

Est-ce facile de faire affaires avec vous ?



Richard
MARTIN
www.alcera.ca

Il m'arrive de tenter de faire affaires avec des entreprises qui semblent vouloir tout mettre en œuvre pour éloigner la clientèle ou pour leur rendre la vie difficile. En voici quelques exemples.

L'année dernière, je cherchais une entreprise pour faire des modifications à mon site internet et pour ensuite en faire l'hébergement et les mises à jour. Je voulais encourager une firme locale, donc j'ai cherché dans le bottin de la ville que j'habite. J'ai trouvé le nom d'une boîte. J'ai appelé au numéro et j'ai laissé un message. Quelqu'un me rappela trois jours plus tard pour me dire qu'il n'avait pas le temps de me parler et pour me demander de rappeler dans une semaine. Encore pire, leur site internet était « en construction ». Il va sans dire que je n'ai pas fait affaires avec cette entreprise. Par curiosité, j'ai tenté de voir leur site web un mois plus tard et il n'était toujours pas actif. Pas trop fort pour une entreprise qui s'affiche experte en conception et hébergement de sites web.

J'ai reçu un devis d'une autre firme internet, mais la personne attitrée à mon projet n'avait que peu de connaissances en informatique et ne pouvait répondre à mes questions d'ordre technique. Par ailleurs, les programmeurs n'étaient pas disponibles pour y répondre. J'ai finalement décidé de rester avec la firme qui hébergeait mon site à ce moment-là.

Cette année, je crois avoir trouvé la bonne compagnie à qui transférer l'hébergement et l'entretien de mon site. Au moins, la personne à qui je parlais pouvait répondre à mes questions, mais lorsque j'ai voulu payer le plein montant d'avance par carte de crédit, on m'a informé que la firme n'accepte que les chèques! En 2009! Bon, j'ai quand même décidé d'y aller avec cette firme, mais ce n'est certainement pas pour la commodité

du mode de paiement.

Je débutais en affaires et je me cherchais un comptable pour avoir des conseils sur la structure juridique de mon entreprise ainsi que des questions d'ordre fiscal et financier. J'ai dû appeler pas moins de cinq ou six firmes comptables avant d'en trouver deux qui ont même voulu donner suite à mes messages téléphoniques. L'une des firmes que j'ai contactées m'avait été fortement recommandée par un collègue. J'ai laissé au moins trois messages sur la boîte vocale de l'entreprise durant une période d'une semaine, mais le comptable ne s'est jamais donné la peine de me rappeler.

La première des firmes qui m'a rappelé m'a attribué une femme qui n'avait aucune connaissance en comptabilité. Elle était une des adjointes administratives, mais ne pouvait pas répondre à mes questions. Elle me donna quelques articles provenant de sites web gouvernementaux et m'a dit de les rappeler si j'avais d'autres questions. Pour ce qui est de l'autre firme qui m'a rappelé, ce fut la bonne et j'ai été très satisfait de la relation que j'ai pu établir avec le principal de l'entreprise.

Je me pose la question suivante: est-ce que les entreprises qui m'ont rendu la vie difficile ont vraiment tout fait pour m'avoir comme client? Je crois bien que la réponse soit non.

Avec l'économie en déroute, les entrepreneurs doivent prendre tous les moyens pour encourager et permettre aux gens de les rejoindre et d'effectuer des paiements avec facilité et commodité. Il n'y a aucune excuse de ne pouvoir rejoindre une entreprise par internet ou par téléphone non plus.

Je ne comprends tout simplement pas

pourquoi un commerce ou autre type entreprise n'accepterait pas les cartes de crédit, surtout si sa clientèle n'est pas locale. C'est vrai, il faut remettre environ 2 % à la banque pour chaque transaction. Mais n'est-il pas préférable de recevoir 98 % de quelque chose que 100 % de rien? De nos jours, les clients potentiels ont l'embarras du choix et il n'est pas dit qu'ils tolèreront longtemps l'incapacité d'une entreprise à s'adapter à leurs besoins.

L'architecte participe à toutes les étapes de la construction. Il rencontre son client pour établir ses besoins et ses désirs.

Voici quelques questions pour mieux assurer son accessibilité et la commodité de faire affaires avec votre entreprise :

- Avez-vous un numéro 1-800 si votre clientèle est à distance? Tant qu'à y être, assurez-vous d'être présent dans les pages jaunes et le bottin.
- Répondez-vous aux messages vocaux et aux courriels rapidement, ou attendez-vous quelques jours?
- Acceptez-vous plusieurs modes de paiement, soit l'argent comptant, les cartes de débit ainsi que les principales cartes de crédit (Visa, MC, Amex)?
- Êtes-vous trouvable sur le web? Je ne dis pas que toutes les entreprises doivent nécessairement avoir un site web, par exemple un salon de coiffure, mais le nom de votre commerce, votre adresse et votre numéro de téléphone devraient au moins ressortir dans

les moteurs de recherche pour votre région géographique.

• Si vous déterminez que vous avez besoin d'un site web, investissez les quelques milliers de dollars requis pour une conception professionnelle. Il n'y a rien de plus « amateur » qu'un site conçu dans la cave par votre fils de 15 ans. J'ai des nouvelles pour vous: le manque de professionnalisme paraît et reflète mal sur vous et votre entreprise.

• Et tant qu'à avoir un site web, pourquoi ne pas demander à votre service d'hébergement de vous créer une adresse de courriel qui utilise votre nom de domaine? C'est probablement la façon la plus simple et la moins coûteuse d'annoncer le nom de votre entreprise, puisque chaque courriel que vous enverrez incorporera après l'arobase.

Les expériences que j'ai vécues ne s'appliquent sans doute pas à toutes les entreprises. Les mesures proposées ne sont pas toutes nécessairement applicables non plus. L'essentiel est d'être sérieux dans sa façon de faire affaires. Il faut mettre toutes les chances de son côté, surtout dans les circonstances économiques actuelles, et prendre action immédiatement pour être accessible et pour faciliter les paiements et la commodité de faire affaires avec son entreprise. Parfois, ce n'est qu'une simple question de logique. ■

301826

Consultations JR

JOANNE ROCH

TENUE DE LIVRES

25 ans d'expérience

tél & fax: (450) 377-5426

soutien au démarrage d'entreprise
impôts personnels
traitements de texte et traduction

joanneroch@sympatico.ca

BRODERIE ET SÉRIGRAPHIE
depuis 1958

SÉRIGRAPHIE BOYER
des idées promotionnelles pour votre image!

SERVICE BOYER Design QUALITÉ

2940 Boul HÉBERT
VALLEYFIELD, Qc J6S 1C7
Tél: 450-373-8716

Bienvenue à tous

PRODUITS PROMOTIONNELS ET CADEAUX

301978



L'ASSOCIATION CANADIENNE DE LA PAIE (ACP)
représente les intérêts des employeurs dans le secteur de la paie depuis 1978.

L'ASSOCIATION
CANADIENNE
DE LA PAIE
ACP
THE CANADIAN
PAYROLL
ASSOCIATION

Séminaires de perfectionnement professionnel

Notions fondamentales de la paie 1

- 18 mars - Laval, Qc
- 22 avril - Brossard, Qc
- 29 avril - Québec, Qc

Notions fondamentales de la paie 2

- 19 mars - Laval, Qc
- 23 avril - Brossard, Qc
- 30 avril - Québec, Qc

Pensions et avantages sociaux du point de vue de la paie

- 11 mars - Montréal, Qc

Avantages et allocations imposables

- 20 mars - Laval, Qc

Cessations d'emploi

- 15 avril - Montréal, Qc

Les normes de travail au Québec

- 29 avril - Montréal, Qc

Gestion de saisies-arrêts

- 28 mai - Montréal, Qc

www.payroll.ca

301764

Consultez le site www.payroll.ca sous la rubrique *Perfectionnement professionnel* pour les programmes, les frais et les lieux. Pour de plus amples renseignements et pour vous inscrire,appelez le 1-888-729-7652.