

## MOT DU PRÉSIDENT

### Diminuer le taux de roulement de personnel, un enjeu économique

Quelle est la facture globale du roulement de personnel? Combien coûte l'embauche d'un mauvais candidat? Combien coûte la démission d'un bon candidat suite à une mauvaise formation, à une mauvaise initiation, à un mauvais encadrement? Compte tenu de la comparaison avec le reste du Canada et des États-Unis, les entrepreneurs du Québec, qui jouissent d'un taux de roulement de personnel plus bas à cause du Décret de l'entretien d'édifices publics, ont peut-être oublié que le roulement de personnel a un prix et que ce prix peut être contrôlé. Suite à la suggestion de M. Stéphane Lafond, président de Lalema inc., partenaire de l'AESEQ, le dernier conseil d'administration a décidé d'aider ses membres à s'attaquer à ce problème. C'est ainsi que dans quelques semaines, M. Lafond rencontrera les responsables des ressources humaines et leur soumettra une grille d'évaluation des coûts des différents aspects du roulement de personnel. Les responsables RH qui le désirent, feront l'exercice dans leur entreprise et mettront un signe de dollar sur leur pourcentage de roulement. Ils identifieront ensuite les principaux aspects sur lesquels il serait possible d'agir pour diminuer ces coûts. Il reviendra alors à l'AESEQ de mettre à la disposition de ses membres les ressources conseil qui les aideront à s'attaquer au problème. Pour l'AESEQ, ce sera un dossier phare de la prochaine année.

Jean-Yves Roy

## Comment répondre à une objection de prix

Roger Gauthier

**C**omment réagissez-vous lorsqu'un client potentiel vous dit qu'il aimerait retenir vos services, mais que votre prix est trop élevé? Voici trois idées qui vous aideront à répondre à une objection de prix.

### 1. La technique du fractionnement

Le principe de base est d'essayer de ne vendre que la différence entre ce que le client est prêt à déboursier et votre prix de vente. Vous prenez alors cette petite différence et vous la fractionnez au plus petit nombre possible. Vous demandez au client de combien le coût dépasse ce qu'il pensait payer. Si votre prix est de 20 000 \$ par exemple, le client pourrait vous répondre 2 000 \$. Vous avez alors seulement une vente de 2 000 \$ à faire et non de 20 000 \$, puisque le client a déjà acheté 18 000 \$ dans son esprit. Une vente de 2 000 \$ est évidemment plus facile à faire qu'une vente de 20 000 \$. S'il s'agit d'un contrat d'un an, vous pouvez diviser le 2 000 \$ par 52 semaines et obtenir une différence de 38 \$ par semaine ou de moins de 8 \$ par jour ouvrable. Vaut-il la peine pour le client de se priver du meilleur service d'entretien pour 8 \$ par jour? Cette technique est merveilleuse, car elle fait appel au jugement du client.

### 2. Utilisez des lettres de témoignage

Une des meilleures façons afin de faire face à une objection de prix est d'utiliser des lettres de témoignage. Dites à votre client qui s'objecte

à votre prix que vous allez lui montrer cinq lettres de témoignage de clients qui, comme lui, croyaient que vos prix étaient trop élevés. Pour utiliser cette technique toutefois, vous devez avoir des lettres de témoignage de la part de vos clients. Si ce n'est pas le cas, il faut faire immédiatement un blitz de lettres de témoignage auprès de vos clients actuels.

### 3. Soyez prêts à négocier

Si les autres techniques ne fonctionnent pas et qu'un client persiste, une autre avenue est de négocier et de demander ce qu'il est prêt à vous offrir en échange. Essayez toujours d'obtenir quelque chose en compensation de votre diminution de prix. Par exemple, vous pourriez obtenir en échange certains de leurs produits ou services, un ou des chèques cadeaux, le paiement total immédiatement, de la publicité gratuite, une lettre de témoignage, trois références de clients potentiels, etc. Il faut être créatif, surtout être bien préparé et ne jamais donner rien pour rien.

Finalement, si les techniques énumérées plus haut ne fonctionnent pas et que votre client n'a absolument rien à vous offrir de valeur en retour d'une diminution de votre prix, peut-être est-il temps, même si parfois cela est difficile, de dire « Non, merci ».

Cet article est inspiré du Bulletin du succès de Patrick Leroux, édition du 21 octobre 2013. ■





# FORT

Fini à plancher pour zones très passantes

Vous manquez de temps ou de ressources pour entretenir vos planchers?

Nécessitant un minimum d'entretien, le fini à plancher Fort est la solution à adopter pour l'application d'un fini à plancher durable dans les endroits où il y a beaucoup de circulation. Il ne fait aucun doute que Fort saura combler toutes vos attentes!



Son apparence lustrée initiale se conserve longtemps

Les semelles des chaussures y laissent peu de marques noires (30 % moins que sur les finis à plancher de la concurrence) et il est facile de les faire disparaître

Possibilité de polir de manière électrique pour des planchers d'apparence neuve

Possibilité de polir au propane si une apparence beaucoup plus lustrée est désirée

Formats disponibles : 4 L, 20 L

[info@woodwyant.com](mailto:info@woodwyant.com)



**WOOD WYANT**

1 800 361-7691

Membres associés  
de L'AESEQ



# Temps mort ou « Time out » ?

Roméo Malenfant, Ph.D.

En tant que propriétaire ou cadre, vous devez être capable de prendre du recul. Or, le recul ne se conçoit que dans votre capacité à faire des pauses dans le tourbillon des événements quotidiens. Une pause peut prendre diverses formes : une heure complète à dîner, seul, le téléphone éteint; une quinzaine de minutes pour la marche, la méditation ou un peu de lecture; une dizaine de minutes de détente et de respirations entre deux travaux urgents; une musique douce accompagnant le long trajet de retour en auto jusqu'à la maison; une petite ballade à pieds d'une quinzaine de minutes avant d'entreprendre les préparatifs du souper. Un simple petit moment de plaisir accordé avant chaque corvée peut faire toute la différence en termes d'énergie renouvelée, de motivation et d'accomplissement d'un meilleur travail. Ce qui semble des « temps morts » permet à l'esprit de suivre des chemins qu'il ne peut prendre dans l'excitation de l'action. C'est durant de tels moments « neutres » que, dans ma carrière de directeur général, j'ai eu les meilleures idées pour faire progresser mon organisme et... que j'ai vu venir les embûches qui se pointaient à l'horizon. Essayons donc de considérer plutôt un « temps mort » comme un « *time out* » dans le sport : un moment d'arrêt pour respirer à fond lors d'une situation difficile. Nous avons tous besoin, à un moment donné, de prendre du recul par rapport à la vie effrénée du quotidien. C'est une des rares façons de voir venir les pièges, mais aussi les opportunités, qui jalonnent notre chemin. Faire « une pause », c'est se donner le temps de réfléchir, de garder un regard serein sur nos activités. Ainsi, faire « une pause » n'est plus perdre son temps, mais bien en gagner.



Article tiré du Guide n° 9 : le directeur général en péril, Éditions D.P.R.M. ■

## EN BREF

### Nouvelles responsables du comité des ressources humaines

Lors de leur rencontre du 27 février dernier, les responsables des ressources humaines avaient à nommer un remplaçant à M. Jean-François Poulin (GDI) à titre de responsable du comité. C'est ainsi que les responsables RH ont nommé non pas une, mais plutôt deux personnes à la tête du comité. Il s'agit de M<sup>me</sup> Isabelle Leblanc (SMR) et de M<sup>me</sup> Vicky Corriveau (Controlnet). Elles auront à superviser le dossier important portant sur le roulement de personnel et à animer les quatre rencontres statutaires du comité qui permettent aux responsables RH de partager leurs interrogations sur l'application de la convention collective et du décret. *Entretien avec l'AESEQ* leur dit bravo et bonne chance.

### Du nouveau au Tournoi de golf

Suite à un sondage effectué auprès des membres entrepreneurs et des partenaires de l'Association, le Conseil d'administration a décidé d'apporter quelques modifications à son tournoi de golf annuel. C'est ainsi que l'édition 2014 aura lieu un peu plus tôt, probablement la dernière semaine du mois d'août, et que le souper sera remplacé par un cocktail dinatoire où tous les membres et partenaires joueurs et non-joueurs seront invités, l'important étant de préserver un moment privilégié de rencontre hors des cadres du travail.

### Un nouveau partenaire média

L'AESEQ annonce qu'elle a un nouveau partenaire média et que dorénavant elle collaborera avec le magazine *Maintenance* pour faire la promotion de l'Association et de l'industrie de l'entretien. L'abonnement à ce magazine d'excellente qualité est gratuit, à la condition que le lecteur soit qualifié, selon les critères de l'éditeur. À cet effet, toute personne qui occupe un poste de gestion ou de coordination dans l'industrie de l'entretien d'édifices, est considérée comme étant un lecteur qualifié. Le magazine *Maintenance* est très apprécié parce qu'il est publié en français, c'est vrai, mais aussi et surtout parce qu'il traite de nos réalités, en lien avec le climat d'ici, nos réglementations, les équipements, les technologies et les façons de faire disponibles au Québec. Le magazine *Maintenance* collabore également avec d'importants regroupements de gestionnaires d'immeubles au Québec, tel que BOMA. Il paraît à chaque trimestre et il est posté gratuitement à 8 000 lecteurs qualifiés. Les personnes intéressées peuvent compléter ce formulaire d'abonnement gratuit en ligne : <http://www.jbcmmedia.ca/abonnement.php>

Pour visualiser le magazine en ligne : [www.jbcmmedia.ca/maintenance.html](http://www.jbcmmedia.ca/maintenance.html)

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