

Relation client

LA GESTION DES RÉCLAMATIONS

Heureusement la majorité des clients sont en principe totalement satisfaits de leurs fournisseurs. Comment procéder avec ceux qui expriment leur déception en réclamant ?

La réclamation : une opportunité ?

Le client mécontent se tourne bien souvent vers les produits et services de nos confrères et ceci sans nous en informer. On estime même que 80% des insatisfaits ne réclament jamais ! Décidons donc d'apprécier ceux qui ont le courage de se plaindre et considérons cette manifestation comme « un mal pour un bien ».

Le fait qu'un client exprime son état d'âme est tout à positif, car en entendant son « appel au secours », nous avons ainsi l'opportunité de l'écouter, puis de rechercher une solution qui cette fois-ci le satisfera. Cela évitera qu'il nous quitte en silence, voire même qu'il rejoigne les rangs des rancuniers, nous laissant dans la douce béatitude de celui qui ne sait même pas que son client est allé voir ailleurs « si l'herbe est plus verte » que chez lui.

Le processus de gestion de la réclamation

On procédera en 4 étapes.

- La première: le réclamant doit pouvoir aisément exprimer son mécontentement, autrement dit, il est essentiel qu'il soit facile pour lui de pouvoir communiquer par téléphone, sur place ou par mail avec une personne que nous présenterons à l'aide des trois lettres CCC; à savoir, concernée, compétente et curieuse d'identifier les raisons réelles de sa démarche. Si la réclamation fait l'objet d'un e-mail, ces trois qualités doivent se (re)sentir également dans l'échange des messages.



Offrir au client mécontent la qualité d'écoute qu'il mérite.

- La seconde: la personne qui se manifeste est présumée innocente jusqu'à preuve du contraire. Autrement dit, nous partirons du point de vue que sa réclamation est justifiée. Si par exemple la machine acquise par notre client ne fonctionne pas selon ses attentes, demandons-nous comment notre entreprise aurait pu fournir des explications plus claires et évitons d'affirmer que notre interlocuteur n'a rien compris. Le doute profite à l'autre !
- Etape suivante: offrons à notre client qui est quand même « la main qui nous nourrit », la qualité d'écoute qu'il mérite. Laissons-le s'exprimer et reformulons ensuite ses propos après l'avoir remercié d'avoir attiré votre attention sur tel ou tel point. Nous pourrions ainsi nous assurer que nous l'avons bien compris et le fait d'entendre à nouveau ses paroles, si possible « tournées » avec des termes positifs, contribuera à le calmer. Si la plainte est rédigée par

Il n'y a jamais de honte à présenter des excuses sincères

écrit, songez à en accuser réception très rapidement, quitte à assurer à son rédacteur que vous lui apporterez une réponse sous un délai que vous respecterez, évitant ainsi un motif supplémentaire d'insatisfaction.

- Et enfin quatrième phase : la réponse. Si la faute incombe à votre entreprise, assumez-la et excusez-vous. Il n'y a jamais de honte à présenter des excuses sincères. Réparez votre erreur, puis faites un geste significatif pour accompagner, par exemple, le remplacement du produit. Une attention qui se traduira si possible par un béné-

ficie pour le client, en évitant peut-être de proposer un avoir sur le prochain achat. Cela aurait pour effet de le contraindre à revenir pour profiter de votre effort commercial. On n'attache pas un client, on se l'attache !

L'idéal sera de vous assurer par la suite de sa satisfaction par un appel téléphonique ou par un courriel. Les clients sont sensibles. Prenons soin de ne pas les regretter quand il est trop tard !

Fidéliser et progresser

Une réclamation bien traitée va contribuer à fidéliser le client qui aura ainsi la

conviction justifiée qu'il est effectivement important pour son fournisseur. Par ailleurs, dans la mesure où la communication fonctionne avec efficacité au sein de notre entreprise, les critiques formulées seront fréquemment à l'origine d'améliorations dans la qualité des produits et aussi des services proposés. Bien plus, grâce à la sensibilisation de l'ensemble du personnel à la gestion de la relation client, notre entreprise développera chez chacun ce sens du service qui permettra de bâtir, puis de consolider, une relation saine et solide entre le fournisseur et son client.

Un service après-vente de qualité comprend une gestion efficace des réclamations. Un client heureux achète régulièrement et souvent, de plus en plus. Enfin, il fait part de sa satisfaction à environ 10 personnes qui parleront à leur tour et s'exprimeront positivement sur tous les canaux possibles, depuis le bouche à oreille, jusque sur les réseaux sociaux.

Michel Bloch

1.XI.2021
Geneva
Victoria Hall SCHEDELLI
DE LA VILLE
DE GENEVE

CONCERT
EXCEPTIONNEL

SONYA
YONCHEVA
Rebirth

RENAISSANCE | WITH CAPPELLA MEDITERRANEA

BILLETTERIES: SERVICE CULTUREL MIGROS 058 568 29 00 · BILLETTERIE-CULTURE@VILLE-GE.CH 0900 418 418 · STAND INFO BALEXERT