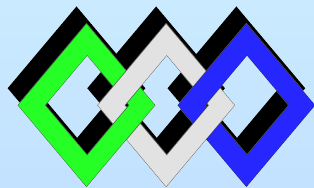


Module:

**« Management de la relation
client »**



OFPPT

**Office de la Formation Professionnelle
et de la Promotion du Travail**

Thème d'exposé:

***le processus de gestion des réclamations
de la clientèle***

Encadré par:

Mme LATIFA

PLAN:

- *Introduction*
- *Définition de réclamation*
- *Rôles et responsabilités*
- *Programme général de traitement des réclamations*
- *Les objectifs de ce programme*
- *les enjeux associés au traitement des réclamations clients*
- *conclusion*

Introduction:

La stratégie de gestion des réclamations dans un organisme vise l'amélioration continue de la qualité des produits et des services offerts à la clientèle.

Quelle que soit sa taille toute organisation est amenée développer une politique de traitement des plaintes et des réclamations.

Définition de réclamation:

Une réclamation est l'expression, orale ou écrite, d'une insatisfaction formulée par un client à l'égard des produits services offerts.

Rôles et responsabilités:

En distingue 3 niveau des responsabilités:

1) Le rôle du responsable de gestion des réclamations

- Développer la politique de gestion des réclamations;*
- Traiter des réclamations à son niveau;*
- Coordonner l'application de la Politique;*
- Analyser les réclamations traitées dans les unités;*
- Etablir un bilan annuel de gestion des réclamations.*

2) Le rôle des chefs d'unité :

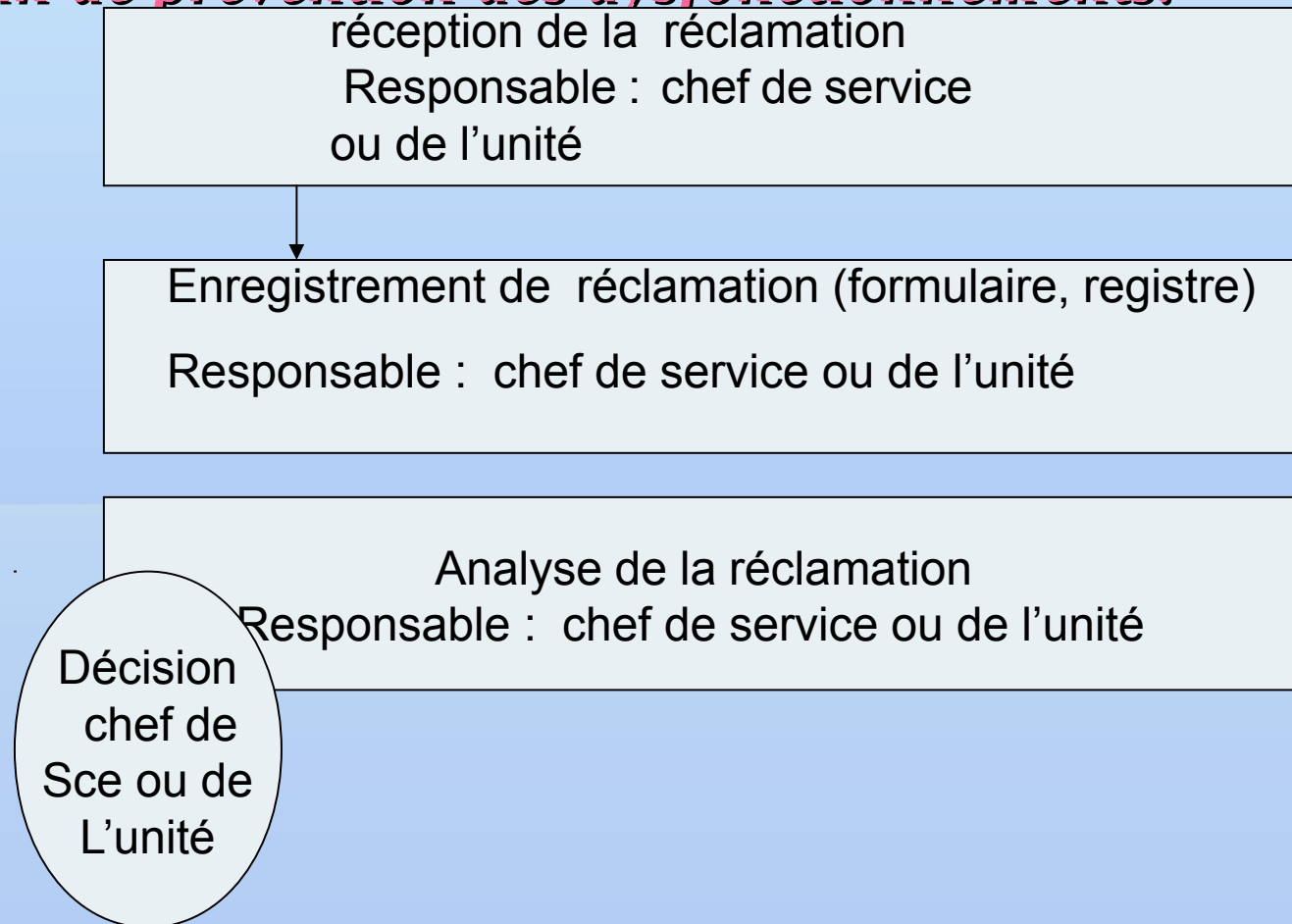
- Appliquer la politique de gestion des réclamations;***
- traiter l'information de gestion relative aux réclamations***
- Traiter les réclamations à leurs niveaux.***

3) le rôle des employés

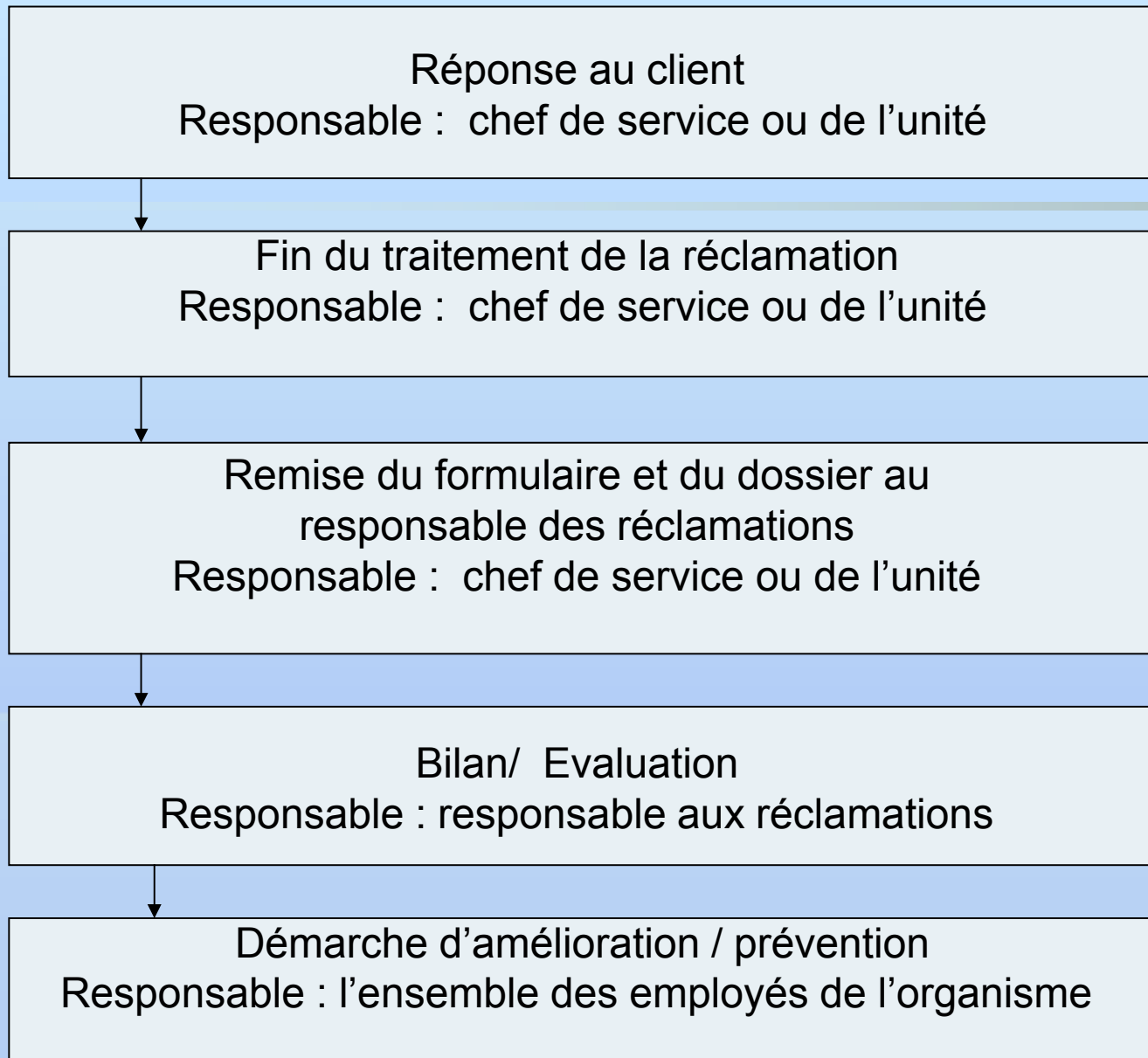
- Collaborer pour le traitement des réclamations ;***
- Fournir et transmettre les éléments d'information***

Procédure de gestion des réclamations:

Le logigramme ci joint propose une procédure de gestion qui commence depuis la réception jusqu' à la mise en place d'un plan de prévention des dysfonctionnements.



Suite:



Programme général de traitement des réclamations clients:

5 étapes pour transformer les réclamations de vos clients en opportunités de progrès et de fidélisation :

Étape 1 : Identifier et centraliser les réclamations

- ✓ ***Définir ce que sont une réclamation et une non-conformité au sein de vos activités.***
- ✓ ***Assurer et centraliser les réclamations ; repérer les canaux de transmission, inciter vos clients à l'expression.***

Étape 2 : Traiter la réclamation client

- ✓ Les deux degrés de réponse : délai de contact et délai de réponse apportée.
- ✓ Les grilles de compensation.
- ✓ La formalisation du traitement (enregistrement).
- ✓ Établir une relation positive avec le client : les attitudes et réflexes développer.

Étape 3 : S'assurer du retour à la satisfaction de vos clients

- ✓ Les différents modes d'enquêtes.
- ✓ Les critères à mesurer : réactivité, amabilité.
- ✓ Analyser et déclencher son plan d'actions pour progresser.

Étape 4 : Mettre en place des actions correctives

- ✓ *Rechercher les causes, identifier la cause à l'origine*
- ✓ *Déclencher les actions correctives et/ou préventives.*
- ✓ *Planifier les actions, vérifier à chaud et à froid de l'efficacité des actions.*

Étape 5 : Analyser vos données : construire votre tableau de bord

- ✓ *Calcul des coûts de non-qualité liés aux réclamations.*
- ✓ *Les indicateurs clés à calculer.*
- ✓ *Les typologies de réclamations.*
- ✓ *Exploiter les données, repérer les dérives, présenter vos résultats à la direction*

Les objectifs de ce programme:

Maîtriser le processus complet de traitement des réclamations clients : de la réception de la réclamation à la réponse définitive au client puis à la mise en œuvre d'actions correctives et/ou préventives.

Exploiter et présenter les données de façon synthétique : faire le bilan des réclamations.

Par qui ?

1. *Responsables Qualité. Assistant(e) s Qualité.*
2. *Responsables service client, service consommateurs, après-vente ou réclamations client.*
3. *Toute personne ayant en charge la mise en place de traitement de réclamations clients.*

les enjeux associés au traitement des réclamations clients :

La satisfaction client - La fidélisation - Un investissement rentable - Un outil de sensibilisation interne - Le traitement des réclamations dans un système de management de la qualité - L'écoute au cœur de la politique qualité.

Conclusion:

Pour Bien gérer les réclamations des clients, il faut d'abord constituer un outil efficace d'optimisation de ses produits, de ses services et de son image auprès d'eux. La solution de traitement la plus simple et la plus rapide est souvent la meilleure pour le client, comme pour le personnel. Et surtout n'oublie pas que le client A TOUJOURS RAISON MEME S'IL N'EST PAS.