

## MOT DU PRÉSIDENT

### Les universités paient-elles trop cher pour l'entretien ménager?

Les 26 et 27 février dernier, paraissaient dans le Journal de Montréal, deux articles sous la plume du journaliste Jean-François Cloutier. Le premier affirmait que les universités paieraient trop cher pour les services d'entretien ménager. Le deuxième article est toutefois venu rectifier l'impression laissée la veille, les représentants des universités se disant prêts à payer plus cher pour faire nettoyer leur immeuble et s'assurer une meilleure qualité de service. M<sup>me</sup> Roch, de l'Université de Sherbrooke, y affirme qu'une des priorités de l'université est la conformité des entreprises choisies aux normes du travail. L'université Laval, quant à elle, a expliqué qu'elle incluait un facteur de qualité dans son appel d'offres et qu'il arrivait donc que le soumissionnaire le plus bas ne soit pas choisi.

Compte tenu de la réponse des universités, j'ai, à titre de président du Comité Paritaire de Montréal et de l'AESEQ, recommandé de ne pas réagir à ces articles, mais de suivre le dossier. Le journaliste n'ayant pas obtenu beaucoup d'appuis crédibles suite aux allégations contenues dans le premier article, nous avons nettement l'impression qu'il va s'arrêter là. Le Comité paritaire continuera plutôt de promouvoir des outils qui sont légaux, tel le Certificat de conformité, pour aider notre clientèle à éviter les entrepreneurs malhonnêtes. L'AESEQ, quant à elle, est parfaitement d'accord avec la clientèle quand celle-ci se dote de critères de qualité pour choisir ses fournisseurs.

Jean-Yves Roy

## La communication avec le client dans l'entretien ménager

Roger Gauthier

**Communiquez-vous régulièrement avec tous vos clients? Ne pas le faire serait une erreur gigantesque. Voici les quatre principales raisons pour lesquelles vous devriez assurer une communication suivie auprès de vos clients.**

### 1) Afin d'obtenir de la rétroaction

Ce que vous désirez, c'est vérifier que votre client est pleinement satisfait de l'entretien que vous faites dans son édifice. Si jamais il n'était pas satisfait, assurez-vous de régler son problème le plus rapidement possible. En cas de problème, il faut arrêter l'hémorragie le plus tôt possible, car les statistiques disent qu'un client insatisfait en parle en moyenne à environ 12 personnes. Si, pour une raison ou une autre, votre client n'est pas entièrement satisfait, vous devriez faire tout en votre pouvoir afin de lui donner pleine satisfaction. Ne prenez pas vos meilleurs clients pour acquis même si vous avez une relation d'affaires avec eux depuis plusieurs années, car les statistiques démontrent qu'environ 60 % des causes de perte de client sont attribuables à l'indifférence.

### 2) Afin d'obtenir des travaux supplémentaires

Pour la grande majorité des entreprises, environ 80 % des ventes sont faites auprès de clients existants. Et puisqu'il en coûte 5 à 7 fois plus cher de vendre à un nouveau client que de vendre à un client actuel, il est fortement recommandé d'assurer une bonne communication auprès de vos clients actuels afin d'obtenir des travaux supplémentaires de leur part. Ces clients vous connaissent déjà et ils vous font confiance.



### 3) Afin d'obtenir des témoignages

La troisième raison pour laquelle vous devriez communiquer avec vos clients est l'obtention de témoignages positifs de leur part. S'ils sont satisfaits de vos services, cela leur fera un très grand plaisir de vous témoigner leur contentement. Un témoignage de client satisfait est un outil, peut-être même le meilleur dont vous disposez, pour convaincre des clients potentiels indécis. Demandez toujours à chacun de vos clients de vous écrire 3-4 lignes maximum sur les bienfaits de vos services et utilisez à bon escient ces témoignages lors de vos présentations.

### 4) Afin d'obtenir des références

La quatrième et dernière raison principale pour laquelle vous devriez communiquer avec vos clients est d'obtenir les noms de clients potentiels de leur part. Vos clients devraient être votre source numéro un pour le développement des affaires. Une fois qu'ils vous auront gentiment donné un témoignage sur les avantages de faire affaire avec votre entreprise, demandez-leur tout simplement s'ils connaissent des gens qui pourraient également en bénéficier.

Voilà donc les quatre principales raisons pour lesquelles vous devriez systématiquement communiquer avec vos clients, soit obtenir de la rétroaction, des travaux supplémentaires, des témoignages et des références.

Bonnes ventes et surtout, bonne communication!  
(Ce texte est inspiré du Bulletin du succès de Patrick Leroux, 28 janvier 2013). ■



WOOD WYANT

# La nouvelle génération de produits d'entretien de planchers écologiques!

Des résultats durables tout en vous permettant d'atteindre vos objectifs en matière d'environnement, voilà ce que vous offre Wood Wyant! Apprenez aussi à optimiser vos opérations avec notre calculateur de coût d'entretien.



Contactez votre directeur de comptes Wood Wyant au **1 800 361-7691** ou par courriel à [info@woodwyant.com](mailto:info@woodwyant.com)



Filiale du Groupe Sani Marc  
Les experts en solutions d'assainissement  
[woodwyant.com](http://woodwyant.com) | [vert.sanimarc.com](http://vert.sanimarc.com)  
[info@woodwyant.com](mailto:info@woodwyant.com)

## VERT-2-GO **ARMOR**

Fini à plancher

### Brillant et résistant

- | Fini brillant comparable à des produits de technologie traditionnelle.
- | Formulation certifiée EcoLogo® avec une résistance à l'abrasion supérieure aux finis traditionnels.
- | Très bonne résistance aux détergents.

## VERT-2-GO **QUICKSNAP**

Poli pour polissage toutes vitesses

### Donne un second souffle à vos planchers

- | Permet de redonner fière allure aux planchers recouverts de fini.
- | Donne un aspect visuel propre et attrayant à votre espace.

## VERT-2-GO **AUTOSCRUBBER+**

Restaurateur de plancher

### Nettoyant et protecteur

- | Permet de nettoyer et protéger votre recouvrement de sol en une seule étape.
- | Il désincruste les saletés et dépose une mince couche de cire.
- | Ne jauni pas sur les surfaces lorsqu'employé à long terme.

## VERT-2-GO **SHIELD**

Scellant à plancher

### Économie et protection

- | Économie à l'application : 2 couches de fini à plancher en moins et l'on obtient le même lustre. Une économie de 4,7 %.
- | Scellant résistant à l'abrasion, qui prévient l'usure du plancher lorsque tout le fini est usé.
- | Rend les planchers plus résistants aux taches.

Membres associés  
de L'AESEQ



WOOD WYANT

Filière du Groupe Sani Marc



# Résultats du nouveau site Internet de l'AESEQ

Roger Gauthier

Après six mois de mise en ligne, l'AESEQ a demandé à la firme Vortex Solution de procéder à une analyse de performance du nouveau site Internet de l'Association. C'est cette analyse qui a été livrée aux membres lors du Conseil d'administration du 27 février dernier. La firme Vortex, tout en constatant une augmentation du nombre de visiteurs sur le site, affirme que l'AESEQ peut faire beaucoup mieux, mais que surtout l'objectif de positionner l'AESEQ comme référence importante chez Google restait à faire. L'AESEQ s'est donc dotée d'un ambitieux plan de référencement qui vise à positionner son site et ses membres dans la première page de référencement de Google lorsque, par exemple, les mots « entretien ménager » sont entrés. Le plan s'échelonne sur une période de six mois après laquelle une nouvelle analyse devra être faite. L'AESEQ a également

mandaté Vortex Solutions afin de mettre en ligne une version pour téléphone mobile de son site, étant consciente que 10 % des utilisateurs de l'Internet n'utilisent que ce moyen et que ce chiffre est en constante croissance.

Il faut rappeler que le site [www.aeseq.org](http://www.aeseq.org) permet gratuitement à tous ses membres d'afficher une pleine page de publicité à l'intention des « visiteurs-clients-potentiels ». De plus, un clic sur le logo d'une entreprise membre permet de rejoindre son site corporatif.

Ce dossier du site Internet de l'AESEQ est un excellent exemple des avantages d'être membre de l'Association puisqu'il y a ici une grande économie, chaque entreprise-membre n'étant pas obligée d'investir pour être référencée par Google puisque sa position en première page lui sera assurée via l'AESEQ. ■

## EN BREF

### Fête en l'honneur de Réal Paré

Le 27 février dernier, le Comité paritaire s'est joint à l'AESEQ pour souligner, par un dîner, le départ à la retraite de celui qui fût de la fondation du Comité paritaire en 1975, M. Réal Paré. M<sup>me</sup> Christiane Bigras, directrice générale du Comité paritaire a tracé un bref historique de la carrière de M. Paré soulignant son implication au Comité paritaire et à l'Association des comités paritaires du Québec. M. Jean-Yves Roy a pour sa part remercié M. Paré de son passage à la présidence de l'AESEQ. Pour l'occasion, étaient également présents les trois leaders syndicaux avec lesquels M. Paré a négocié pendant ses plus de 35 ans à l'AESEQ. M. Raymond Larcher, actuel président de l'UES 800, s'est fait le porte-parole de M. Rhéal Martin et de M. Aimé Gohier pour souligner avec humour que M. Paré méritait le titre de « meilleur ennemi » des travailleurs de l'entretien. Le journal *Entretien avec l'AESEQ* souhaite à M. Réal Paré une très belle retraite bien méritée avec son épouse, ses enfants et petits enfants.

### Décès de M. Tassy Sklivas

*Entretien avec l'AESEQ* a appris le décès de M. Tassy Sklivas survenu à l'automne à l'âge de 80 ans. M. Sklivas a fait carrière chez Industries de maintenance Empire où il a été, dans les années 70, un important pilier de l'AESEQ et un des ardents défenseurs de la création du Décret de l'entretien et du Comité paritaire. M. Sklivas a ensuite fondé Service d'entretien Vertu avant de prendre sa retraite. La famille Sklivas, à qui nous transmettons nos condoléances, est toujours présente dans l'entretien avec la présence de l'aîné de la famille, M. Gary Sklivas, directeur à Montréal pour Service d'entretien Bee-Clean et membre de l'AESEQ.



Lors du dîner à l'occasion du départ à la retraite de M. Réal Paré. De g. à d. Mme Christiane Bigras, directrice générale du Comité paritaire, M. Réal Paré et M. Jean-Yves Roy, président de l'AESEQ.

### Le désinfectant à mains contre les jours de maladie

Aux États-Unis, 407 millions de jours de maladie sont pris chaque année privant les entreprises de 260 milliards de revenu. La recherche démontre toutefois qu'il existe un moyen facile d'éviter la maladie et de garder les employés en santé : l'hygiène des mains est en effet l'un des moyens les plus efficaces d'éviter les infections. Une étude allemande a comparé deux groupes de travailleurs. L'un devait utiliser un désinfectant pour les mains, à base d'alcool et l'autre continuait comme avant. Les maladies respiratoires et gastro-intestinales ont été recensées et les jours de maladie comptés. Pendant un an, un groupe de 130 personnes a été suivi et la conclusion a été que le groupe utilisant le désinfectant à mains a utilisé moins de jours de maladie. Le désinfectant à mains contenait 70 % d'alcool à friction, la concentration nécessaire pour tuer les virus et les bactéries. Toujours selon le rapport, l'effet semble durer plus longtemps que celui obtenu avec le savon et l'eau et il peut même être moins asséchant si une crème hydratante y est ajoutée.

RESPONSABLE DE LA PUBLICATION : ROBERT BARBEAU | RÉDACTEUR EN CHEF ET COORDINATION : ROGER GAUTHIER |  
MISE EN PAGES : RITA ALDER

ENTRETIEN AVEC L'AESEQ EST PUBLIÉ PAR L'ASSOCIATION DES ENTREPRENEURS EN SERVICES D'ÉDIFICES QUÉBEC INC.

9000, RUE DE L'INNOVATION, ANJOU (QUÉBEC) H1J 2X9

[WWW.AESEQ.ORG](http://WWW.AESEQ.ORG) | [FORTIER.GAUTHIER@SYMPATICO.CA](mailto:FORTIER.GAUTHIER@SYMPATICO.CA) | TÉLÉPHONE : (514) 524-1039 | TÉLÉCOPIEUR : (514) 523-7194