

## MODALITÉ DE TRAITEMENT DES RÉCLAMATIONS

CRITÈRE 7.4

### PHASE 1 : PRISE EN CHARGE

C'est une phase essentielle qui consiste à bâtir la **relation** future sur de bonnes bases en engageant un véritable **dialogue constructif** avec le réclamant.

Tout commence par la **réception** d'une réclamation. A ce stade, il faut " **recupérer** " et **enregistrer** la réclamation ainsi que les **pièces justificatives** associées et identifier la **solution** souhaitée par le client.

Il faut également veiller à **accuser réception** de chaque réclamation client, y compris de celles que l'entreprise ne trouve pas justifiées. Idéalement, l'accusé réception doit se faire sous une forme **documentée** (fax, mail, courrier).

Dans l'esprit du client, la **prise en compte** officielle de sa réclamation, à travers l'accusé de réception, déclenche le compte à rebours devant conduire au **règlement** du problème grâce aux solutions recherchées par l'entreprise. Il convient donc d'accuser réception immédiatement de chaque réclamation.

### PHASE 2 : TRAITEMENT

Le traitement de la réclamation commence par une **évaluation** selon des **critères** comme la **gravité**, la **complexité**, les **répercussions**. Cette première analyse permet de prioriser le traitement qui en découle.

Dans un deuxième temps et selon l'importance de la réclamation, doit être décidé de la nécessité d'entreprendre une **action immédiate et rapide**.

L'expression du mécontentement formulé doit être analysée dans le cadre général de la relation avec le client. Il faut se poser la question suivante : la réclamation est-elle une simple pierre dans notre jardin, d'un caractère exceptionnel ou l'aboutissement d'une lente dégradation des produits et services ?

Ensuite, il faut évoquer, avec le réclamant, le **traitement** de la réclamation en elle-même. A t'il été satisfait de la façon dont l'entreprise a :

- **Pris en compte, clarifié** et **explicité** le problème ;
- **Planifié** et **mené** les actions de correction et d'amélioration ;
- **Évoqué** la poursuite de la relation.

Enfin, dans des délais plus étendus, au moment de **réunions spécifiques** ou de réunions “**qualité**”, une **analyse** plus fine doit être menée pour **comprendre** les causes des réclamations et y apporter des **actions correctives** visant à éviter leur réapparition.

Dans tous les cas, le client doit en permanence être tenu informé de l'**état d'avancement** de sa réclamation. Il convient de donner les bonnes informations au bon moment sans aller trop vite dans les conclusions ni faire des **promesses irréalistes** et de **respecter** les étapes du traitement de la réclamation.

Les problèmes importants peuvent nécessiter une **analyse** de causes et la mise en œuvre d'un **plan d'action**. Communiquer **activement** permet de se donner le temps de bien procéder, pour le **bénéfice** du client.

### PHASE 3 : RÉPONSE

**Traiter**, au plus vite les réclamations, permet d'éviter les **phénomènes d'amplification**, de ressentiment.

La **réactivité** ne doit pas empêcher de se donner le temps d'une **analyse sereine**. Dans ce cas, il faut informer le client du **délai** de cette analyse : cette date butoir devient un **engagement** pour l'entreprise.

Toute réponse, **négative ou positive**, doit être **argumentée** pour que le client en comprenne les motivations.

Dans le cas d'un **recours favorable**, un “ juste ” dédommagement **financier** ou **commercial** doit être entrepris (avoir, prestation complémentaire, excuses, etc...).

Ce **dédommagement** doit être considéré comme un **investissement** pour maintenir une **relation gagnant-gagnant** avec les clients.

Le client doit être considéré comme un partenaire **privilegié** qui aide l'entreprise à **progresser**.

### PHASE 4 : COMMUNICATION EN INTERNE

Le processus de traitement des réclamations clients est **transversal**.

Les réclamations clients peuvent en effet concerner tous les **collaborateurs** de l'entreprise. C'est pourquoi les résultats de l'analyse des réclamations faite en réunion “ qualité ” (ou ailleurs) doit faire l'objet de **retours d'informations** vers tous les collaborateurs de l'entreprise.

Chacune de ces étapes doit être **consignée** et **enregistrée**. Pour ce faire, vous pouvez utiliser une fiche de réclamation client.