



CFI a mis en place une procédure d'analyse des réclamations pour créer des relations durables avec ses clients, les fidéliser et à l'instar de la mesure de la satisfaction client inscrire le traitement des réclamations dans notre logique d'amélioration continue.

Il s'agit de :

- Traiter la réclamation pour restaurer la confiance du client ;
- Comprendre les causes, tirer les leçons de la réclamation afin de s'améliorer et fidéliser le client.

Le traitement des réclamations doit permettre :

- La mise en place rapide de mesures d'urgence pour répondre au mécontentement du réclamant ;
- Un suivi et une analyse des réclamations par type de formation (présentiel, FOAD), par sujet de formation (bureautique, PAO, DAO, développement, base de données...), par type de clients (particulier, entreprise) ;
- Une veille concurrentielle grâce aux retours d'informations des clients concernant le niveau de prestation proposé par la concurrence.

### ***Principes directeurs permettant de créer les conditions d'un traitement efficace des réclamations.***

1. **Visibilité** : les clients, employés et autres parties associées doivent savoir comment et où formuler une réclamation.
2. **Accessibilité** : le processus de traitement des réclamations doit être en langage clair, facile à comprendre et à utiliser.
3. **Réactivité** : il convient d'accuser réception immédiatement de chaque réclamation auprès du réclamant.
4. **Objectivité** : chaque réclamation doit être traitée de manière équitable et objective.
5. **Frais** : les frais relatifs au processus de traitement des réclamations ne doivent pas incomber au réclamant.
6. **Confidentialité** : ne pas divulguer d'informations à caractère personnel du réclamant sans son consentement.
7. **Approche client** : encourager les retours d'informations (réclamations comprises) et s'engager à résoudre les problèmes.
8. **Amélioration continue** : le processus de traitement des réclamations doit être un objectif permanent de l'entreprise.

### ***Mise en œuvre du processus de traitement des réclamations***

Pour s'assurer que les dispositions relatives au traitement des réclamations sont bien comprises et respectées, la formalisation du processus est nécessaire.

Pour formaliser ce processus et garantir l'homogénéité des pratiques, il faut identifier les principales étapes constitutives du traitement des réclamations et en définir les modalités de mise en œuvre et les responsabilités associées.



## 1. La 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 : il faut **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 nous ne trouvons 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. Il convient donc d'accuser réception immédiatement de chaque réclamation.

## 2. Le traitement

Le traitement de la réclamation commence par une **évaluation selon des critères** comme la gravité, l'occurrence, 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 ;
- une action auprès de plusieurs clients ;
- aucune action.

L'expression du mécontentement formulé doit être analysée dans le cadre général de la relation avec le client (caractère exceptionnel ou aboutissement d'une lente dégradation de nos services) ?

Ensuite, il faut évoquer, avec le réclamant, le traitement de la réclamation. 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 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, 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.



### 3. La 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, informations, excuses, etc...). Ce dédommagement doit être considéré comme un investissement pour maintenir une relation gagnant-gagnant avec les clients.

Il est capital de regagner la confiance du client. Cela est possible si le réclamant a le sentiment que sa réclamation a eu un impact réel sur l'organisme. Il faut donc prévoir d'informer le client des résultats des actions correctives entreprises (évolution des procédures, réorganisation, modification des programmes, etc...).

### 4. La communication en interne

Le processus de traitement des réclamations clients est transversal. Les réclamations clients peuvent en effet concerner tous les métiers 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 acteurs de l'entreprise.

Chacune de ces étapes doit être consignée et enregistrée en utilisant une fiche de réclamation client ou un tableau récapitulatif.

Dans tous les cas, il est impératif de s'efforcer à :

- **Impliquer le personnel opérationnel** dans le traitement des réclamations clients pour lui faire prendre conscience des problématiques clients et l'impliquer dans la mise en œuvre d'actions d'amélioration.
- **Accepter les sentiments du réclamant**, en lui permettant d'évoquer son ressenti : colère, découragement, doute, etc..., face aux dysfonctionnements rencontrés et subis. Il s'agit ici de changer de point de vue, de se mettre à la place du client en sachant faire preuve d'empathie.
- **Clarifier le problème**. Il faut faire la part des choses et distinguer l'important de l'accessoire, l'urgent du prioritaire. Il convient de se mettre d'accord sur le contenu précis de la réclamation tout en accordant le bénéfice du doute au réclamant qui a raison jusqu'à ce que la preuve du contraire en soit apportée.
- **Solliciter la participation du client**. Une réclamation est une occasion « en or » de travailler avec le client sur une problématique le concernant : cela crée forcément des « liens ». Le comportement et l'attention portée au réclamant permettent de renforcer la relation client, même si vous n'accédez pas à toutes ses demandes.

**... Et de jamais croire qu'un client qui ne réclame pas est un client satisfait !**

Mis à jour le 16 Juin 2022, à Saint-Just Saint-Rambert