l'apanage d'une entreprise [comme FedEx ou Dell] ou d'une industrie en particulier [secteur hôtelier par exemple]; on peut la retrouver plutôt dans toute entreprise commerciale, grande ou petite, de n'importe quel secteur d'activités » [*Traduction*]. Les auteurs affirment que tout gestionnaire d'entreprise, de quelque secteur que ce soit, peut trouver des façons plus originales et plus efficaces de résoudre ses problèmes commerciaux et de répondre aux besoins de sa clientèle, s'il considère l'évolution de chaque processus universel fondamental.

L'idée essentielle : l'excellence consiste à se transcender soi-même; c'est une évolution tout à fait personnelle. Les auteurs de *Best Practices* concluent que lorsqu'une organisation apprend à parler le langage des processus, qu'elle établit une relation de confiance avec les intéressés et qu'elle anticipe les changements plutôt que d'y réagir, elle sert ses intérêts et ceux de sa clientèle.

Source : « Are you a Player or a Fan », Tom Brown, *Across the Board*, United States Conference Board, avril 1998.

Best Practices: Building Your Business With Customer-Focused Solutions, par Thomas B. Kelly, Robert Hiebeler et Charles Ketteman.