

LA BIBLIOTHÈQUE IDÉALE DU SERVICE CLIENT

Romans, essais, blogs... Une vraie muse pour les écrivains.

Pour rire un peu ou se documenter

Service clientèle de Benoît Duteurtre (Gallimard, 5,10 €). Hilarante et ironique description du caractère kafkaïen de nombreux services clients.

Notre aimable clientèle d'Emmanuelle Heidsieck (Denoël, 14 €). Le passage difficile de la notion d'usager à celle de client dans les ex-Assedic. Une fiction ?

Les Tribulations d'une caissière d'Anna Sam (Stock, 15,50 €). Portrait, sans détour et sans fard, du quotidien d'une hôtesse de caisse. Où l'on apprend comment faire le fameux « sbam » (Sourire Bonjour Aurovoir Merci) et à gérer les clients parfois désagréables.

The Best Service Is No Service de Bill Price et David Jaffe (Jossey-Bass, 22,24 €) Le Graal ? C'est que vous n'avez plus besoin de service client tant vos consommateurs sont satisfaits !

mais aussi les transformations que celui-ci impose aux organisations.

Le Travail du consommateur de Marie-Anne Dujarier (La Découverte, 18 €). De McDo à eBay, l'ouvrage éclaire la façon dont nous coproduisons nos achats. Nous émettons nous-mêmes notre billet de train, nous nous dépannons sur les forums...

Service compris 2.0 de Philippe Bloch (Ventana, 20 €). Vingt-cinq ans après son best-seller, *Service compris*, l'auteur n'a pas perdu la main. Son nouvel opus s'intitule *Service compris 2.0*. Le lecteur y trouvera 360 idées et conseils pour améliorer la qualité de service à l'heure d'internet. L'ouvrage peut être consulté sur smartphone et sur papier.

Pour devenir un expert

Deux revues et quelques blogs incontournables ou déroutants.

La revue En-Contact www.en-contact.com

Le magazine Relation client, www.relation-clientmag.fr

www.servicesclients.com

Le blog de Thierry Spencer www.sensdu-client.blogspot.com

Le Service client pour les nuls, (Éditions Générales First, 22,90 €), un guide pratique et détaillé traduit et adapté en France par Ralph Hababou.

Et même à l'écran...

Le cinéma et la télévision s'intéressent désormais à l'univers des centres d'appels. Dans **John and Jane**, le réalisateur Ashim Ahluwalia décrit la vie quotidienne des 350 000 employés de ce secteur en Inde, à travers les tribulations de Namrata et Vandana qui deviennent Naomi et Nikki pour répondre, la nuit, aux numéros verts américains.

Dans la même veine, en plus burlesque et tragi-comique, *Outsourced* est une série télévisée qui, l'année dernière, a fait un véritable carton sur la chaîne américaine **NBC**. En France, une comédie a vu le jour. **Opération 118 318, sévices clients** (sortie en DVD en décembre 2011) a été co-écrite et produite par un ancien professionnel du secteur. Il s'agit d'une réflexion cocasse sur la mondialisation à travers l'histoire d'un centre d'appels auvergnat... promis à la délocalisation, mais qui sera sauvé par ses salariés débrouillards ! ●

Pour comprendre les enjeux et les évolutions

Servir ou disparaître (Vuibert, 20 €). Des spécialistes du sujet, Martine Calligaro, consultante, et Jean-Jacques Gressier, créateur de l'Académie du service, décrivent les opportunités de différenciation et de création de valeur pour l'entreprise grâce à l'esprit de service,

