

COMMENT CONCEVOIR UNE COLLECTE DES SUGGESTIONS ET DES RECLAMATIONS CLIENTS ?

1 définir les objectifs : vous voulez mesurer QUOI ?

A l'instar de la mesure de la satisfaction client, le traitement des réclamations s'inscrit dans la logique d'amélioration continue selon le principe du PDCA (Plan/Do/Check/Act)

Vous souhaitez fournir à la clientèle la possibilité de formuler des réclamations et / ou des suggestions (R/S).

Cette collecte peut se faire via internet et Google formulaire ou via papier

Mes étudiants ont souvent choisi le canal « papier »

2 Définir les informations à collecter

- Pour chaque R/S il faut collecter le nom, prénom, n° de tél, adresse e-mail, l'identification du bien concerné et le détail de la réclamation ou de la suggestion. Chaque réclamation devra porter un N° afin de pouvoir effectuer le suivi (réponse faites)

- il faut ensuite définir OU QUAND COMMENT et QUI mettra en place et assurera le suivi de cette opération

- respecter le processus ISO 10002 ou un autre processus compatible (FD X50-167)

L'ISO 10002:2014 fournit des recommandations sur le processus de traitement des réclamations relatif aux produits au sein d'un organisme, notamment en matière de planification, conception, fonctionnement, mise à jour et amélioration. Le processus de traitement des réclamations décrit est destiné à être utilisé en tant que l'un des processus d'un système de management de la qualité global.

L'ISO 10002:2014 n'est pas applicable à des litiges dont la résolution est soumise à l'extérieur de l'organisme, ni aux litiges relatifs à l'emploi et aux ressources humaines.

Elle est destinée à être utilisée par des organismes de toute taille et de tout secteur. L'Annexe A donne des recommandations propres aux petites entreprises.

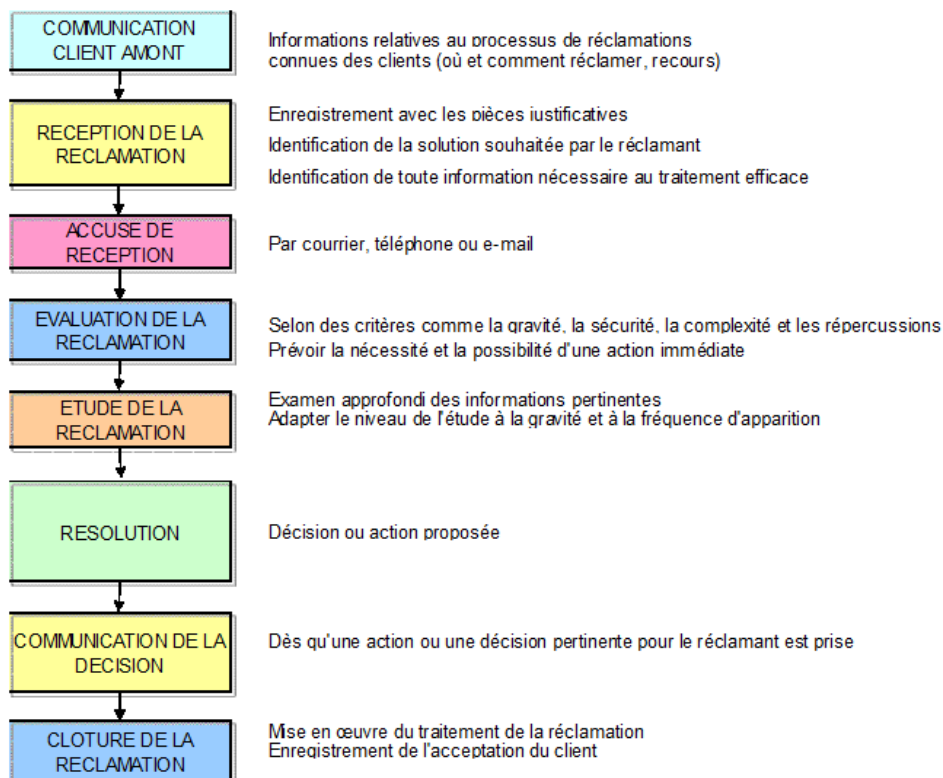
L'ISO 10002:2014 aborde les aspects suivants du traitement des réclamations:

- amélioration de la satisfaction du client en créant un environnement orienté client qui est ouvert aux retours d'informations des clients (y compris aux réclamations), en s'engageant à les résoudre tout en renforçant la capacité de l'organisme à améliorer ses produits et son service client;
- implication et engagement de la direction par le biais de l'acquisition et du déploiement appropriés des ressources, y compris la formation des employés;
- reconnaissance et prise en compte des besoins et des attentes des réclamants;
- **mise à disposition des réclamants d'un processus de traitement des réclamations ouvert, efficace et simple d'emploi;**
- analyse et évaluation des réclamations visant à améliorer la qualité du produit et du service au client;
- audits du processus de traitement des réclamations;
- revues de l'efficacité et de l'efficience du processus de traitement des réclamations.

- respecter la CNIL

COMMENT FONCTIONNE LE PROCESSUS ?





3 Mise en place

Formulaire de réclamation

Livres de réclamations		Feuille de réclamation N°	
Date:	Franklin A. Marshall	N°:	05 61 22 17 99
1. IDENTIFICATION DU CONSOMMATEUR			
Nom:			
Adresse:			
Code postal:		Téléphone / E-mail:	
INFERE OU SENSER - POUR LE CAS DE MEREUX			
2. UNE IDENTIFICATION DU BIEN CONCERNE			
Produit:	Description:		
Service:			
3. UN DETAIL DE LA RECLAMATION: Réclamation: Plainte:			
Détails: Si vous souhaitez une réponse, veuillez cocher la case "Oui" ou cocher "Non" dans la case "Identification".			
			Signature du consommateur:

Suggestion

Si vous avez des idées d'amélioration pour notre service, Merci de nous les proposer:

Détails:

ACTIONS ADOPTÉES PAR L'ENSEIGNE

Détails:

Signature magasin:

Les fiches individuelles sont légales

Dans l'attente d'une réponse juridique je vous renvoie sur une procédure professionnelle « 175 REGLEMENT – RECLAMATIONS ET SUGGESTIONS » sur le site web dans la rubrique « Documentation Professionnelle »



4 Stockage et traitement des informations

- collecte des réclamations et tris par motifs (excel)
- pour chaque réclamation ou suggestion → donner une réponse au client

- évaluer le processus → que devons-nous améliorer dans le processus de collecte et de traitement des R/S

Le management de la réclamation client

2. TRAITER UNE RÉCLAMATION : LES PRINCIPALES ÉTAPES

1. Identifier une « réclamation »
2. Créer sa propre définition de la réclamation : tout signe par écrit, oral d'un besoin non satisfait ou d'une déception
3. Définir l'objectif visé par la démarche
4. Définir les outils, les acteurs, l'ambition
5. Définir les indicateurs
6. Comprendre et partager les bénéfices de l'expérience

BASES DE LA PRISE EN CHARGE D'UN LITIGE

IDENTIFICATION
 RÉACTIVITÉ
 ÉCOUTE
 EMPATHIE
 REFORMULATION
 SOLUTION
 SATISFACTION
 ↓ ↓ ↓
 PRÉSERVATION IMAGE DE MARQUE
 FIDÉLISATION
 RETOUR SUR INVESTISSEMENT

a. Mise en place d'outils de suivi des réclamations

Les outils utiles :

- Tableau de suivi des réclamations
- Affichage sur site internet (le vécu du client, avis...)
- Règles de gestion temps (délai de réponse)
- Gestes commerciaux
- Supports (chèque-cadeau, bon à valoir, etc.)

Exemple : Suggestion de suivi simple des réclamations

Date de visite	Nom Client	Mail	Adresse	Tél	Motif contact	Interlocuteur	Mode de contact	Action	Qui	Date de la réponse	Statut	Satisfaction client
11/01/12	André Dupont	adupont@free.fr			Temps d'attente trop long	Mlle Durand	Mail	Rappel du client - Excuses - Envoi billet entrée offert	Mr Legrand	12/01/12	Clos	***
13/01/12	Joséphine Martin				A eu froid dans le musée	Mlle Durand	Téléphone	Info immédiate par tél - Soutci chaudière - Excuses - Remontée info à la Direction	Mlle Durand	13/01/12	Clos	*
14/01/12	Jean Dubois				Accès handicapé pas pratique	Mlle Durand	Téléphone	Rappel du client - Message sur son portable - Appeler pour remonter info + service RH	Mr Legrand		En cours	

5 Analyse des résultats

Analysez les réclamations et suggestions

Illustrez cette opération par une réponse faite à un client

6 Préconisation pour l'avenir

→ revoir les procédures actuelles

→ mise en place de Critiz

(https://business.critizr.com/hubfs/Ebooks/eBook_4_Mesurer_la_satisfaction_client_selon_Critizr.pdf?t=1507887866641)

Il faut savoir que :

- seulement 4% des clients insatisfaits se plaignent.
- 90 % des clients mécontents ne reviennent pas,



- chaque client mécontent en parle à 9 personnes
- le phénomène "bouche à oreille" a son importance au point de parler de marketing viral à son propos et reste un moyen de conquête de nouveaux clients considérable. (source D interactive 2001).

Peut-on utiliser un service web pour effectuer cette tâche ? Faites des recherches

Si vous maintenez l'opération « papier » ou « google formulaire » → quelles améliorations organisationnelles proposez-vous ?

Comment collecter les R/S informelles ?

<http://www.qualite-info.net/Presse/reclamclient.pdf>

<http://www.relationclientmag.fr/Relation-Client-Magazine/Article/COMMENT-OPTIMISER-L-ANALYSE-DES-VERBATIMS-CLIENTS--42418-1.htm>

file:///G:/Mes%20telechargements/ORSE_AFMD_systemes_d_alerte.pdf

<http://www.sgsgroup.fr/fr-FR/Health-Safety/Quality-Health-Safety-and-Environment/Quality/Quality-Management-Systems/ISO-10002-Quality-Management-Customer-Satisfaction-Certification.aspx>

