



# Le service à la clientèle dans l'industrie du tennis.

Mark Tennant et Abbie Probert.

Inspire2coach, Royaume Uni.

## RÉSUMÉ

Dans l'industrie des loisirs, le service à la clientèle est un des facteurs clés qui contribuent à créer de nouveaux débouchés et à fidéliser les clients existants. C'est en grande partie sur les associations de tennis et les enseignants professionnels que repose la responsabilité d'offrir et de promouvoir un service à la clientèle de qualité dans le milieu du tennis. Plusieurs méthodes permettent de proposer aux clients un service à la hauteur de leurs attentes, aussi bien sur les courts qu'en dehors... une condition sine qua non pour garantir la réussite et le développement de tout organisme.

**Mots clés:** Fidélisation des clients, Service à la clientèle, Relations, Industrie du tennis.

**Article reçu:** 9 Octobre 2014.

**Article accepté:** 28 Novembre 2014.

**Auteur correspondant:** Mark Tennant, Inspire2coach, Royaume Uni.

Email: [mark@inspire2coach.co.uk](mailto:mark@inspire2coach.co.uk)

## INTRODUCTION

Aussi surprenant que cela puisse paraître, ce n'est pas avant la fin des années 1980 que la qualité du service à la clientèle a été reconnue comme un champ de recherche majeur dans l'industrie du sport (Crompton, MacKay et Fesenmaier, 1991). Depuis lors, le service à la clientèle s'est imposé comme un facteur clé de la réussite de l'industrie du tennis. De nos jours, de nombreux organismes sportifs se livrent une lutte acharnée pour gagner de nouveaux clients et pour essayer de répondre à leurs attentes grâce à un haut niveau de service (Yong et Pastore, 2005). Les enseignants professionnels de ces organismes jouent par conséquent un rôle essentiel dans leur réussite.

### Pourquoi le service à la clientèle est-il important dans l'industrie du tennis?

Le service à la clientèle peut se définir comme étant l'offre d'un service aux clients avant, pendant et après un achat (Tennant, 2014). La qualité du service à la clientèle et la satisfaction des clients sont deux concepts centraux sur lesquels reposent la création de nouveaux débouchés et la fidélisation des clients existants. La plupart des entreprises reconnaissent que leur existence-même dépend des clients et que leur croissance est conditionnée par leur capacité à fidéliser ces clients et à en attirer de nouveaux (Schmitt, 2003). L'industrie du tennis ne déroge pas à cette règle : les clients constituent l'actif le plus précieux de toute entreprise, c'est pourquoi il convient de les placer au centre des préoccupations lorsque vient le temps de structurer et de gérer les programmes de tennis (Schmitt, 2003). Pour les professionnels du tennis, la clé de leur réussite à long terme réside dans leur capacité à placer l'expérience client au cœur de leurs priorités et à tenir compte des conditions à remplir pour répondre aux besoins des clients. Les enseignants professionnels ont une influence considérable sur

l'expérience client ainsi que sur la perception qu'ont les clients de la qualité du service offert ; ce faisant, ils représentent un élément déterminant de la rentabilité des programmes de tennis (Fulford et Enz, 1995).

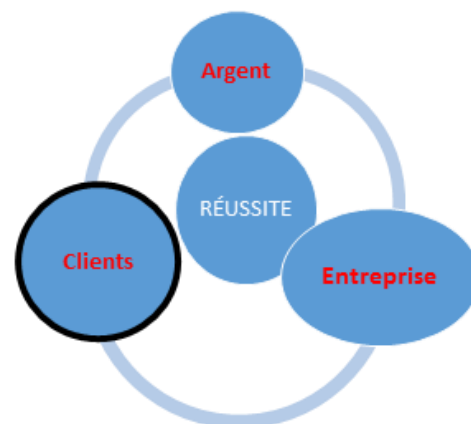


Figure 1. Illustration de la relation importante qui existe entre la réussite et les clients.

## COMMENT PARVENIR À COMPRENDRE LES CLIENTS?

La communication entre les enseignants professionnels et les clients est cruciale dans l'industrie du tennis. Les enseignants doivent chercher à créer un environnement qui soit agréable, positif et sans danger pour leurs clients. Selon certaines études, il semblerait que dès lors qu'un client est satisfait de la qualité du service qu'il reçoit, il développe des intentions comportementales positives, ce qui renforce la relation qui le lie à l'organisme en question (Zeithaml et Bitner, 2003). Un enseignant professionnel peut parvenir à faire naître ce sentiment de satisfaction chez ses clients de par son attitude et

de par sa réputation, sur le court comme en dehors. Plus il réussira à instaurer une relation professionnelle positive, plus ses clients seront susceptibles d'être satisfaits par le service qu'il leur offre. Il existe plusieurs façons de créer une relation positive, que ce soit en apprenant à gérer les attentes des clients, en leur fixant des objectifs ou encore en leur permettant d'évoluer dans un environnement agréable, propice à l'apprentissage ou à la pratique du tennis. Les enseignants professionnels dans le milieu du tennis doivent cerner les personnes à qui ils s'adressent et adapter leur enseignement aux besoins de ce public. Par exemple, ils ne peuvent pas offrir le même service à un jeune joueur de tennis et à ses parents qu'à un joueur adulte: ils doivent en effet tenir compte des motivations propres à ces deux types de clientèle. Dans un marché des loisirs toujours plus segmenté, les motivations derrière la pratique du tennis peuvent varier selon le sexe et la tranche d'âge; il apparaît donc essentiel d'appréhender les intérêts de chaque joueur afin d'offrir un service personnalisé. Plus un enseignant est en mesure de personnaliser et d'adapter le service qu'il propose, plus son client aura l'impression de bénéficier d'une prestation unique dont il peut réellement tirer parti.

Une expérience négative peut avoir des conséquences néfastes sur un organisme ou un enseignant professionnel. Il est important de ne jamais oublier que les clients ont l'embarras du choix. Si un client n'était pas satisfait du service offert, il pourrait étudier les autres options à sa disposition ou encore décider de pratiquer une autre activité pendant son précieux temps libre. La qualité du service à la clientèle peut s'avérer le facteur déterminant de la réussite d'un organisme sportif (Yong et Pastore, 2005) et de la longévité des relations qu'il entretient avec ses clients. En d'autres termes: il ne faut jamais partir du principe que vos clients vous resteront toujours fidèles.



Il ne serait pas réaliste de penser que les clients demeurent satisfaits en permanence. Malgré tous vos efforts, il se peut que vous ne parveniez pas à répondre aux attentes de votre clientèle. Si vous savez les analyser de manière constructive, les critiques et les plaintes de vos clients peuvent vous être d'une grande utilité. Les plaintes peuvent par exemple mettre en lumière des aspects de votre service que vous avez peut-être négligés par le passé ou considérés comme étant anodins, alors qu'ils revêtaient une importance particulière chez vos clients.

Si les organismes sportifs et les enseignants professionnels parviennent à accepter la critique et à en tirer des leçons, alors ils se verront offrir une seconde chance et pourront tenter d'améliorer leurs produits et leurs services. Cette capacité à apprendre de ses erreurs est souvent une des caractéristiques qui permettent aux organismes et aux enseignants de se démarquer de leurs concurrents: les commentaires des clients doivent être perçus comme une source d'information précieuse sur laquelle s'appuyer pour progresser (Martin, 2010).

**Offrir un service de qualité**

Nous proposons, dans le tableau 1 ci-dessous, six recommandations à l'intention des enseignants professionnels pour les aider à fournir un service à la clientèle de qualité.

Six méthodes pour améliorer la qualité du service à la clientèle et renforcer la satisfaction des clients	
Personnalisation	Il est primordial d'entamer toute relation du bon pied en se montrant amical. Il convient d'accueillir tout client avec un sourire et de lui souhaiter la bienvenue, qu'il s'agisse d'un habitué ou d'un nouveau client. Lorsque vous commencez à travailler avec un nouveau client, il est important de retenir son nom et de l'utiliser fréquemment. La personnalisation de votre service permet en effet aux clients de se sentir à l'aise; il est d'ailleurs conseillé d'essayer de découvrir ce qui leur tient à cœur, comme leur famille, leur carrière ou leurs passe-temps.
Équipement personnel	Il faut toujours vérifier que votre équipement personnel et vos outils pédagogiques sont en excellent état. Avant le début de la séance d'entraînement, il est indispensable de contrôler toutes les balles pour être certain qu'elles sont en bon état. De plus, si vous devez utiliser des appareils, vous devez vous assurer qu'ils sont rechargés et en bon état de fonctionnement, de façon à respecter toutes les normes de sécurité. Si vous gérez votre équipement selon des critères stricts, vous aurez la garantie que vos séances d'entraînement se dérouleront en toute sécurité et sans aucun accroc.
Apparence personnelle	Il est important de soigner votre apparence, de façon à toujours avoir une allure professionnelle. Un observateur externe devrait être en mesure de deviner facilement qui est l'enseignant, simplement en se basant sur son apparence. Il convient par conséquent de veiller à avoir une bonne hygiène personnelle.
Politesse	À l'issue de chaque séance d'entraînement, remerciez les participants et donnez-leur la date et l'heure du prochain rendez-vous. Votre séance d'entraînement devrait être le meilleur moment de la semaine pour vos élèves. Prenez le temps d'observer les élèves jouer, et soyez enclin à leur donner un petit conseil, un mot d'encouragement ou encore à les féliciter pour leurs progrès depuis la dernière séance.
Ponctualité	Vous devez toujours être à l'heure pour vos séances d'entraînement ou vos rendez-vous. Le temps de vos élèves est précieux, alors veillez à commencer et à terminer vos séances aux heures prévues.
Préparation	Dans l'idéal, essayez d'arriver au moins 15 minutes avant le début de votre séance d'entraînement afin de préparer l'arrivée de vos élèves, d'organiser le court, de passer en revue vos notes et de vous assurer que les installations sont ouvertes et prêtes à être utilisées par vos élèves.

**Tableau 1. Six recommandations pour améliorer la qualité du service à la clientèle et renforcer la satisfaction des clients.**

**CONCLUSION**

Les enseignants professionnels exercent une influence constante sur la vie des clients au quotidien, en partageant avec eux leurs connaissances, en leur donnant des instructions et des commentaires, aussi bien sur le court qu'en dehors. Le service à la clientèle est un des facteurs clés qui contribuent à créer de nouveaux débouchés et à fidéliser les clients existants dans l'industrie du tennis. Les enseignants professionnels peuvent créer un environnement positif, qui favorise la

progression des élèves et contribue à leur satisfaction en donnant à chacun le sentiment d'être bien accueilli et de recevoir un service unique et spécial. Il est important de toujours garder à l'esprit que, dans l'industrie du tennis, les clients ont l'embaras du choix et qu'ils peuvent décider de s'entraîner dans un autre organisme ou même de consacrer leur temps libre à une nouvelle activité.

## RÉFÉRENCES

- Crompton, J. L., MacKay, K. I., & Fesenmaier, D. R. (1991). Identifying dimensions of service quality in public recreation. *Journal of Park and Recreation Administration*, 9:15-27.
- Fulford, M. D., & Enz, C. A. (1995). The Impact of Empowerment on Service Employees. *Journal of Managerial Issues* Vol. 7, No. 2, 161-175
- Martin N. (2010). *The Marketing Handbook for Sports and Fitness professionals*. Bloomsbury Publishing PLC, United Kingdom
- Schmitt, B. H., (2003) *Customer Experience Management: A revolutionary Approach to connecting with your customers*. John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.
- Tennant, M (2014) Personal communication.
- Yong, J. K., & Pastore, D, L. (2005). Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry. *A Sport Marketing Quarterly*, 14:84-97
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill

SÉLECTION DE CONTENU DU SITE ITF TENNIS ICOACH (CLIQUEZ)



Droits d'auteur (c) 2014 Mark Tennant et Abbie Probert.



Ce texte est protégé par une licence [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vous êtes autorisé à Partager – copier, distribuer et communiquer le matériel par tous moyens et sous tous formats – et Adapter le document – remixer, transformer et créer à partir du matériel pour toute utilisation, y compris commerciale, tant qu'il remplit la condition de:

**Attribution:** Vous devez créditer l'Œuvre, intégrer un lien vers la licence et indiquer si des modifications ont été effectuées à l'Œuvre. Vous devez indiquer ces informations par tous les moyens raisonnables, sans toutefois suggérer que l'Offrant vous soutient ou soutient la façon dont vous avez utilisé son Œuvre.

[Résumé de la licence](#) - [Texte intégral de la licence](#)