

Une bonne relation client est toujours équilibrée

Les conseillères et les conseillers à la clientèle de Galexis soutiennent les médecins dans le développement et l'optimisation des cabinets médicaux avec beaucoup d'engagement. En tant que Key Account Manager spécialiste, Cédric Hirschi s'occupe des clients médecins dans des domaines tels que l'oncologie, la neurologie, la rhumatologie, la gastroentérologie, l'urologie et la dermatologie, et ce en collaboration avec l'équipe de conseillères et de conseillers à la clientèle ancrée au niveau régional dans toute la Suisse. Dans un entretien avec Insider, il nous révèle ce qui le fascine dans son travail, ce qui constitue pour lui une bonne relation avec le client et comment il gère les longs trajets en voiture.

Monsieur Hirschi, en tant que conseiller à la clientèle, vous êtes certainement souvent en déplacement.

Oui, c'est tout à fait ça. Les clients se trouvent désormais dans les cabinets médicaux. Je me déplace donc tous les jours. Mais pour moi, ne pas travailler toujours au même endroit est un grand privilège.

Comment gérez-vous les longs trajets et le temps passé dans les transports?

J'aime beaucoup conduire, ça m'aide. Je suis également très content de travailler à l'extérieur et de ne pas rester enfermé entre quatre murs. Moi aussi, j'ai travaillé dans des bureaux en open space et maintenant j'apprécie beaucoup cette liberté. Bien sûr, la circulation routière actuelle peut être parfois fatigante, mais cet inconvénient fait partie du service extérieur. D'ailleurs, je profite des heures de trajet pour passer beaucoup de coups de téléphone.

Comment en êtes-vous arrivé à travailler comme conseiller à la clientèle chez Galexis?

Les médicaments m'ont toujours accompagné dans ma carrière professionnelle. J'ai commencé dans la production, puis dans l'emballage, et j'ai finalement atterri dans le contrôle qualité, déjà au sein du Groupe Galenica. Et quand l'occasion s'est présentée, je suis passé à la vente.

Qu'est-ce qui vous intéresse dans votre travail?

En premier lieu, le contact avec la clientèle. Je suis convaincu que pour travailler dans la vente, il faut aimer le contact avec la clientèle. J'apprécie beaucoup l'échange direct avec les clients et j'aime faire leur connaissance en tant que personnes.

Et puis, bien sûr, la diversité du travail. En fait, chaque jour se répète, mais diverge quand même un peu du précédent

parce que chaque client est différent. On réfléchit et on se prépare à l'entretien que l'on va mener et puis, soudain, il peut prendre une tout autre tournure. Il faut toujours faire preuve d'une certaine spontanéité.

Y a-t-il une visite typique d'un client?

Une question passionnante mais, à mon avis, non, pas vraiment. En ce qui me concerne, je fais la distinction entre les réunions suivantes.

Il y a les visites spontanées. Comme leur nom l'indique, elles sont spontanées et plutôt peu préparées. Elles permettent également de gagner du temps dans le cas d'une attente quelconque. Ces rendez-vous ont plutôt pour but de signaler aux clients que nous sommes toujours là pour répondre à leurs questions. De plus, les visites spontanées permettent de mieux se rendre compte de ce qu'il se passe et de rester proche des clients. Elles sont donc très importantes pour moi.

Lors des **visites de prospection**, je mets l'accent sur l'acquisition de clients et la présentation de Galexis en tant que grossiste complet. Ces rendez-vous sont toujours très excitants et permettent d'élargir son savoir-faire en fonction du marché.

Les visites programmées me procurent toujours un plaisir particulier, surtout si j'ai construit une bonne relation avec ces clients au fil des ans. J'ai alors l'impression d'arriver presque chez moi, car je connais très bien le cabinet. Je tiens à préciser que, pour moi, chaque client est important. Je fais toujours de mon mieux pour offrir des solutions satisfaisantes à tout le monde.

En plus du contact direct avec la clientèle, il y a évidemment d'autres tâches à accomplir.

C'est comme ça. Je m'impose de préparer chaque rendez-vous de manière si approfondie que je peux répondre directement à toutes les questions des clients. Grâce à une telle préparation, je peux mener l'entretien d'égal à égal. Mais, bien sûr, selon le projet, il faut parfois retravailler ou vérifier certains points. Parfois, cela peut se faire directement sur place, sinon je communique les nouveaux renseignements au client par e-mail ou par téléphone. Une bonne communication avec les clients passe par un peu de travail administratif.

Y a-t-il une chose à laquelle vous attachez une importance particulière dans vos contacts avec les clients? Quels sont, en quelque sorte, l'alpha et l'oméga d'une visite client réussie?

Oui, il faut aller à chaque rendez-vous avec le sourire et rester le plus positif possible, même si je sais que l'entretien ne sera pas facile.

Une belle approche. En adoptant une attitude positive, il est possible d'aborder des sujets négatifs de manière à ce que l'entretien se déroule malgré tout dans de bonnes conditions à la fois pour le client et pour le conseiller à la clientèle.

Pour moi, une bonne relation avec le client est toujours équilibrée. Dès qu'il y a un déséquilibre, l'une des parties est mécontente, ce qui conduit souvent à des conflits. C'est quelque chose qu'un conseiller à la clientèle doit ressentir. Il doit se demander si le client est satisfait. Il doit savoir comment s'engager et montrer au client qu'il est important.

Qu'est-ce qu'une visite de client réussie pour vous?

L'objectif est de vendre un service à la cliente ou au client, bien entendu. C'est mon travail. Mais je ne veux pas vendre quelque chose à quelqu'un juste histoire de conclure une vente. Il doit y avoir une utilité. J'attache beaucoup d'importance au fait que les médecins aient une valeur ajoutée lorsqu'ils collaborent avec Galexis. Il y a des visites de clients où je ne vends rien, mais où j'offre un bon suivi au client. Si je sens que les clients sont satisfaits, alors je le suis aussi. En fin de compte, il est toujours agréable de constater le succès d'un cabinet médical et de l'accompagner dans ce sens.

Votre objectif est donc en quelque sorte le succès du cabinet médical?

Exactement. Mon objectif est d'établir des relations à long terme avec les clients, d'entretenir la collaboration et



Cédric Hirschi

Key Account Manager Spécialiste

d'instaurer la confiance. Il n'est possible de coopérer que si un lien de confiance s'établit. C'est un grand défi, mais aussi quelque chose d'incroyablement beau, qui me récompense beaucoup de mes efforts.

Votre journée de travail peut aussi être synonyme de stress. Comment gérez-vous ces situations?

Bien sûr, il y a des périodes de stress, mais il y a aussi des moments où il y a moins de choses à faire et où l'on peut faire le point. Le stress survient toujours lorsque l'on est confronté à trop de problèmes en même temps. Au service extérieur, on a la flexibilité de planifier soi-même ses visites aux clients. On se crée donc son propre stress si on ne sait pas gérer son emploi du temps. J'ai donc également la liberté de planifier des moments plus calmes. Il y a toujours des moments où je peux me calmer et me retrouver un peu avant le prochain rendez-vous.

En conclusion, aimez-vous votre travail?

Oui, absolument. J'ai beaucoup de plaisir à faire mon travail. J'adore le contact avec les clients, mais j'aime aussi parfois me déplacer seul. En même temps, c'est un sentiment agréable de venir de temps en temps à Galexis, à Niederbipp, et de se dire: J'ai ma place ici aussi!

Monsieur Hirschi, nous vous remercions de cet entretien.