



## DISPOSITIF POUR GARANTIR LE DEPOT DES RECLAMATIONS ET LEUR TRAITEMENT

Mise en œuvre de manière méthodique, le processus de traitement des réclamations permet de s'inscrire dans une relation mutuellement bénéfique avec ses clients.

A l'instar du traitement des non-conformités, le traitement des réclamations est un processus à part entière, qui doit être défini et déployé avec méthode.

Mettre en œuvre et maîtriser ce processus permet de créer des relations durables avec ses clients, de les fidéliser et de s'inscrire dans l'amélioration continue des performances de l'entreprise.

Les exigences en matière de réclamations sont très claires :

- L'organisme doit déterminer et mettre en œuvre des dispositions efficaces pour communiquer avec les clients à propos des retours d'information des clients, y compris leurs réclamations.
- L'organisme doit établir une procédure documentée, afin de définir les exigences pour procéder à la revue des réclamations du client.

A l'instar de la mesure de la satisfaction client, le traitement des réclamations s'inscrit dans la logique d'amélioration continue.

Il s'agit pour Univers de la formation de :

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

Le traitement des réclamations doit permettre :

- Une réaction rapide par la mise en place de mesures d'urgence, pour répondre au mécontentement du réclamant ;
- Un suivi et une analyse des réclamations par type de formation, par type de financement ;
- Une veille concurrentielle grâce aux retours d'informations des clients concernant le niveau de prestation proposée par la concurrence.

Univers de la formation précise 9 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. La réclamation se fait sur notre site Internet.
2. **Accessibilité** : le processus de traitement des réclamations doit être facilement accessible à tous les réclamants (informations associées rédigées dans un langage clair, facile à



comprendre et à utiliser). Il est disponible sur le site internet dans le « Dispositif pour garantir le dépôt des réclamations et leur traitement ».

3. **Réactivité** : il convient d'accuser réception immédiatement de chaque réclamation auprès du réclamant. Le réclamant reçoit un mail lui indiquant la réception de sa réclamation.
4. **Objectivité** : chaque réclamation doit être traitée de manière équitable et objective tout au long du processus de traitement des réclamations.
5. **Frais** : les frais relatifs au processus de traitement des réclamations ne doivent pas incomber au réclamant.
6. **Confidentialité** : il convient de ne pas divulguer les informations à caractère personnel du réclamant sans son consentement.
7. **Approche orientée client** : le centre de formation doit encourager les retours d'informations, y compris les réclamations, et démontrer par ses actions, son engagement à résoudre les réclamations. En externe, sur notre site internet le stagiaire peut saisir sa réclamation dans un questionnaire dédié. En interne, il est informé dans le livret d'accueil et le règlement intérieur du lien menant à notre site pour effectuer sa réclamation et des coordonnées du médiateur.
8. **Responsabilisation** : l'organisme établit clairement les responsabilités et les délégations pour les actions et les décisions de l'organisme concernant le traitement des réclamations.
9. **Amélioration continue** : il convient que l'amélioration continue du processus de traitement des réclamations soit un objectif permanent d'Univers de la formation. Il se fait par le biais de compte rendu de réunions mensuelles et de réunions de qualité trimestrielles.

### La mise en œuvre du processus de traitement des réclamations

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

Documenter ce processus permet de garantir la communication et l'homogénéité des pratiques à respecter.

Pour formaliser ce processus, il faut identifier les principales étapes consultatives 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. A ce stade, il faut « récupérer » 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 le centre de formation ne trouve pas justifiées. Idéalement, l'accusé réception doit se faire sous une forme documentée. Nous avons donc opté pour le mail.

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 le centre de formation. 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, le cas, les circonstances, la complexité, les répercussions. Cette première analyse permet de prioriser le traitement qui en découle. Le traitement se fait en interne par le biais d'un document Excel intitulé « Le traitement des réclamations ».

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. 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 prestations de formation ?

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 ;
- Evoqué la poursuite de la relation.



Le réclamant recevra donc un questionnaire de satisfaction par mail qu'il devra retourner par la même voie.

Enfin, dans des délais plus étendus, au moment de réunions mensuelles (fin de formation) 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 non réalistes, 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. Elle est envoyée par mail, ou par lettre recommandée avec accusé de réception si le litige peut amener à des démarches juridiques.

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 (évolutions des procédures, réorganisation, modification des programmes de formation, etc.).

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



#### 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 doit faire l'objet de retours d'informations vers tous les acteurs de l'entreprise.

Chacune de ces étapes doit être consignées et enregistrées. Pour faire, Univers de la formation utilise une fiche de réclamation client sur le site internet, un tableau de traitement des réclamations récapitulatif combinés au suivi des activités de l'entreprise et de la qualité.

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 les demandes. Elle se fait à l'aide du questionnaire de satisfaction disponible sur notre site internet et reçu par mail.