



LES  
ÉVÉNEMENTS

# REGARDS SUR LA JOURNÉE DE LA RELATION CLIENT

En plénières, en assemblées plus modestes, dans les offices, partout en France, notaires et collaborateurs se sont rassemblés. Récits et témoignages de quelques expériences.

Par Michèle Berzosa - Reportage photo de Jean-Marc Gourdon



À Boulogne-Billancourt, échanges avec les notaires et collaborateurs de la chambre des Hauts-de-Seine.

**S**i les Rolling Stones ne parvenaient pas à trouver la «satisfaction», leur musique qui accompagne le lancement de la Journée de la relation client donne pourtant le ton de la réunion: rythme, dynamisme, détermination... À Boulogne-Billancourt (92), Philippe Bloch, entrepreneur, chroniqueur sur BFM Business et auteur d'un bon nombre d'ouvrages sur le monde de l'entreprise assure l'animation, accompagné de Flore de Saint-Maurice, notaire à

Antony, ambassadeur PNA et membre de la chambre. Face à eux, plus de 220 notaires et près de 150 collaborateurs<sup>1</sup> se sont répartis entre deux séances. Pour ne pas pénaliser l'emploi du temps et l'activité des offices, la chambre a en effet proposé deux dates, le 11 octobre et le lendemain. Ces réunions de quelques heures se déroulent à l'espace Landowski. La présence de tous les notaires a été requise par la circulaire du président de la chambre, Franck Lodier, notaire à Vanves. « Ces deux demi-journées seront l'occasion

*de faire de l'expérience client le pivot de la stratégie de l'office et d'intégrer une culture du service », prévenait le président après avoir convié également les collaborateurs. « Il s'agira de réunir les salariés de nos études, même ceux qui ne rédigent pas directement d'actes authentiques et qui sont pourtant un maillon essentiel dans la relation avec le client : secrétaires, standardistes, collaborateurs aux successions et actes courants. Tous contribuent, quelle que soit leur fonction, à la prise en compte des attentes de nos clients. »*

## « ATTENTION LES TEMPS CHANGENT ! »

Ce vendredi 12 octobre, en introduction, le président Lodier explique plus amplement les enjeux de la relation client. « La satisfaction d'un client est fondée sur un trépied : la compétence qui, en matière juridique, ne nous a jamais fait défaut, le coût et les délais qui, malgré l'émergence de nouvelles technologies et du fait de la complexification du droit et de l'augmentation des vérifications à effectuer, ne cessent de croître. Que l'une des dernières branches du trépied vienne à s'allonger, c'est l'ensemble de la relation qui trébuche. »

Philippe Bloch, dont le premier livre publié en 1986 s'appelait *Service compris, les clients heureux font les entreprises gagnantes*<sup>2</sup>, propose ensuite un petit jeu sémantique. « Pour les assureurs, rappelle-t-il, un client est un... sinistre, pour les taxis... une course, pour les restaurateurs... un couvert, etc. » Et pour les notaires ? Un dossier ? C'est certainement pour abolir cette vision que la Journée de la relation client a été initiée.



## « Partager tous ensemble une dynamique »

À Lyon, Thierry Chanceau, le président de la chambre des notaires du Rhône, a réuni mille notaires et collaborateurs dans une salle de congrès de Villeurbanne. « Il m'a semblé essentiel de faire de cette réunion une séance collective, de partager tous ensemble une dynamique comme nous le faisons déjà pour des formations et dans l'esprit des Notariales 2018. Pour l'animation, j'étais assisté de Patrick Zoude, consultant et formateur, et nous avons été rejoints par le chef étoilé Christian Têtedoie. En effet, le parallèle entre la perfection d'un plat, qui perd tout son attrait s'il est mal servi, et la qualité de nos actes dévaluée, si la satisfaction complète du client n'est pas au rendez-vous, m'a semblé intéressant et explicite. De fait, ce témoignage s'est révélé riche d'enseignements.

La matinée a commencé par un café d'accueil et s'est terminée par un cocktail qui a permis à de nombreux notaires et collaborateurs de prolonger les échanges entrepris en plénière. J'insiste sur l'aspect collectif de la demi-journée. Il me semble que nous sommes prédisposés à partager nos difficultés et nos efforts pour les résoudre. Nous devons passer de la collaboration à la coopération, entre collaborateurs mais aussi avec les clients. Bien sûr la charge de travail a été plusieurs fois évoquée comme un frein ou une contradiction à certaines injonctions, mais au final, la démarche visant à améliorer notre relation client est apparue gagnante pour tout le monde. »

Les clients sont bien des personnes, avec leurs sentiments, leur intelligence et aussi des exigences qui ont changé et auxquelles il faut s'adapter. « Mais on ne nous apprend pas l'empathie à l'école ou à l'université », observe, lors de la première table ronde, David Martiano,

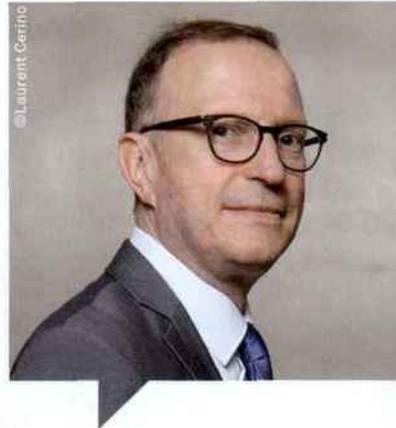
collaborateur, touché comme beaucoup de participants par le témoignage vidéo du docteur Ghada Hatem-Gantzer. « Pourtant, c'est à nous d'entrer dans la bulle du client », poursuivait-il.

Entrer réellement dans l'univers du client et y trouver son chemin demande effectivement de l'empathie et du temps. Or les principales raisons d'insatisfaction des clients mises en évidence par l'enquête Harris Interactive sont le sentiment de lenteur dans la conduite de leur affaire, la longueur des délais ou encore le manque de réactivité dans les offices, voire le manque d'écoute et de conseils. « Le problème est que la pression qui s'exerce sur nous ne cesse d'augmenter depuis vingt ans », souligne une participante. « Expliquons-nous assez les procédures et leurs délais ? Les clients veulent comprendre, être

rassurés... », lui répond-on dans la salle. Suivant le fil des documents vidéo, outils préparés spécialement pour la journée et

téléchargés quelque 4 700 fois par les notaires et instances, les sujets se succèdent. La ponctualité perçue comme une marque de respect du client,

une salle d'attente aménagée « comme chez soi », la nécessaire pédagogie pour



expliquer les termes juridiques... « Moi, je fais systématiquement un dessin. Pour l'usufruit, un pommier avec son tronc et ses pommes », révèle, souriante, une notaire présente.

Après le témoignage filmé de Karine Fauré, notaire à Senonches (28), expliquant qu'elle use d'un service de transport à la demande pour faire venir à l'office ses clients non motorisés, Franck Lodier alerte : « Nos confrères en zones rurales nous ont devancés dans le domaine des services aux clients. Nous sommes, certes, plus favorisés mais attention, les temps changent ! »

## « LES CLIENTS NE PARDONNENT PLUS RIEN »

La deuxième table ronde est consacrée au solde des comptes à la signature et au Baromètre satisfaction client. Delphine Marie-Sutter y témoigne. La notaire, créatrice à Ville d'Avray – elle a prêté serment en février 2018 –, a mis en place les deux

### Faire de l'expérience client le pivot de la stratégie de l'office

Table ronde animée par Flore de Saint-Maurice (à gauche) et Philippe Bloch (à droite).





### « Savoir dire non, en tant qu'officier public »

Henri Lenouvel est notaire à Marseille. Non loin de son office, une autre étude de taille équivalente a accepté de se déplacer pour partager la Journée de la relation client. Au total, quatre notaires et une vingtaine de collaborateurs étaient donc réunis. « Les collaborateurs étaient plutôt satisfaits de cette initiative, même si dans notre office nous nous réunissons habituellement une fois par mois, et un collaborateur à tour de rôle définit l'ordre du jour.

Les irritants exposés en vidéo nous ont interpellés mais pas surpris, nous les connaissons tous et cherchons continuellement à les combattre. En revanche, nos collaborateurs pensaient trouver à l'occasion de cette journée

des solutions prêtes à l'emploi alors qu'on nous demandait de dégager nous-mêmes nos pistes d'amélioration. Nous avons donc abordé plusieurs questions : les avantages et inconvénients des lignes directes, la mobilisation d'un clerc de service tournant, les logiciels de suivi de dossier, la gestion des agendas des notaires, les réponses à apporter à un nouveau client qui sollicite un rendez-vous lorsque les agendas sont déjà pleins, la gestion du stress... Dans le contexte concurrentiel que nous connaissons, le problème du rendez-vous sollicité par un nouveau client est important.

Le solde du compte à la signature a suscité un grand débat qui aboutira probablement sur un changement de pratique même si nous ne sommes pas encore prêts. Ce qui en ressort pour l'instant est, à mon avis, que le principe milite en faveur de la plume unique vendeur.

Enfin, j'ai souhaité rappeler que notre devoir de conseil, c'est aussi de savoir dire non, en notre qualité d'officier public. »



outils. « Le baromètre pour se remettre en question, le solde pour laisser au final une bonne impression. »

Jean-François Humbert, encore premier vice-président du CSN, via la vidéo, rappelle les trois idées-forces qui sous-tendent le développement des outils numériques : organiser le travail en commun, évaluer et permettre aux clients d'accéder aux services notariaux. « Des outils à notre service et qu'il ne faut pas craindre », ajoute l'actuel président du CSN, tout

en soulignant qu'ils ne sont qu'un complément à l'indispensable proximité, à la compréhension des besoins des clients et à la compétence.

Après une ultime table ronde durant laquelle trois start-up sont présentées à l'assistance<sup>3</sup>, Philippe Bloch résume : « Aujourd'hui, alors que nous connaissons des mutations profondes, les clients ne pardonnent plus rien. Or les clients satisfaits rendent les entreprises pérennes. Vous avez un grand projet avec "Vis ma vie de

### « Le solde à la signature, nous devons trouver le meilleur moyen d'y parvenir »

Delphine Gérard-Morel est notaire à Savenay (44). Notaires et collaborateurs de son office ont rejoint deux autres études géographiquement proches. Au total, 35 personnes se sont retrouvées pour un déjeuner, une séance de travail prolongée enfin par un goûter.

« S'ouvrir aux expériences des autres, à leurs visions, partager nos idées est toujours une bonne chose. Nous avons d'ailleurs constaté que nous n'avions pas forcément les mêmes pratiques, pas les mêmes habitudes. Par exemple, certains collaborateurs n'avaient pas connaissance du Baromètre satisfaction client. L'outil a d'ailleurs fait l'objet d'un débat entre nous. De même que le solde à la signature. Il s'agit pour nous d'une action en gestation. Nous avons la volonté de l'instaurer mais elle nécessite de modifier le parcours de l'acte au sein de l'étude et nous devons, pour cela, tenir compte du ressenti des comptables. Nous avons prévu de poursuivre cette réflexion. Pas question d'imposer un stress inutile à nos équipes, nous devons trouver le meilleur moyen d'y parvenir.

Globalement, les informations diffusées à l'occasion de l'événement ont intéressé nos collaborateurs, particulièrement le témoignage vidéo de Philippe Bloch qui a relancé le débat entre nous. Néanmoins, certaines solutions suggérées ont paru un peu décalées. Les huiles essentielles dans la salle d'attente par exemple ont semblé anecdotiques. »

client". Vous pouvez devenir la profession emblématique de la satisfaction client. Voyez grand ! » Une conclusion enthousiaste sur l'air du vieux tube mythique. « Cause I try and I try... » |

<sup>1</sup> Le 11 octobre 2018, la chambre comptait 270 notaires et 79 offices.

<sup>2</sup> Éditions Jean-Claude Lattès, puis en poche chez Marabout, plus de 500 000 exemplaires vendus.

<sup>3</sup> MyNotary, Foxnot, Notiplus.