

La télévente c'est merveilleux ! Peu d'entreprises joignent aussi bien l'utile au gratifiant. De chaque côté du fil, c'est le bonheur assuré ! Quelle joie de convaincre un client d'acheter un produit dont il n'a pas besoin ! Hommage est rendu ici au plus merveilleux des boulots inutiles que la terre ait portés.

*Survie en télévente* est un recueil de notes, de souvenirs (drôles), de conseils amusants (et avisés), distillés avec soin afin de mieux comprendre la réalité de celles et ceux qui se retrouvent, chaque seconde davantage, et chaque jour un peu plus, perdus des deux côtés du combiné. Un livre pour le télévendeur qui sommeille en vous... et pour le client que vous ne cesserez jamais d'être !

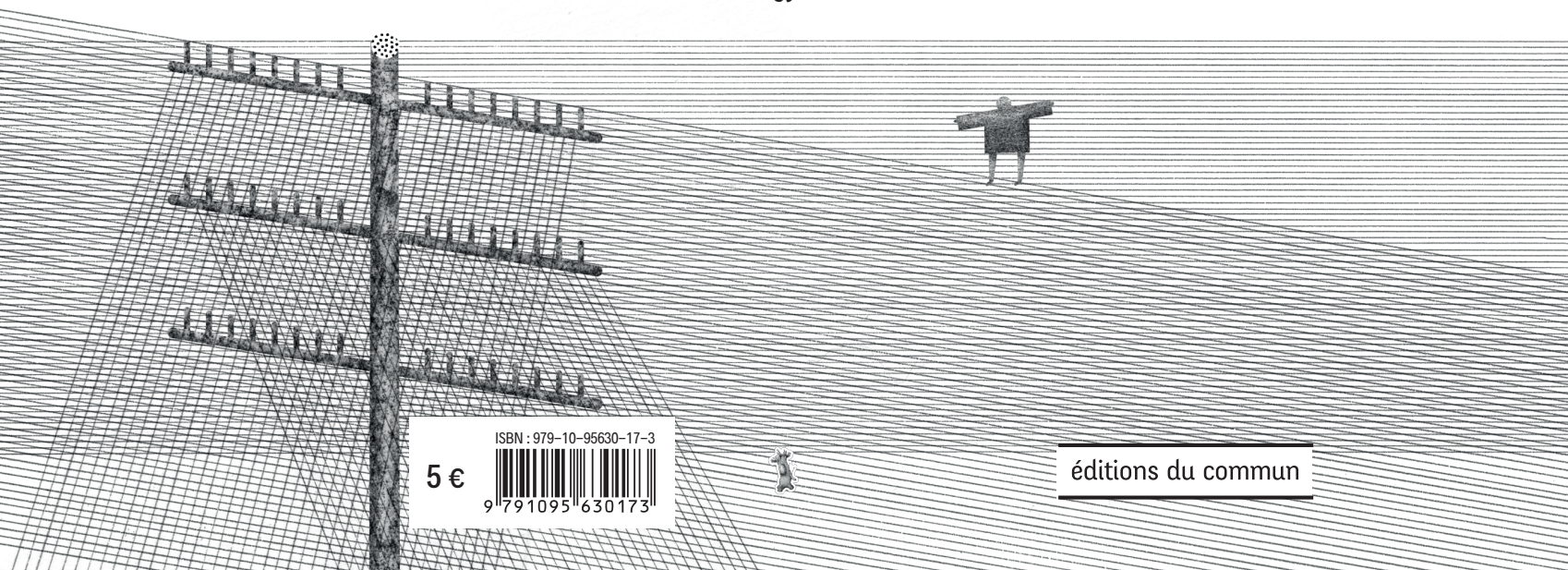
Né à Rennes en 1981, Marc-Adrien Nières est diplômé d'histoire moderne. Il a travaillé comme pigiste pour le journal Ouest-France, la Dépêche du Midi et comme chroniqueur pour le webzine culturel l'Imprimerie nocturne. Aujourd'hui installé à Québec, il est auteur-scénariste, batteur, et dessinateur de bande dessinée.

**Survie en télévente**

M-A Nières

## **SURVIE EN TÉLÉVENTE**

Marc-Adrien **Nières**



5 €

ISBN : 979-10-95630-17-3



9 791095 630173



éditions du commun





Marc-Adrien Nières  
**Survie en télévente**



---

éditions du commun

---



Les Éditions du commun reçoivent le soutien financier de Rennes Métropole et de la Région Bretagne.

La collection **Des réels** est co-dirigée par Sylvain Bertrand et Benjamin Roux.

Illustration de couverture : Lucie David

Maquette : Benjamin Roux

Relecture : Émilie Bernard, Coralie Tessier et Sylvain Bertrand

Éditions du commun – Rennes

[www.editionsducommun.org](http://www.editionsducommun.org)



Cette oeuvre est sous licence Creative Commons :

Attribution – Pas d'utilisation commerciale –

Partage dans les mêmes conditions 4.0 International.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Éditions du commun © octobre 2018

Marc-Adrien Nières © octobre 2018

ISBN : 979-10-95630-17-3

Dépôt légal : octobre 2018

## Collection **Des réels**

Écrire le réel pour combler les vides... des traces brutes, une ivresse dans la quête de soi et des autres. Écrire le réel c'est reprendre la route, s'imaginer, s'inventer qu'importe, c'est suivre ses propres traces mais pouvoir en apprécier la forme, la profondeur et la texture... c'est s'y plonger tout entier.

Des récits de vie qui se tiennent au bas du ventre comme des poids de souvenirs... qui rappellent à l'épreuve, au goût de vivre, à l'autre... au commun.



À Sophie, comme promis.





Le téléphone sonne ! Je chantonne ce refrain : « La jument de Michao et son petit poulain, a passé dans le pré et mangé tout le foin... » Quelqu'un décroche – la fiche apparaît. Comme chaque fois, c'est la même chanson...

- Madame Micheau ?
- Allô ?
- Bonjour madame Micheau ! Je suis Théophile Bonpalace de la société Escrotel !
- Pourquoi y a rien d'écrit sur l'afficheur ?
- C'est un numéro privé, madame Micheau.
- Qui vous êtes ?
- Théophile Bonpalace d'Escrotel ! J'appelle pour vous inviter vous et votre époux, à venir découvrir notre magnifique salon du rocking-chair qui se tiendra samedi prochain à La Malbaie !
- Pourquoi y a rien d'écrit sur l'afficheur ?
- C'est un numéro privé, madame Micheau.
- Comment vous avez eu mon téléphone ?
- Au marché noir, madame Micheau.
- Hein ?!
- Pardon ?
- Qui vous a donné mon numéro ?
- La CIA, madame Micheau !
- *Silence*
- Et vous voulez parler à qui ?
- À madame Micheau, madame Micheau !
- Aline Micheau ? Jacqueline Micheau ? Isabelle Micheau ? Ève Micheau ?
- À la jument de Micheau, je vous prie !
- Elle est morte celle-là... C'est pour les loyers ?
- Non, madame. C'est pour vous inviter à venir

découvrir notre magnifique salon du rocking-chair, qui se tiendra samedi à La Malbaie ! Pour vous remercier de votre présence à vous et à votre mari, des cadeaux vous seront offerts ! Vous êtes mariée, madame Micheau ?

- C'est quoi les cadeaux ?
- Une montre de la marque Mollex ainsi que – tenez-vous bien – un véritable morceau de l'étoile noire !
- Quand ça a lieu ?
- L'évènement aura lieu samedi prochain à La Malbaie ! On vous envoie une invitation madame Micheau ?!
- Mon mari, il ne va pas venir, c'est sûr ! On ne va jamais magasiner à La Malbaie...
- Je comprends madame Micheau. Malheureusement cette invitation est réservée au couple ! Venez donc nous voir avec votre époux ! Ce sera une merveilleuse occasion de raviver la flamme en partant vivre l'aventure !
- Il aime pas Star Wars, mon mari... L'étoile noire, il en aura rien à foutre, c'est sûr !

## La base du métier

À la fin de mon premier appel, je compris que j'appartenais désormais à une belle, et à une grande famille d'emmerdeurs. À celles et ceux avec qui j'ai discuté – philosophé – blagué – et pris l'accent marseillais durant toute cette période, ce livre est respectueusement dédié !

---

Le monde se divise en deux catégories – la télévente aussi ! D'un côté, il y a ceux qui passent les coups de fil, de l'autre ceux qui les reçoivent. Que tu aies ouvert ce livre piqué par la curiosité ou guidé par ton intérêt, que tu souhaites rejoindre la loge secrète des télévendeurs ou simplement connaître quelques astuces non violentes pour t'en débarrasser avec style, fraîcheur, et élégance, lecteur tu es – il faut que je te le dise :

- Soit un agent.
- Soit son client.

La vie est ainsi faite, c'est comme ça, tu n'y peux pas grand chose ! Tu seras toujours l'agent qui cherche à vendre son produit, ou le client qui tente coûte que coûte à s'échapper de la conversation. C'est triste, mais rassure-toi ! Ce livre a pour seule et modeste ambition de te simplifier l'existence ! Si tu es un client, il t'apprendra à mieux connaître le télévendeur dans son habitat naturel. Désormais, tu pourras retourner la pire des situations à ton avantage et éviter les pièges qu'il essaie de te tendre. Si tu es un agent, ce livre te donnera

les clés nécessaires pour espérer survivre dans le milieu, garder une saine estime de soi, développer un bon mental, et peut-être, qui sait, à force de pratique, devenir le télévendeur ultime, un genre d'élite de la profession ! Lecteur, sache que ce livre n'aime pas la télévente, mais qu'il en respecte ces deux principaux acteurs. C'est un « modeste » recueil de notes et de bêtises, parfois prises sur le vif lorsque j'y travaillais encore. Un témoignage sans prétention qui propose une vue personnelle, et volontairement caricaturale du monde très lucratif de la télévente. À ce titre, mieux vaut le lire au second degré ! Et tu y as tout intérêt, lecteur ! Car après l'avoir parcouru, crois-moi, tu connaîtras enfin le sens du mot sérénité. Jusqu'à la fin des temps peut-être – jusqu'au prochain coup de fil au moins !

## Niveau 1

### **Être un télévendeur**

Je venais de m'installer à Montréal. Je cherchais un travail alimentaire, un gagne-croûte peu demandant, loin du démarchage de rue pour les associations humanitaires auquel j'étais habitué depuis plusieurs années. Un emploi – au sec – au chaud – à l'abri de l'hiver, des grizzlys, et de tout ce que la vie peut nous réserver d'incommodant. Un job peu engageant, suffisamment peu passionnant pour pouvoir le quitter sans regret au moment opportun ! Je trouvais mon premier poste de télévendeur dans les annonces d'un canard local. On m'engageait dans la foulée. Mon plan fonctionnait bien. Mon plan fonctionnait comme sur des roulettes... russes !

Tu es un télévendeur – bravo ! Un agent dans un centre d'appels – félicitations ! Tu débarques, la tête pleine de rêves et d'espoirs. Mais tu découvres presque aussitôt que la journée longue, tu répètes mille fois la même chose à mille personnes qui ne souhaitaient pas l'entendre une fois ! Mille personnes que tu vas tenter de convaincre – par le seul artifice de ta voix – de l'intérêt qu'ils auront désormais, à ne pas te raccrocher au pif. Agent, ta mission est difficile ! Je ne suis pas là pour te mentir : personne n'aime les télévendeurs ! Nul ne se réveille animé du désir d'être appelé par un agent, aucune âme censée ne s'emballa à l'idée. Dans ce monde, sache que tu fais partie de la catégorie des « mal-aimés ». Ce n'est pas moi qui le dis. C'est ce que révèle un sondage téléphonique mené par les étudiants de l'université de Cambridge : sur un échantillon de

1 000 personnes de 12 à 77 ans qui se déclarent saines d'esprit, 99 % d'entre elles préfèrent écouter mon chat faire ses griffes sur un vieux tableau noir plutôt que de répondre à « une seule » de tes fichues questions à la con ! Agent, l'univers te hait, ta famille te répudie, tes amis te maudissent ! Tu as un travail, certes, mais désormais peu de partisans.

---

Tu es un télévendeur – bravo ! Un agent dans un centre d'appels – félicitations ! Tu débarques, la tête pleine de rêves et d'espoirs ! Mais tu découvres presque aussitôt que tu es payé pour t'asseoir derrière un bureau, pour réciter un script qui défile lentement sur ton écran et pour chanter la gloire d'insignifiantes breloques à des pèlerins sélectionnés à peu près au hasard... Agent, enterre tes rêves, et habitue-toi désormais à ta nouvelle condition ! Car c'est la base du métier.

Personne n'apprécie les télévendeurs. Mais dans certains cas l'on parvient curieusement à les supporter. Dans le métier, il existe deux camps qui parfois se rejoignent, parfois se confondent. En effet : soit un agent-télévendeur appartient au clan des appels entrants, soit il appartient à celui des appels sortants. Quelle différence me diras-tu, ami·e lecteur·rice ? Elle est considérable ! Avec le premier – sans doute le plus noble – ce sont les clients qui t'appellent, et qui viennent chaque jour te déranger davantage à ton bureau. Dans ce premier cas de figure, ils ont besoin de toi pour plein de raisons. En vrac, ils te demandent des renseignements sur leurs factures, leurs remboursements de santé, leurs polices d'assurance, ou bien des conseils sur quelque chose contre quoi ils puissent râler

aujourd'hui ! Dans le second cas de figure, c'est une tout autre histoire... Le clan des appels sortants, c'est celui des pestiférés de la profession. Tu apprendras le travail mais, parallèlement à cela, tu assisteras impuissant à l'effondrement total de ton orgueil ! À la fin pourtant, crois-moi, tu sauras convaincre n'importe quel client de l'intérêt qu'il puisse avoir à faire construire un abri antiatomique, même s'il vit au 15<sup>e</sup> étage d'un immeuble sans ascenseur, qu'il élève seul ses six enfants, qu'il est en dépression depuis que sa femme a divorcé pour cet acteur chevelu de Bollywood ! Le clan des appels sortants, c'est la bande des losers merveilleux ! De ces rabatteurs de l'ombre que l'univers prend un malin plaisir à nous faire détester. Pour leur rendre l'hommage qu'ils méritent, ce livre de survie en télévente n'évoquera ici que cette seule catégorie d'oiseaux !





## Niveau 2

### **La loi du client**

Mes collègues et moi menions nos opérations de harcèlement téléphonique depuis une vieille baraque de briques, située non loin du vieux port de Montréal. L'immeuble était grand mais il n'était pas bien haut. C'était notre base – notre « quartier général » ! À l'intérieur, le plafond dessinait tout un parcours de poutres, tout un labyrinthe de conduits de ventilation entrecroisé de câbles électriques en pagaille. La salle était divisée en de petits « cubicules », alignés les uns à côté des autres. Tous abritaient le kit standard du télévendeur moderne : une table, une chaise, un ordinateur, un clavier, un casque, un micro et quatre cloisons isolantes ! Ça en fait du raffut dans un centre d'appels ! Parfois, c'est aussi bruyant qu'à travers les allées d'un marché. Un marché aux règles particulières, cela dit, où le client n'a que ses oreilles pour juger des produits que le commerçant lui vend à l'aveuglette !

Agent, désormais, ton quotidien consiste à être parqué derrière quatre cloisons isolantes, le casque aux oreilles et le micro aux lèvres. Te voilà seul aux commandes, prêt à l'appel ! Et rapidement tu remarques qu'être télévendeur c'est être le conducteur d'un train. Tu en es le chauffeur, le script, ce sont les rails, et le terminus est la carte bancaire de ton client ! Le trajet est court mais il est sinueux. Pour toi, il s'agit de vendre des produits par téléphone. C'est aussi simple que cela ! Il faut lire le script, et voilà tout. C'est la base du métier ! Pour le client par contre, l'enjeu est différent. S'il n'est pas intéressé par ce que tu lui proposes, sa manœuvre va

consister à éviter que le train ne lui fonce dessus, qu'il ne parvienne à sa destination. Une fois que le client a décroché, il est pris ! Le piège se referme alors lentement à chaque nouvelle question que le télévendeur lui pose. À ce stade, le client n'a plus d'autres choix que de décliner poliment (ce qui lui coûtera le temps d'une conversation) ou de raccrocher simplement (ce qui lui coûtera la politesse, plus quelques points de karma). Les intérêts de l'agent et ceux de son client divergent donc quelque peu. Malgré cela, un bon télévendeur doit prendre soin de ne pas devenir amer. Le client a de bonnes raisons de lui raccrocher au nez ! En voici d'ailleurs la liste.

### **1 – Par nature, le client déteste le télévendeur.**

Comme les chiens détestent les chats. Rien de personnel là-dedans, d'instinct ils se méfient. Cela peut sembler bête, néanmoins un télévendeur ne doit jamais oublier cette amusante leçon de la vie ! Le client ne désire pas son appel. Il est heureux de ne pas lui parler. Il a certainement mieux à faire de sa vie que de répondre à un coup de téléphone stupide ! L'agent doit faire son maximum pour réussir sa vente, en dépit de ce « léger » *a priori* du client à son encontre.

### **2 – Le client joue à domicile. Le télévendeur, lui, aimerait bien revoir sa Normandie.**

Le client est tranquillement à la maison. Il est installé dans son canapé, assis au chaud dans sa zone de confort, regroupé dans sa moitié de terrain. Il n'échangerait sa place contre rien au monde, et surtout pas celle de l'agent ! Le téléphone peut bien sonner, c'est décidé, il ne bougera pas son cul ! Le vil télévendeur,

cynique et sans scrupules, se tient lui en embuscade à des dizaines de kilomètres de sa cible. Planté comme un âne sur une chaise Ikea, il attend patiemment que sa proie morde à l'appel, entende l'appel de la sonnerie du téléphone ! Tandis que l'agent installe ses pièges en espérant une touche, le client, lui, boit un Coca.

### **3 – Le client est libre.**

S'il raccroche, il ne va pas avoir à se justifier ! Il ne se fera pas engueuler pour ça ! Il ne se fera pas convoquer par son patron, et il ne se fera pas virer non plus ! Il est free – enfin pense-t-il. L'agent-télévendeur est un humain également, il en rêve aussi sans doute. Mais contrairement à son client, lui il se fera virer. Il devra alors chercher un nouveau travail, ou pointer au chômage. À moins qu'il n'entreprenne de faire un voyage initiatique auprès de vieux shamans perdus quelque part dans le désert ? Est-ce une bonne chose qu'un télévendeur se fasse licencier et parte ainsi voir de vieux shamans perdus quelque part dans le désert ? Allez savoir...

### **4 – Le client peut survivre sans le produit que le télévendeur essaie de lui refourguer.**

On ne paye personne pour être client, mais on paye toujours quelqu'un pour devenir télévendeur. Être client, ce n'est pas une profession, c'est un état ! Et plus que tout, le télévendeur a besoin que la personne à qui il s'adresse à l'autre bout du fil, devienne ce client, endosse cet état. Que sa conscience inquiète lui commande l'assouvissement immédiat d'une série de besoins superflus qui puissent se vendre uniquement par téléphone. Il y en a peu, et le client a rarement le

goût de les satisfaire de cette manière. Il y a internet pour ça, alors il peut survivre.

## **5 – Le télévendeur est un client comme les autres.**

C'est le dernier problème auquel est confronté l'agent-télévendeur lorsqu'il essaie de faire plaisir à son patron en l'aidant à emmerder les gens par téléphone. Croyez-le ou non, l'agent n'est pas plus un imbécile que vous et moi, c'est un client aussi ! Une fois sa journée terminée, il n'a pas plus envie que monsieur et madame tout le monde de se faire harceler par une poignée de vendeurs à la sauvette ! Il y a même fort à parier qu'il n'apprécie pas la télévente, lui non plus. De plus, il sait si le produit qu'il vend à son client est une arnaque ou pas. Bien souvent, lui-même est peu convaincu par la camelote qu'il essaie de refourguer. Ou à l'inverse, il est tellement optimiste concernant ce qu'il propose, qu'il s'empare de l'appel de manière extrêmement personnelle, comme s'il s'évaluait à l'aune de son pouvoir de persuasion, de sa foi en tel ou tel article. Si vous parlez à cet agent qui semble excessivement convaincu par son délire, n'ayez aucun scrupule à raccrocher. Il est trop tard pour lui !

---

Tu es un télévendeur – bravo ! Un agent dans un centre d'appels – félicitations ! Tu débarques, la tête pleine de rêves et d'espairs ! Mais tu découvres presque aussitôt que tu cultives de sérieux handicaps. Ne le prends pas mal, agent... Pour parvenir aux objectifs fixés par ton patron, tu vas devoir apprendre à démêler une à une, toutes les ficelles du métier. Ainsi tu vas utiliser à bon escient, quelques techniques brevetées,

quelques méthodes de pointe qui ont déjà porté leurs fruits. En gros, tu vas agir comme un dragueur de discothèque ! Tu vas brasser un maximum de numéros de téléphone sans être regardant et prier Sainte Rita que, sur les 1 000 personnes que tu vas harceler de cette manière, il y en ait au moins une qui soit charmée par ces efforts idiots. L'exercice est difficile mais la nature est bien faite ! Rassure-toi agent ; te concernant, elle a déjà pensé à tout !



## Niveau 3

### **La loi du télévendeur**

En dépit de toutes les difficultés, malgré la quantité considérable d'embûches et d'emmerdements divers qui se tiennent entre l'agent télévendeur et sa cible – entre le train et son terminus – il existe une sorte de loi universelle bizarre qui – pour une fois – joue clairement en faveur de l'agent-télévendeur. Elle ne tient ni à son talent ni à la qualité réelle ou supposée du produit ou de l'offre qu'il propose. Ce n'est pas de cela dont-il s'agit. Ici, on parlera d'un élan contre lequel beaucoup de clients ont des difficultés à résister. Et que dans la vie de tous les jours, on appelle communément, la curiosité !

Cette loi universelle qui pousse le client à répondre quand il n'en a pas la moindre envie, peut être énoncée dans les termes que voici : « Quand le téléphone sonne, on souhaite savoir qui est à l'autre bout du fil ! » Même si l'on n'a pas le goût de parler à qui que ce soit, on désire tout de même connaître l'identité de celui ou de celle qui est en train de nous déranger. C'est ce qu'on peut appeler : « Un réflexe pavlovien de type vaguement conditionné ». Ce n'est pas qu'une personne lambda ait envie de décrocher à un coup de téléphone qu'elle n'attend pas, c'est plutôt que, bien souvent, elle y est contrainte, presque guidée par sa nature. Cela la démange telle une piquûre, elle doit répondre ! Il est impératif qu'elle sache qui essaie de la contacter ! C'est idiot, mais lorsque le téléphone sonne, cela nous rappelle soudain que l'on existe à la mémoire et aux intérêts du monde. Voilà le piège qui est subtilement



posé devant le client ! Chaque sonnerie pique sa curiosité et lui fait supposer que quelqu'un qu'il ne voit pas est pourtant fermement décidé à lui parler. On l'appelle, peut-être est-ce important ? Enfin, sans doute... Cela veut donc dire que le client est important aux yeux du monde, sinon à quelqu'un ou bien à quelque chose. Alors, évidemment, quand c'est un télévendeur à l'autre bout du fil, on est tout de suite un peu déçu. Saleté de télévendeur ! Lui qui profite de cette vilaine faiblesse ! Lui qui joue de cette légère confusion qui existe entre l'instant où retentit la première sonnerie du téléphone, et le moment où le client, se croyant attendu, hésite à décrocher. Le télévendeur est un sournois ! Il nous rappelle qu'aux yeux du monde, moins que des humains, nous sommes avant tout des clients.

Toutes nos journées se déroulaient de la même façon. La routine était la suivante : à 9 h du matin, mes collègues et moi-même commençons par effectuer ce que l'on appelait très sérieusement, les relances de « qualité ». Aussi nommées « appels de harcèlement, puissance maximale ! » Chaque personne que nous avions contactée durant la semaine était rappelée au matin de l'évènement, afin de nous reconfirmer sa venue. La compagnie n'avait ni gêne ni honte, et nous nous étonnions qu'on ne nous raccroche pas davantage au nez ! C'était souvent la troisième, voire la quatrième fois que le client nous endureait en à peine quelques jours ! Grâce à cette expérience inédite, je compris que les Québécois sont un peuple doté, non seulement d'une grande amabilité, mais également d'une redoutable patience !

## Niveau 4

### **Le script**

L'agent-télévendeur et son client ont au moins une chose en commun ! Ils savent que si le monde se divise en deux catégories, seul, au milieu, le script mène la danse...

Tu es un télévendeur – bravo ! Un agent dans un centre d'appels – félicitations ! Tu débarques, la tête pleine de rêves et d'espoirs ! Mais tu découvres presque aussitôt que pour réussir, tu n'as pas vraiment le choix, il te faut réciter le script, y mettre du cœur, de la persuasion au moins ! Désormais, il faut suivre le fil rouge. Filer les rails du texte, prêter attention aux objections qui ne manqueront pas de tomber. C'est la base du métier ! Le reste n'est pas vraiment de ton ressort. Tu es payé pour être une voix, pas un cerveau. Le cerveau, c'est le rôle du logiciel qui te sert de compagnon de fortune. Lui et toi n'œuvrez que pour une chose, ne naviguez que vers un but : servir le script, votre seul maître, votre seul berger !

Agent, sois attentif, car le script murmure à ton oreille bien plus qu'un discours à lire ou à réciter bêtement ! Ce qu'il souhaite, au préalable, c'est te convaincre toi l'agent que son chant est vrai, qu'il est pur, qu'il est rassembleur, qu'il est cohérent ! Il veut que tu comprennes que si sa parole est pensée, unifiée, standardisée comme le serait un mauvais tube de l'été, c'est uniquement pour permettre à ton employeur de réduire la part d'échec et, au passage, de faire un peu de monnaie. En réalité, toi l'agent-télévendeur tu ne fais guère

davantage qu'aider ce pauvre script dans sa mission ! Tu lui prêtes ta voix, et on te paye pour ça. Tu lui dois donc respect par contrat, ainsi qu'une obéissance et une confiance aveugles. En effet, c'est le seul outil dont tu disposes pour propager la bonne parole de ta compagnie. Sans lui, il te faudrait improviser, et raconter n'importe quoi comme un bel imbécile ! Une telle liberté pour un agent, c'est un risque peu profitable à son employeur ! Ta voix appartient à la compagnie désormais ! Ta parole est celle du script, la bible 2.0 de ta nouvelle profession d'agent-télévendeur. Avant chaque appel, le script a la bienveillance, si ce n'est la sagesse, de t'offrir le temps nécessaire pour mieux cerner ton client. Grâce aux informations qu'il a glanées ici et là moyennant finances, le script donne à son copain l'agent-télévendeur, un avantage décisif. Contrairement à son client, le script le connaît, et sait parfaitement pour quelles raisons il l'appelle ! Ce bougre de client l'ignorera aussi longtemps qu'il n'aura pas décroché, qu'il n'aura pas vu le piège que le script s'appête à lui tendre.

Le script, ses programmes, ses algorithmes, son langage, ses codes, et la brassée d'informations et de bidules divers qu'il accumule appel après appel, sont le système nerveux de la télévente, sa mécanique intime, la partie la plus moderne du travail de télévendeur ! Son importance est d'autant plus grande, que la maintenance de toute cette machinerie complexe est assurée par d'autres employés que par l'agent lui-même. Tout ce volet de son travail lui échappe complètement. Il n'est qu'un exécutant, qui, comme tout un chacun, serait bien embêté d'expliquer comment le bazar fonctionne ! L'agent lit le script que lui donne à manger la machine. Et il retranscrit les informations contenues sur la fiche signalétique qu'elle lui plante dans la rétine.

C'est ce même portrait robot qui lui permet de dresser une image de son prochain client, lui donne une vue détaillée de sa nouvelle cible.

« Hal », c'était le nom de notre logiciel maison ! Tantôt corne d'abondance, tantôt puits sans fond, sans numéro, sans échos. Lors de ses périodes fastes, Hal nous abreuvait des jours durant ! C'était notre Huggi les bons tuyaux à nous, Hal. Il connaissait plein de choses sur plein de gens. Grâce à lui, on ne vous voyait pas, mais on vous devinait mieux ! On savait si vous aviez l'habitude de nous raccrocher au nez ou pas. De n'entendre que les syllabes ou bien que les voyelles. Si vous étiez moitié malin – ou moitié con. Si vous aviez déjà insulté les agents – voire pire, leur maman ! Hal avait ses petites manies, ses préférences à lui. Il aimait bien classer les gens par revenus, par habitat, par âge. Il faisait ses petites étiquettes, il était pointilleux là-dessus ! Pas question de terminer un appel sans l'avoir classé ! Il souhaitait qu'on lui raconte tout et dans les moindres détails. C'était comme s'il voulait connaître sur le bout des processeurs, les plus infimes particularités d'un client, afin de mieux l'attaquer la prochaine fois. Avait-il raccroché lors de l'appel, avait-il été intéressé à mieux connaître notre produit ? Avait-il invoqué son joker, la fameuse liste rouge, ou avait-il tout simplement souhaité qu'on le recontacte plus tard ? Y avait-il une note à rédiger, peut-être un détail particulier dont le script ait à se souvenir lors du prochain appel ? Le script ne laissait jamais l'agent libre de passer à autre chose sans avoir pu au préalable, manger un petit bout de son dernier client !

Le script, c'est le glaive et le bouclier ! Le client peut se mettre à insulter l'agent, lui raccrocher au nez

en gueulant comme un âne, le maudire lui et le centre d'appels, sur dix générations et des étoiles de mer, toute la compagnie ainsi que l'agent lui-même s'en balancent menu ! Ils ont de bonnes choses à vendre à leurs clients et de solides arguments pour les convaincre. Alors, quoique l'on balance aux oreilles d'un agent qui soit blessant ou insultant, ce dernier sait que ce ne sera pas de sa faute pourvu qu'il continue de lire le script. Les agents sont de simples messagers ! Rien ne saurait les blesser durablement, ils sont payés pour être *clientproof*. Ce sont des voix, pas des cerveaux ! Le script s'occupe de leurs problèmes et les protège en cas de besoin. Les clients peuvent bien improviser, le script a déjà tout prévu ! Ils s'engagent dans un effort qui leur coûtera davantage que de bêtement se taire ou de simplement raccrocher. Car pour aussi génial qu'un client puisse rêver d'être, il est peu de cas de figure où il désarçonnera vraiment un agent-télévendeur. Au mieux, il se sera fait plaisir, et se sera essayé à l'impro !

Parmi vous, certains sont passés maîtres dans l'art de troller un agent-télévendeur. Ce n'est pas un exercice aussi facile qu'il y paraît. Ce n'est pas à la portée de tout le monde. Il faut plus que de la volonté et de l'entrain, il faut être original aussi ! En plus de quoi, il faut s'assurer que la blague que vous allez sortir nécessite moins d'efforts que de parler à l'agent. Enfin, il faut penser à se faire plaisir ! Après tout, maintenant que vous avez décroché, autant faire bon usage de ce temps perdu. À partir de là, laissez-vous guider par l'inspiration du moment ! Rappelez-vous seulement, au cas où cela vous échapperait, qu'à l'autre bout du fil, l'agent est un être humain que vous devez respecter. Même s'il vous dérange au beau milieu d'un repas qui vous saoulait, d'une émission télé qui vous consternait, ou d'une

partie de cricket qui ne vous aurait jamais intéressée vraiment. Respirez, hurlez votre bonne blague, criez votre diatribe antisystème aux oreilles de l'agent-télévendeur. Puis respirez à nouveau, souhaitez-lui bon courage et une bien belle journée ! Il faut comprendre qu'être télévendeur, ce n'est pas un métier exaltant. Je ne vous apprendrai rien en vous disant que c'est un travail répétitif, terne et statique. Alors une bonne improvisation fera toujours marrer l'agent et son client ! Puis elle aura au moins le mérite de ne pas leur avoir fait perdre complètement leur temps !



## Niveau 5

### **Les tailleurs de script**

Dans le monde de la télévente, on n'est jamais aussi original qu'on aime à le penser. Le client à beau être malin, la fine fleur des meilleurs communicants au monde a anticipé ses réponses. Quoi qu'un client puisse dire, certains y ont déjà songé. Car le travail d'un tailleur de script consiste à prévoir toutes les objections (légitimes ou non), auxquels eux-mêmes seraient sensibles en tant que clients. Il n'est pas certain qu'ils aient un grand amour de la profession qu'ils font, mais il se peut très bien qu'ils aient une belle estime du talent qu'ils pensent avoir pour arriver à vous convaincre. Mais qui sont ces personnes qui écrivent ces textes que l'agent-télévendeur récite à longueur de journée comme une machine ? Après tout, ces gens de l'ombre - ces tailleurs de script - font et défont le quotidien de l'agent et celui de son client. Pour en savoir davantage, *Survie en télévente* a mené l'enquête afin de découvrir quels sont les hommes et les femmes qui se cachent derrière la parole redondante et standardisée du script !

Il existe peut-être quelque part un bureau, un open-space, une cave avec une petite mansarde qui laisse entrevoir entre ses rideaux de soie, un splendide panorama sur la campagne avoisinante, avec ces petits cottages là-bas au loin, et ces minuscules ruelles où s'agit monsieur et madame tout le monde ; ou bien s'agit-il plutôt d'un paysage fait d'immeubles géants, de mastodontes glauques et presque sans vie, derrière les vitres desquels se cachent peut-être celles et ceux qui, dans le plus grand secret, rédigent dans l'ombre ces



fichus scripts à la con ! Mais qui sont ces gens ? Voilà la vraie question ! Mettons-nous d'accord, ils ne sont pas nés tailleurs de script. Ils le sont devenus par la force des choses, c'est clair. Peut-être, dans une autre vie, étaient-ils poètes, conteurs, écrivains, dramaturges, ou simplement escrocs ? Certainement pas de cette graine de mauvais communicants et de publicitaires au rabais. Qu'est-ce qui a pu les éloigner de leur art, ces braves gens ?

Lorsque j'étais agent, je m'imaginai que celles et ceux qui rédigent nos scripts vivaient sur une île perdue quelque part, dans une petite communauté de hippies assis derrière des bureaux. Il y avait forcément des bureaux sur cette île ! Ne serait-ce que pour le confort... Je pensais donc à des gens assis derrière des bureaux, les deux pieds dans le sable, et la sangria au bec. Un village de schtroumpfs où on brasserait du fric, tout en se dorant la pilule au soleil ! Les tailleurs de script, étaient donc des personnes payées pour réfléchir à la meilleure manière qui existe de convaincre un client « X » (qu'ils ne verraient jamais), de l'intérêt qu'il aurait à ne plus ignorer un achat « Y » (dont il ne souhaitait pas). Ces gens existaient bien quelque part, j'en étais convaincu ! Après tout, nos scripts ne se pondaient pas tout seuls ! Il y avait forcément un coupable derrière toute cette histoire ! Seulement on ne le voyait jamais ! Les tailleurs de script et leurs potes, ils savaient rester discrets. Ils rédigeaient leurs textes, puis les balançaient comme des bouteilles à la mer, et quelqu'un quelque part, les payait grassement pour cela ! Il était probable que ces individus n'habitaient pas vraiment une île, mais qu'ils vivaient là, parmi nous, invisibles. Lorsqu'ils se croisaient, peut-être avaient-ils un code pour se reconnaître mutuellement ? Se distinguer en tant

que membres de cette confrérie à laquelle ils appartenaient secrètement ? Il y avait forcément une confrérie, vu qu'il y avait des bureaux ! Ils avaient nécessairement un tatouage, une mimique ou bien un sifflement bizarre pour pouvoir se reconnaître ! À moins que toute cette histoire de tailleurs de script n'ait jamais été autre chose que l'œuvre de la mafia ? En effet, peut-être était-ce la mafia qui écrivait nos scripts de télévente ? Je me demandais à combien ils vendaient leurs marchandises à mes employeurs ? Peut-être étaient-ils allés jusqu'à créer un festival afin de récompenser les meilleurs scripts qu'ils avaient rédigés ? Avec un petit trophée en tête de cheval à la clé, remis par un parrain local au télévendeur qui aurait le mieux poussé la chansonnette !

Agent, il existe des gens payés pour écrire les scripts que tu lis, et ils sont mieux rémunérés que tu ne le seras jamais. Alors si tu échoues dans ta mission, comprends que ce n'est pas vraiment de ta faute. C'est celle d'apprentis sorciers du slogan, d'obsédés du contre-argument, de vendeurs de mots à la sauvette qui t'ont jugé digne – toi et tes collègues – d'interpréter leur pièce, de lire leur « script ». Un télévendeur, qu'est-ce que c'est en fin de compte ? Un acteur qui s'est mal orienté, voilà tout ! Un type qui prête sa voix contre une parole, plus un cachet pour l'*acting*. Une marionnette engagée pour jouer une pièce écrite par d'autres, pour réciter une parole « fantasmée », tenue pour la meilleure manière qui soit de vendre des trucs par téléphone. Le travail de l'agent consiste donc à donner corps, à interpréter, à souffler vie ! Il doit endosser le rôle pour lequel sa compagnie le paye, et il est tenu de le faire avec ferveur et discipline ! C'est le quotidien d'un agent-télévendeur, c'est la base du métier !

Le script, c'est un peu comme un tube de l'été. Une mauvaise chanson commandée par une maison de production qui n'en aurait rien à fiche de la musique. C'est moche à entendre, mais c'est entraînant et puis ça se retient bien. C'est un genre de *hit*, que l'agent va devoir chanter jusqu'à en vomir. Une espèce de rengaine hypnotique qu'il va interpréter devant toutes les âmes innocentes qu'il s'apprête à corrompre. Cela pour quoi, je vous le demande ? Uniquement pour payer un loyer et pour que, selon toute vraisemblance, à la fin de l'histoire, l'agent soit remplacé, qu'il soit viré, qu'il devienne fou, ou qu'il réalise – en tout cas je l'espère pour lui – le but intime de son existence. En attendant, agent, le script c'est toi ! Grâce à toi, le client va (peut-être) acheter ce produit que ton patron est tellement impatient de lui vendre. Si le client refuse d'entendre la bonne parole, n'aie surtout aucune d'inquiétude ! Ce n'est pas ta faute, souviens-toi bien ! Ne t'en fais pas pour ça. Le logiciel connaît d'autres numéros ! Vous appellerez demain !

Si on vous contactait pour visiter notre magasin – et que c'était la cinquième fois que vous y alliez en deux jours – le script vous proposait la carte « saphir et diamant », et 10 % de rabais sur vos pneus d'hiver. S'il s'agissait d'un abonnement mensuel au journal *alternative-vegan*, mais que vous déclariez être un « cannibale multirécidiviste du centre gauche du PS », le script tenait à vous informer que notre magasin regorgeait de conseils « pratiques et amusants » sur la manière la plus écologique et la plus décorative de nourrir un bon cheptel aux grains ! Enfin, si c'était une invitation à venir découvrir notre « foire annuelle du cassoulet berrichon », mais que vous nous déclariez être pris par vos obligations morales – par exemple l'enterrement

de votre ami tragiquement décédé après y être allé – le script vous faisait la liste de toutes les qualités méconnues de ces petits muscadets des Pays de la Loire, qui vous attendaient bien au frais afin de vous faire oublier – enfin espérons-le – cet ami qui n’avait jamais partagé un seul véritable repas avec vous ! Le script avait réponse à tout. Il avait tout prévu. Il choisissait la couleur de nos sous-vêtements.



## Niveau 6

# Un phare dans l'océan

Tu es un télévendeur – bravo ! Un agent dans un centre d'appels – félicitations ! Tu débarques, la tête pleine de rêves et d'espoirs ! Mais tu découvres presque aussitôt que face à certains imprévus, il n'y a pas grand chose que le script puisse faire pour toi. C'est étonnant, mais celui-ci ne peut (peut-être) pas tout ! S'il y a des failles dans la matrice, aussi improbables soient-elles, quelles seront tes armes, agent ? Jeune padawan à la chevelure fraîchement tressée, sache que l'arme fatale d'un vrai chevalier de la télévente est – et restera à jamais – le flot calme et serein de sa voix innocente !

J'avais un collègue, c'était un crack ! Il avait constaté à force d'appels qu'en prenant un ton plus grave et plus posé, il parvenait à atteindre ses objectifs de vente sans forcer. Chaque jour, nous l'entendions prendre une voix à la Barry White, et chaque jour les clients s'agglutinaient à son timbre suave comme des mouches à du papier collant. Face à une si belle et une si franche réussite, mon collègue et moi-même décidions de l'imiter, en adoptant à notre tour une voix plus *groovy*, assurément plus sensuelle ! Surprise, nous doublions nos chiffres de vente cette soirée-là, et toutes les autres fois où nous essayions d'employer cette méthode jusqu'alors tenue secrète ! Moralité de l'histoire ? Si le talent ne s'invente pas, la réussite peut se forcer ! Les basses, comprenez-vous ? Les basses, ami·e lecteur·trice ! C'est le sucre de la musique !

Agent, le ton de ta voix est la première impression que tu donnes lors d'un appel. C'est ta carte d'identité. Même si ce que tu proposes est une vaste escroquerie – une arnaque intergalactique sans nom – le ton de ta voix ne doit jamais trahir ta sainte mission : celle de vendre des trucs, des bidules, des babioles. Ta voix est comme un phare dans l'océan ! Elle guide le client dans son désir profond d'acheter des produits dont il n'a pas vraiment besoin. Voilà la base du métier. Qu'importe que le timbre soit calme ou qu'il soit dynamique, l'essentiel c'est que la voix, elle, soit assurée ! Agent, tu dois chanter le succès ! Et pour cela, il te faut t'adapter aux clients. Tu dois utiliser tous les outils mis à ta disposition pour ne leur laisser aucune échappatoire de ne pas finir convaincu. Le but de l'affaire, c'est de vendre tes produits, qu'importe les moyens. Si tu as un don naturel pour l'imitation, il est de ton devoir professionnel d'en faire usage ! Si ton timbre est modulable, telle une Céline Dion des cubicules, ce talent te mènera vers un succès insolent et t'aidera à franchir bien des obstacles, qui jusqu'alors t'auraient parus insurmontables.

Si je devais vendre de la poutargue ou des haricots blancs par téléphone - cela arrive - je décidais de prendre l'accent du sud, afin d'augmenter mes chances de succès. C'était la vente assurée ! Par contre, s'il s'agissait de promouvoir de la poutine à l'aïoli, l'accent québécois était un véritable avantage. Paf, une deuxième vente assurée ! Dans ce milieu, il faut savoir s'adapter. Le patron exige que l'on défende les vertus d'une crème hémorroïdaire à base de piments japaleño ? Connaître l'accent mexicain sera alors un investissement sérieux. Attention, toutefois il ne faut jamais abuser des accents que l'on emprunte ! À trop piquer l'accent des autres, on en finit par croire que l'on est italien quand on vient

du Poitou, allemand quand on est originaire des Vosges. Pour l'accent ch'ti, soyez prudent, et rappelez-vous bien : l'articulation est primordiale en télévente, même si vous devez vendre du maroilles !

Tu es un télévendeur – bravo ! Un agent dans un centre d'appels – félicitations ! Tu débarques, la tête pleine de rêves et d'espoirs ! Et tu découvres presque aussitôt qu'en utilisant les fins stratagèmes énumérés ci-dessus, tu peux « peut-être » parvenir à accomplir les objectifs fixés par ton patron. Tout n'est pas perdu, agent ! Seulement la route est longue vers le succès et même en prenant ton accent italien le plus suave et le plus sensuel, même en étant aussi impliqué dans ton travail qu'un *boys band* convaincu de sa mission pour le seigneur – sache que réciter chaque jour la même chanson est un exercice des plus éprouvants. Agent, tu chantes le script encore et à nouveau. Ton client n'en mange qu'une fois – ce qui souvent est trop pour lui ! Survivre en télévente c'est d'abord ne pas développer des maladies psychiques jusqu'alors inconnues. Pour ce faire, un télévendeur doit donc savoir à quel moment il est bon de se reposer. Oublier le script, le ton, le timbre, et l'intérêt que l'on simule. Chaque jour, un vrai chevalier de télévente doit savoir reconnaître le moment idéal pour ne pas en glander une ! Et ce moment, c'est maintenant.

Comment rendre intéressante une journée de travail en télévente ? Mes collègues et moi-même, nous nous le demandions souvent. Aucun d'entre nous ne souhaitait virer fou. Nous étions donc devenus des as dans l'entreprise de « tuer le temps ». Ils étaient là bien avant moi, et ils avaient eu tout loisir d'imaginer leurs parades face à la morosité. Notre quartier général



faisait office de laboratoire d'expérimentation en la matière ! Chaque jour, j'en apercevais qui lisaient les journaux, faisaient des grilles de sudoku, noircissaient des colonnes de mots croisés, révisaient leurs cours de solfège, faisaient du tir à l'arc, ou travaillaient leurs katas. J'en ai vu se défoncer à la coke pour tenir le choc ou devoir être *stone* pour réussir une vente. Le but, c'était de survivre ! De faire passer la lassitude et la routine de ce travail rébarbatif par n'importe quel moyen ! De ne surtout pas finir limite *nervous breakdown* ! Pour ma part, je choisisais de parfaire ma culture BD, de dessiner et d'écrire dès quand j'en avais l'occasion. Peut-être, plus tard, j'écrirai sur toute cette expérience ? Un truc, une connerie, un petit bouquin à la con. Un témoignage parsemé de blagues que les agents puissent lire entre deux appels !

## Niveau 7

### **Pour quelques dollars de plus**

Être télévendeur, ce n'est pas juste emmerdant – c'est aussi fatigant ! À bien des égards, c'est un job contre nature. Comme tous les jobs vous me direz... Mais celui-ci a ceci de particulier qu'il n'aime rien de plus que la répétition, et n'apprécie rien de moins que la station verticale. C'est un travail où l'on reste constamment assis, vissé à sa chaise, les yeux rivés sur un écran qui vous brûle lentement les rétines. C'est la base du métier ! Pour l'agent, il est primordial de développer rapidement des manières « raisonnables » d'aborder ce travail. Au quotidien, deux choix s'offrent à lui, ou elle. Il s'agit soit de vivre le script à fond comme un imbécile, soit de le réciter bravement comme un crétin ! Chaque agent trouvera la juste balance selon son caractère.

J'ai toujours aimé me compliquer la vie ! C'est probablement dû au fait que j'ai un prénom composé. Lorsque je travaillais en télévente, dès que quelqu'un décrochait, je laissais tomber ma BD ou la conversation entamée avec mes voisins, afin de me focaliser entièrement sur la personne qui venait de prendre l'appel. Soudain, je me projetais chez elle ! J'étais dans son canapé à manger ses chips, à boire sa bière, à rêver d'un ailleurs ! J'imaginai le client installé bien au chaud, affairé à sa détente – lorsque surprise, voilà le téléphone qui sonne ! Le client savait qu'il devait décrocher ! C'est une loi de l'univers, pour lui c'est inévitable. Cela peut être un mauvais numéro, à l'autre bout du fil quelqu'un est sans doute mal informé ! Mieux vaut décrocher maintenant ; il pourrait rappeler d'ici une

heure ! J'imaginai le client se dire toutes ces choses-là, lâcher sa bière, son émission télé, courir à travers la pièce en direction du téléphone, et découvrir avec tristesse que non, non ce n'est que « nous », bêtement « nous » – les télévendeurs du clan des appels sortants ! Je visualisais l'ampleur de sa déception. Et c'est à ce moment-là seulement que je commençais à faire mon speech !

### **1 – « Réciter bravement comme un crétin ».**

Parmi les deux méthodes proposées ici, celle-là a l'avantage d'être la plus simple. Réciter bêtement, cela laisse l'énergie nécessaire pour penser à d'autres choix de carrière. Aussi, rappelons-le, c'est dans la nature des choses. Le client n'attend pas davantage d'investissement de la part de l'agent-télévendeur. Il trouvera même cela curieux, voire malaisant, lorsque l'agent lui parlera avec entrain, comme convaincu par son délire ! En effet, le client considère le télévendeur comme un robot prévisible, un automate stupide qui parle sur un ton faussement enjoué et d'une voix monotone. Alors, certes, réciter bravement le script comme un crétin sans se préoccuper du client à l'autre bout du fil, ce n'est pas vraiment professionnel – c'est vrai. Mais en fin de compte, c'est un cadeau de l'agent à l'intelligence de son client. Un signe de respect.

### **2 – « Vivre le script à fond comme un imbécile ».**

Il n'y a pas à dire, cette approche est la plus sérieuse. Dans la vie, tant qu'à faire les choses, autant les faire bien. Évidemment, sur la durée c'est difficile à tenir. Les premiers mots que le client entend, le ton, le timbre avec lesquels l'agent s'adresse à lui, sont décisifs dans la

réussite de l'appel. Pour l'agent, il s'agit donc de faire l'effort d'écouter, de contrôler son intonation, sa diction, et enfin le rythme de sa voix. Cela fait beaucoup de choses à retenir. D'autant que l'agent doit également faire son possible pour se mettre à la place de son client. Bien travailler, c'est éreintant. Et dans le cas de la télévente, cela en vaut rarement le salaire. Pourtant c'est plus gratifiant, et très utile lorsqu'il s'agit de parler aux vieux, aux mêmes, ou à son employeur !

On nous disait : imaginez que vous parlez à un vieil ami. Soudain au cours du repas, vous avez comme une illumination ! Vous souhaitez vivement le convaincre de l'immense bonheur qu'il aura à ne plus retarder l'achat de ce canapé, qu'il croit issu du royaume des enfers. Soyez persuadé que ce canapé, cette chaise, ce frigidaire (des enfers), va lui sauver la peau ! J'ai bien dit, lui sauvez la peau ! Soyez possédé par cette idée ! Vous aimez votre ami, n'est-ce pas ? Vous ne voulez pas qu'il meure sans avoir véritablement vécu ? Vous voulez son bien-être, son épanouissement, sa joie éternelle ? Eh bien, c'est exactement la même chose lorsque vous parlez à votre client... Vous êtes ici pour son bien ! Mais ce démon-là l'ignore encore.

Agent, tous ces efforts peuvent te sembler vains, pourtant ils feront de toi un bien meilleur télévendeur. C'est idiot - je sais - mais aucun patron ne pourra jamais te reprocher ton manque d'implication. La méthode du : « Je vis le script à fond comme un imbécile » est une technique tibétaine avancée, validée par les plus grands lamas de notre siècle ! Elle est fondée sur une écoute prolongée du client et sur le chakra médian. Je crois. Humainement, c'est la manière de travailler la plus enrichissante qui soit, bien qu'elle n'apporte pas

plus de garanties de succès que de harceler un client, avec flegme et nonchalance.

Tu es un télévendeur – bravo ! Un agent dans un centre d'appels – félicitations ! Tu débarques, la tête pleine de rêves et d'espoirs ! Et tu découvres presque aussitôt qu'armé de ton script, de ta voix de velours, de tes arguments *clientproof* et de ce petit livre de survie, rien ne peut t'éloigner plus longtemps du succès ! Pourtant, il existe des facteurs qu'aucun agent ne contrôlera jamais. Des clients contre lesquels aucun script et aucune écoute active ne pourront quoi que ce soit. Agent, il y a des situations où tu te retrouveras obligé de rompre ton serment d'hypocrite, et de faire ce qui t'a été formellement interdit par toutes les lois de la profession : à savoir d'improviser !

## Boss final

### **Les vieux et les marmots. D'où viennent-ils ? Que veulent-ils ?**

Agent, tu possèdes désormais les armes requises pour être un digne chevalier de la télévente ! Tu as tiré les leçons du passé, tu sais que le client te hait – mais que malgré tout, tu ne dois jamais lui en vouloir. Tu connais la meilleure façon de paramétrer ton appel de manière optimale, tu as une parfaite maîtrise du ton, du timbre, du rythme de la conversation ! Tu sais parer aux objections, être attentif à ta cible, et plutôt que d'improviser, désormais tu prends l'accent marseillais ! Tu es à ton maximum ! Tes parents seraient fiers de toi si tu n'étais devenu télévendeur. Le plus important dans tout ça ? Tu suis le script, car c'est la base du métier !

Malheureusement, tu manques cruellement d'expérience. Or, il existe des clients plus forts que toi et que ton ami le script, des entités téléphoniques plus puissantes que tu ne le seras jamais ! Des forces de la nature devant lesquelles seuls une adaptation tout terrain et un humour béton pourront te faire sortir indemne. Ces gens dont je te parle sont les « faux amis » de l'agent-télévendeur. Imprévisibles, ils te sortiront de ta zone de confort en deux temps et trois mouvements de hanches. Mais qui sont ces dieux invincibles, capables de faire trembler ainsi le plus valeureux des agents ? Il s'agit des enfants et des personnes âgées, autrement nommés – les marmots et les vieux. Ces mots font peur, c'est vrai. Contre eux, tu vas échouer lamentablement encore et à nouveau. Leur problème ? Ils sont ravis de recevoir ton appel ! Paradoxalement

c'est très mauvais signe. Alors pour essayer de leur faire face, voici un petit exercice de circonstance :

Tu parles à une dame, une certaine madame Micheau. Tu récites le script à la sauce habituelle, réfléchissant à ce que tu pourrais faire d'une vie libérée de ce genre de contraintes. À l'autre bout du fil, madame Micheau te demande de bien vouloir répéter. Elle pensait à autre chose, la bougresse. Que fais-tu ? Entoure la bonne réponse de ton sang !

A : Tu lui hurles qu'il s'agit d'une « escroquerie », trois fois, pour qu'elle comprenne bien.

B : Tu lui conseilles de faire ses bagages, et de partir vivre en Alaska ! Puis tu te ravises. Le Mexique ce sera mieux, tu passeras la chercher dans une heure !

C : Tu relis le script.

D : Tu relis le script, avec l'accent marseillais.

Réponse : la dernière. Tu as été engagé pour ce glorieux talent. C'est même écrit au marqueur sur ta fiche d'employé.

Mais tes efforts ne suffisent pas ! Madame Micheau – sourde et âgée – est plus sourde et plus âgée que tu ne pensais. Elle dit ne rien piper « pantoute » (du tout), à ce que tu racontes, et te demande de répéter, d'articuler mieux que ça. Quelle stratégie adoptes-tu ?

A : Tu hurles un bon coup, afin de correctement te faire comprendre.

B : Tu détaches chaque syllabe du script comme si toute forme de vie sur cette planète dépendait de leur plus impeccable et de leur plus parfaite « ar-ti-cu-lation ».

C : Tu adoptes un rythme lent, morose, et presque inquiet. Tu parles la vieillesse, tu es la vieillesse, tu en imagines son langage et ses codes.

D : Tu joues la carte de la compassion. Ce ton vaguement condescendant que l'on sert aux vieilles personnes qui pourtant en ont vus et compris bien plus que toi.

Réponse : remonte de la dernière à la première réponse, précisément dans cet ordre.

Les personnes âgées demandent patience, indulgence et concentration. Elles n'ont rien à prouver à personne – et certainement pas à toi ! Simplement elles manquent souvent de compagnie. Les vieux te remettront à ta place par besoin – par jeu ou par nécessité. Respecte-les, ne les prends pas de haut ! Ils sont moins empotés que tu ne présumes. Néanmoins, ne t'attends pas à obtenir grand chose d'eux. Leur maîtrise de la carte de crédit est parfois sommaire. Bien souvent, elles n'aiment pas non plus la nouveauté. De plus, tu risques de perdre ton temps et de t'essouffler devant leur sens éprouvé de l'improvisation.

Les marmots c'est une autre histoire, un autre genre de malaise. Eux, sont enchantés de jouer aux « grands » par téléphone et d'intercepter ce message qui ne leur est pas destiné. Transmettre des infos à leurs parents, ça c'est du sérieux ! Ce n'est pas de la blague, vois-tu.



Ils prennent cela très à cœur ! Seulement, les enfants, comme tout le monde le sait, c'est la montagne sacrée en matière d'imprévisibilité. Ils sont trop jeunes pour saisir le concept d'escroquerie téléphonique en bande organisée, ce qui théoriquement fait d'eux des proies faciles. Malheureusement pour le télévendeur, au moment où j'écris ces lignes, ils ne sont pas en âge d'avoir une carte de crédit. Ils ne risquent donc pas de t'acheter quoi que ce soit avec la thune de leur quatre heures ! Autre problème, ce sont des dieux en matière d'impro. Fais attention à ne pas t'y frotter ! Ils peuvent hurler à tout bout de champ dans la baraque afin de savoir si leurs parents s'y trouvent, puis redescendre tranquillement quarante-quatre minutes plus tard, la bouche en cœur, et comme si de rien n'était, t'avertir que leurs vieux sont partis depuis le début de l'appel. Ils sont charmants, mais si peu fiables... Ils aiment les joies simples, ils ont cela en commun avec les personnes âgées. Les enfants tout ce qu'ils souhaitent, c'est collecter un maximum d'infos et les rapporter « tout croche » à leurs parents. À leurs yeux, le seul intérêt de ton appel : c'est la mission que tu leur confies ! C'est une belle innocence que la leur, tu ne trouves pas ? Tu devrais t'en inspirer agent, et ainsi trouver le courage nécessaire pour lâcher ton boulot. Enfin, dernier conseil, évite de les tutoyer ! Tu ne t'adresses pas à des débiles ! Eux, ont encore un avenir. L'air de rien, tu leur offres une grande responsabilité en leur parlant, et ils seront heureux si tu les vouvoies comme de grandes personnes ! Ils aiment les choses simples, les mômes. Ils sont sains, et si loin des bases du métier !

Lorsque tu te retrouves face à un enfant au téléphone, tu ne sais jamais comment la conversation va tourner. Soit cela est bref, soit à l'inverse cela part dans tous les sens !

Voici l'exemple d'un cas typique que tu peux être amené à rencontrer :

- Bonjour, je souhaiterais parler à Madame Micheau, s'il vous plaît !
- C'est qui ?
- Théophile Bonpalace d'Escrotel, est-ce que ta maman est là ?
- Attends, s'il te plaît !
- D'accord, j'attends.
- *Silence*
- Non, elle est partie, désolé !
- Très bien, alors est-ce que ton papa est là ?
- Attends, s'il te plaît !
- *Silence*
- Non désolé, il est parti lui aussi.
- Bin mince alors, c'est pas de chance, dis-moi !  
Personne n'est à la maison ?
- Je suis seule avec mon frère. Vous êtes mal tombé.
- Je vois, est-ce que je peux rappeler tes parents durant la soirée ?
- Je crois pas, non, ils sont morts, mes parents.
- Pardon ?
- J'aurais peut-être pu les sauver si vous n'aviez pas appelé ! Mais comme vous étiez déjà en ligne, pas moyen de joindre les pompiers !
- Pardon ?
- Ils sont partis au ciel pendant que je vous causais mes parents. C'était brutal, j'ai rien pu faire. Avec mon frère, va falloir qu'on les enterre, vu qu'on a pas de quoi payer l'enterrement ! C'est pas évident, dehors la terre est dure comme de la pierre et mon petit frère il est pas très costaud. C'est moi qui le bats au bras de fer !
- Vous avez un potager dans votre jardin, non ?

- La terre sera moins dure si vous les enterrez là !
- Oui, mais je crains que ça gâche les légumes. Bah, tant pis, on va faire sans...
  - Je suis vraiment navré pour toi et ton frère... Si j'avais su...
  - Bé, vous pouviez pas savoir ! Vous faites votre travail, Monsieur Bonpalace. Enfin bon, c'est pas rigolo quand même, hein ?
- 

Tu es un télévendeur. Un agent dans un centre d'appels. De tous les clients que tu vas entendre durant ta carrière, les vieux et les marmots sont sans conteste les plus charmants et les plus terribles. Ce sont eux le véritable boss final. Car ils vont te rappeler ton innocence perdue et la véritable destination de toute vie, le seul vrai terminus qui soit. Tu dois les affronter pour devenir un noble chevalier de la télévente, pour renoncer à la télévente, et pour t'émanciper du script ! Car tu n'obtiendras rien d'eux. Par contre, si tu les écoutes, ce sont eux qui vont t'apporter quelque chose. L'espace d'un instant, ils t'aideront à retrouver celui que tu étais avant de t'enterrer dans ce métier pour gagner de quoi payer ta croûte. Ils te donneront le goût de retrouver cette « parole » libre qui est la tienne, de récupérer une « voix » neuve, qui ne soit plus standardisée. Loin du script et de ces impératifs de vente, de ce logiciel auquel tu ne comprends rien, et de ce boulot dans lequel tu sais très bien qu'il est préférable de ne pas s'éterniser. Soyons clair, qui que tu sois, tu mérites mieux qu'être un agent dans le monde marchand et débilitant de la télévente. Qui que tu sois, tu mérites de t'émanciper de toutes les lois du métier. En attendant, apprend ce que tu as à apprendre, et respecte le client. Car le client, c'est toi.

À la fin de ma formation, on est venu me voir et on m'a dit : « Fils, l'alignement des planètes t'est désormais favorable, et le karma légitime ! Tu vas pouvoir briller telle une étoile, exceller dans ce pour quoi on t'a formé avec amour et insistance, te révéler dans ce pour quoi l'existence t'attend ! Voilà la raison pour laquelle on te paye mon fils ! Tu vas être un agent-télévendeur comme l'univers l'a voulu, peut-être même comme il n'en a jamais connu ! Fils, te voilà prêt ! Maintenant, vas-y ! Fais-nous une belle vente ! »

Ce qui m'aura le plus appris durant ces quelques années de travail en télévente, cela aura été de me rendre compte que ces agents que je côtoyais et qui venaient du monde entier étaient pour la plupart infiniment plus qualifiés que moi. Il y avait des Québécois et des Français, mais aussi des Tunisiens, des Marocains, des Sénégalais, des Maliens, des Égyptiens, quelques Anglo. Tout ce petit monde cohabitait très bien. Une ribambelle de profils venus du monde entier, dont la plupart avait immigré par nécessité. Aucune de leurs expériences professionnelles passées ne laissait entrevoir qu'un jour ils travailleraient dans un centre d'appels, à devoir lire un script idiot en y mettant du cœur – de la persuasion au moins. Au pays, ils étaient pour la plupart éducateurs, professeurs, ingénieurs, médecins, juristes, comptables... Ils avaient immigré ici, en pensant pouvoir y exercer facilement leur profession. Mais ils se retrouvaient à vendre « à la sauvette » des meubles par téléphone, loin de leurs compétences, loin de leurs qualités. Ils ne se plaignaient pas, et faisaient mille choses à côté. Dans notre quartier général, tout le monde faisait de son mieux pour s'entendre, se respecter, se marrer ensemble pendant le temps que cela durerait ! Ce n'était pas la base du métier certes, mais la meilleure chose qu'il nous restait à faire ici, en qualité d'humains...

- 
- Bonjour, je souhaite parler à madame Micheau, s'il vous plaît !
  - C'est elle-même.
  - Bonjour madame Micheau, je suis Théophile Bonpalace d'Escrotel ! J'appelle pour vous inviter à venir découvrir notre magnifique salon du rocking-chair qui se tiendra...
  - Je vous attendais, monsieur Bonpalace !
  - Pardon ?
  - J'ai prié le ciel jour et nuit pour que vous appeliez. Ce matin au réveil, je sentais enfin venir le vent du renouveau ! Désormais vous voilà. C'est un miracle... Loué soit le Seigneur, monsieur Bonpalace !
  - Je ne sais quoi dire, madame Micheau. Je suis touché, vraiment. Mes collègues et moi-même sommes généralement froidement reçus lors de nos appels.
  - Vous faites un métier difficile, monsieur Bonpalace !
  - C'est vrai, madame Micheau.
  - Et tellement ingrat !
  - C'est vrai aussi, madame Micheau.
  - Votre famille doit s'inquiéter ? Vous mangez bien au moins ?!
  - Des lentilles essentiellement. Mais rassurez-vous, madame Micheau... Je tiens bon !
  - Dieu soit loué !
  - Revenons à nos affaires, si vous voulez bien.
  - Vous avez raison, monsieur Bonpalace ! Revenons à nos affaires !
  - Notre magnifique salon du rocking-chair aura lieu samedi prochain à La Malbaie, madame Micheau, et nous tenons beaucoup à vous y inviter vous et votre conjoint.

- Samedi prochain dites-vous ? Je ne pourrais pas... Malheureusement, j’enterre ma sœur !
- Toutes mes condoléances, madame Micheau. Peut-être une invitation pour venir le dimanche ferait-elle mieux l’affaire ?
- Écoutez, finalement non, samedi c’est bien ! Je crois vraiment que c’est ce que ma sœur aurait voulu.
- Comme vous souhaitez, madame Micheau.
- Mais dites-moi si je me trompe, monsieur Bonpalace – La Malbaie, c’est bien à 400 kilomètres de chez moi ?
- Effectivement, madame Micheau, c’est à 415 kilomètres de votre domicile précisément.
- Mince, dire que je n’ai pas de voiture... Enfin, cela n’a pas d’importance. J’ai besoin de m’aérer un peu et marcher me fera le plus grand bien ! Nous viendrons samedi, monsieur Bonpalace !
- À la bonne heure, madame Micheau. Il ne me reste plus qu’à valider votre invitation en vous demandant un chiffre entre 1 et 100, afin de pouvoir participer à notre grand tirage au sort !
- Un chiffre, dites-vous ?
- Un chiffre, oui. Entre 1 et 100 !
- Et il y a des cadeaux à gagner ?
- Absolument madame Micheau, un véritable morceau du mur de Berlin !
- C’est que... Enfin je ne sais pas... Tout cela me paraît soudain !
- Excusez-moi, je ne comprends pas, madame Micheau.
- Vous me prenez au dépourvu. Je ne m’attendais pas à ça, monsieur Bonpalace... Là, il faut que je demande à mon mari, c’est lui le spécialiste des chiffres à la maison !
- Mais je suis sûr que vous et votre mari partagez

- les mêmes valeurs, madame Micheau. Il sera certainement très fier du chiffre que vous choisirez !
- Il m'aime, c'est vrai. Et il me pardonne tout ! Vous avez raison, monsieur Bonpalace, mais en matière de chiffres, nous sommes assez différents lui et moi, vous voyez.
  - Non je ne vois pas, madame Micheau.
  - Écoutez, je crois que le mieux c'est de laisser-faire ! Je ne suis pas très à l'aise à l'idée de vous donner des chiffres comme ça par téléphone ! Ne rappelez plus monsieur Bonpalace...
  - Voyons, il ne s'agit que d'un chiffre !
  - Oui, mais je ne veux pas me tromper !





Achévé d'imprimer en septembre 2018  
par Corlet Numérique à Condé-en-Normandie (14)  
pour le compte des éditions du commun.  
Imprimé en France