

# Le règlement, c'est le règlement !

« **D**ésolé, mais tous nos terminaux de paiement sont en panne, et nous ne pouvons accepter aucun règlement par carte aujourd'hui...  
– Ce n'est pas grave, je vais vous faire un chèque...

– Si vous voulez, mais nous n'acceptons pas les chèques en dessous de 50 euros. Vous ne voyez pas ? C'est écrit là !

– Bon alors, on fait quoi ? J'en ai à peine pour 20 euros et je n'ai pas suffisamment de liquide sur moi.

– Ben, vous n'avez qu'à aller chercher de l'argent dans un distributeur, il y en a un à 200 m...

– Et puis quoi encore ? Ne pouvez-vous pas appeler votre manager et lui demander qu'il change le règlement, juste pour aujourd'hui ?

– C'est moi, le manager, et la règle, c'est la règle !

– Dans ces conditions, vous pouvez le garder, votre chariot ! Et je ne suis pas prêt de remettre les pieds chez vous. » A observer le regard honteux des collaborateurs de ce « manager » hors pair, témoins de notre échange, je me dis qu'il ne doit pas toujours être facile de travailler pour quelqu'un que l'on méprise, et que pareil comportement contribue inévitablement à creuser l'écart entre les salariés et ceux qui sont censés leur donner l'exemple. Car vous ne rêvez pas ! Nous ne sommes pas en Union soviétique en 1965, mais bien dans un Monop' parisien du très chic VIII<sup>e</sup> arrondissement de Paris, à deux pas du non moins chic parc Monceau. Fous de rage, les clients abandonnent un à un leurs achats, et quittent le magasin en échangeant un regard complice en guise de « quelle bande d'abrutis, là-dedans ! ».



**PHILIPPE BLOCH**

Fondateur de Columbus Café et auteur de *Service compris 2.0*, [www.servicecompris2.0.com](http://www.servicecompris2.0.com)

de distinguer la règle de l'exception ou de montrer l'exemple à leurs collaborateurs en prenant des initiatives allant systématiquement dans le sens de l'intérêt du client. Cela explique peut-être que le verbe américain *empower* soit si difficilement traduisible dans la langue de Molière : donner du pouvoir, faire confiance, déléguer, confier des responsabilités, faire grandir. Au pays des « cadres » (dont le dictionnaire rappelle utilement qu'il s'agit d'une « structure rigide qui entoure du vide »), il n'est jamais inutile de rappeler combien l'*em-*

*powerment* est la condition sine qua non d'une véritable culture du service. Car non seulement sa pratique flatte l'intelligence de nos salariés au

lieu de l'insulter, mais surtout elle donne de notre entreprise l'image d'un lieu où chacun est invité à la faire progresser. Quand survient un incident qui impacte négativement la qualité de notre prestation, que nous en soyons responsable ou non, plus aucune règle ne doit compter, dès lors que nous ne mettons pas en danger la sécurité de nos clients. A l'occasion d'une prochaine réunion de travail avec vos équipes, assurez-vous qu'aucune situation de ce type ne s'est produite récemment chez vous (ou ne pourrait se produire). Remettez à plat les procédures susceptibles d'avoir des effets pervers, et rappelez à tous la consigne numéro 1 du distributeur américain Nordstrom à ses salariés : « Utilisez votre bon sens en toutes circonstances. Il n'y aura pas de règle additionnelle. » Une philosophie qui vaut tous les règlements du monde, et un message qui mérite d'être largement relayé dans l'entreprise. ■

## Le service d'abord

### Une culture, dont l'« empowerment » est la condition

N'importe quel élève de CM2 aurait compris qu'il fallait ce jour-là accepter tous les moyens de paiement sans condition, et ne surtout pas imposer à ses clients une contrainte supplémentaire. Ce crétin-là, non. Droit dans ses bottes, fier de sa connerie. Preuve qu'il arrive à toutes les entreprises, même aux enseignes réputées championnes de la relation client, de voir leur réputation ternie par des abrutis, incapables