

# La gestion des réclamations clients

L'assistant(e) de gestion doit considérer chaque réclamation client comme une opportunité. En effet, cela constitue un retour d'information spontané et rentable de la part de la clientèle alors que l'absence de plainte ne permet pas à l'entreprise de connaître le problème. Écouter les réclamations, c'est être proche des besoins des clients ; c'est un moyen d'innover, d'améliorer la gestion et le profit de l'entreprise.

## I - Traiter les réclamations

La gestion des réclamations clients est un outil au service de la communication et de la gestion de la relation client. Elle démontre au client qu'il peut compter sur la détermination de la PME pour résoudre ses problèmes. Si la majorité des réclamations clients est justifiée, il faut toutefois identifier les réclamations prétextes dont le seul objectif est d'obtenir un avantage de l'entreprise.

### 1 Écouter la réclamation du client

L'assistant(e) de gestion doit être à l'écoute du client, attentif/-tive à la réclamation afin de comprendre le problème, l'analyser et proposer une solution cohérente. Cela doit se faire sans donner l'impression de contester les arguments du client, en lui disant que l'on comprend les raisons de son mécontentement. Les sites Internet et les blogs d'entreprise facilitent l'interaction entre le client et la PME en rendant le dialogue possible.

### 2 Répondre à la réclamation

Le règlement de la réclamation se fait de façon positive et individualisée en accordant le plus d'attention possible au client. Il faut le sécuriser et le satisfaire en lui proposant une solution commerciale personnalisée.

**Exemple :** remplacer un produit défectueux

Le client peut parfois avoir une idée précise de la solution à apporter à sa réclamation, il est alors utile de le questionner sur ce sujet. Il est souhaitable de le tenir régulièrement informé du suivi de son dossier. Répondre à une réclamation, c'est reconnaître un dysfonctionnement, il faut donc remercier le client de l'avoir signalé, s'excuser du préjudice causé avant de lui proposer la solution adaptée. C'est le moyen de connaître les défauts insoupçonnés dans le fonctionnement de la PME et d'y apporter des solutions innovantes avec une grande réactivité.

**Exemple :** retirer du marché tous les produits défectueux avant de relancer la production  
Lorsque l'assistant(e) de gestion considère que la demande du client est injustifiée, il (elle) peut donner une réponse négative à la réclamation. Il (elle) devra argumenter sa réponse et, si possible, proposer malgré tout une compensation commerciale au client pour éviter de cristalliser son mécontentement.

### 3 Assurer le suivi du dossier client

L'assistant(e) de gestion doit effectuer le suivi des réclamations par courrier ou par téléphone afin de savoir si le client est totalement satisfait et pour l'informer des améliorations apportées dans l'entreprise à l'issue de sa réclamation. Le client mécontent devient alors un client gratifié et fidélisé par l'entreprise. Il se sent compris et utile.

## II - Gérer les réclamations

### 1 L'analyse des réclamations

L'assistant(e) de gestion doit analyser les réclamations afin de les qualifier et de les quantifier. L'intérêt est de supprimer les dysfonctionnements en apportant les améliorations qui s'imposent.

Les statistiques permettent de connaître l'évolution des réclamations en quantité et en valeur afin de comparer les résultats d'une année sur l'autre. Les indicateurs utiles sont :

- le nombre de réclamations (en quantité et/ou en valeur) ;
- les causes de réclamation les plus fréquentes ;
- les solutions proposées ;
- les délais moyens pour solutionner le problème ;
- le taux de satisfaction du client après réparation.

### 2 Le rapport de suivi des réclamations

L'assistant(e) de gestion doit recenser dans un document l'objet de la réclamation, la date, le nom du client et ses coordonnées complètes, les modalités du traitement du dossier, les suggestions du client, les solutions apportées et le suivi de la satisfaction du client. Il permet de garder la trace des événements et contribue à l'apport de solutions. Ce document peut être transmis au chef d'entreprise et aux responsables de service concernés pour information.

## III - Relancer les clients mécontents qui ne se plaignent pas

Un grand nombre de clients ne manifestent pas leur mécontentement car ils pensent perdre leur temps et ne souhaitent pas être qualifiés d'« agressifs » ; ils préfèrent simplement acheter ailleurs. Ce comportement est pire que tout pour l'entreprise car elle n'a aucune remontée d'information et ne peut pas agir durablement sur la cause du problème.

Il est donc conseillé à l'assistant(e) de gestion de relancer par courrier ou par téléphone les clients qui ne commandent plus depuis un certain temps afin de connaître leurs motivations et de proposer une réponse commerciale qui puisse les satisfaire.

**Exemple :** réaliser un questionnaire de satisfaction

En effet, selon une étude de l'institut TARP, situé à Arlington aux États-Unis, la proportion des clients mécontents qui ne se plaignent pas et ne rachètent pas est importante.

Types de produits	% total des clients mécontents qui ne se plaignent pas	% des clients mécontents qui ne se plaignent pas et ne rachètent pas
Biens de consommation courante	96 %	63 %
Services peu chers	45 %	45 %
Biens de consommation durable	27 %	41 %
Services onéreux	37 %	50 %

Institut TARP.