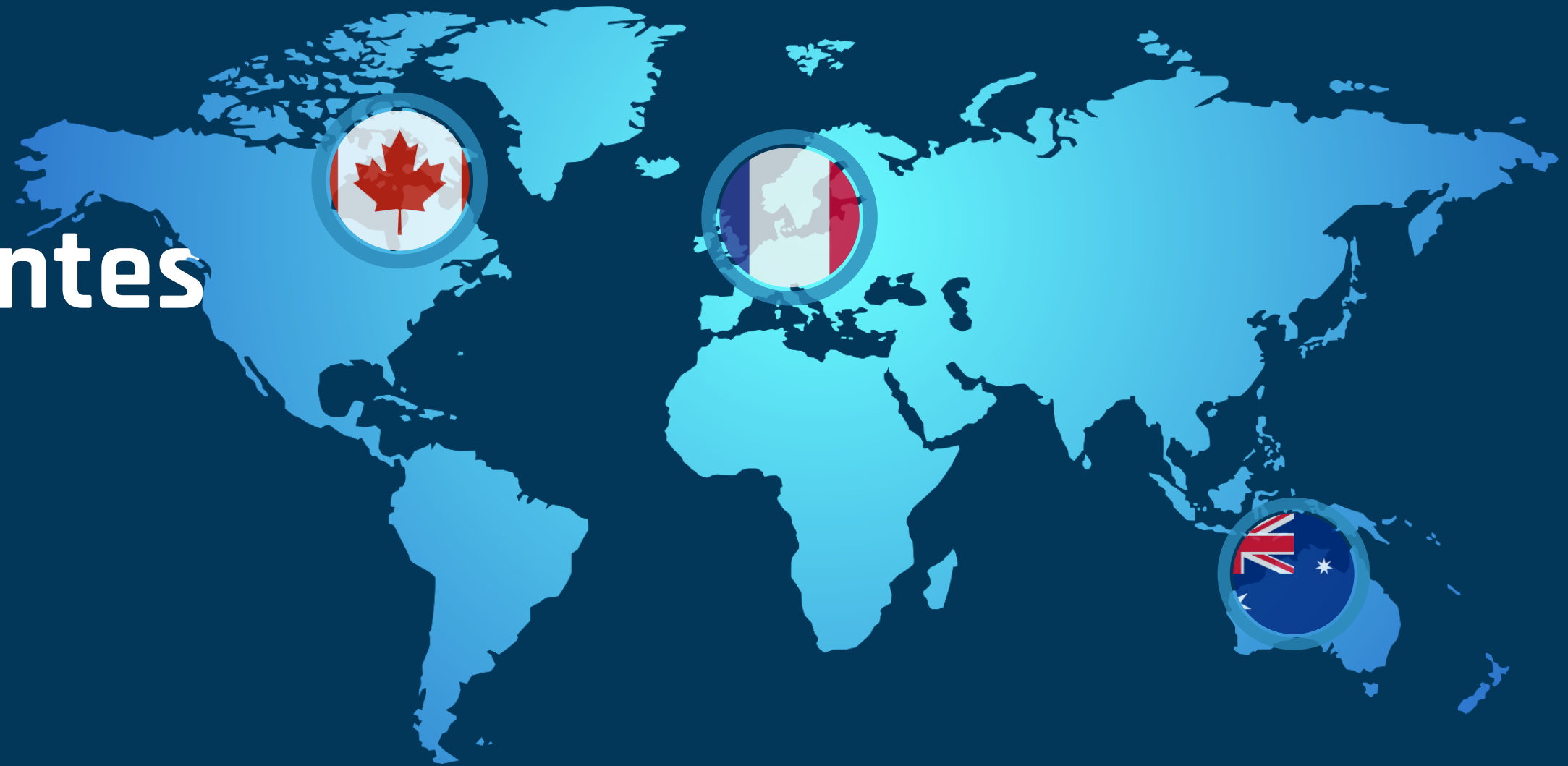


Étude de balisage



Gestion des plaintes et réclamations

Analyse
multinationale



Amarc

 SERVICES
TRIAD

PARTICIPANTS: INDUSTRIES



Un total de **122** entreprises ont participé à cette étude.



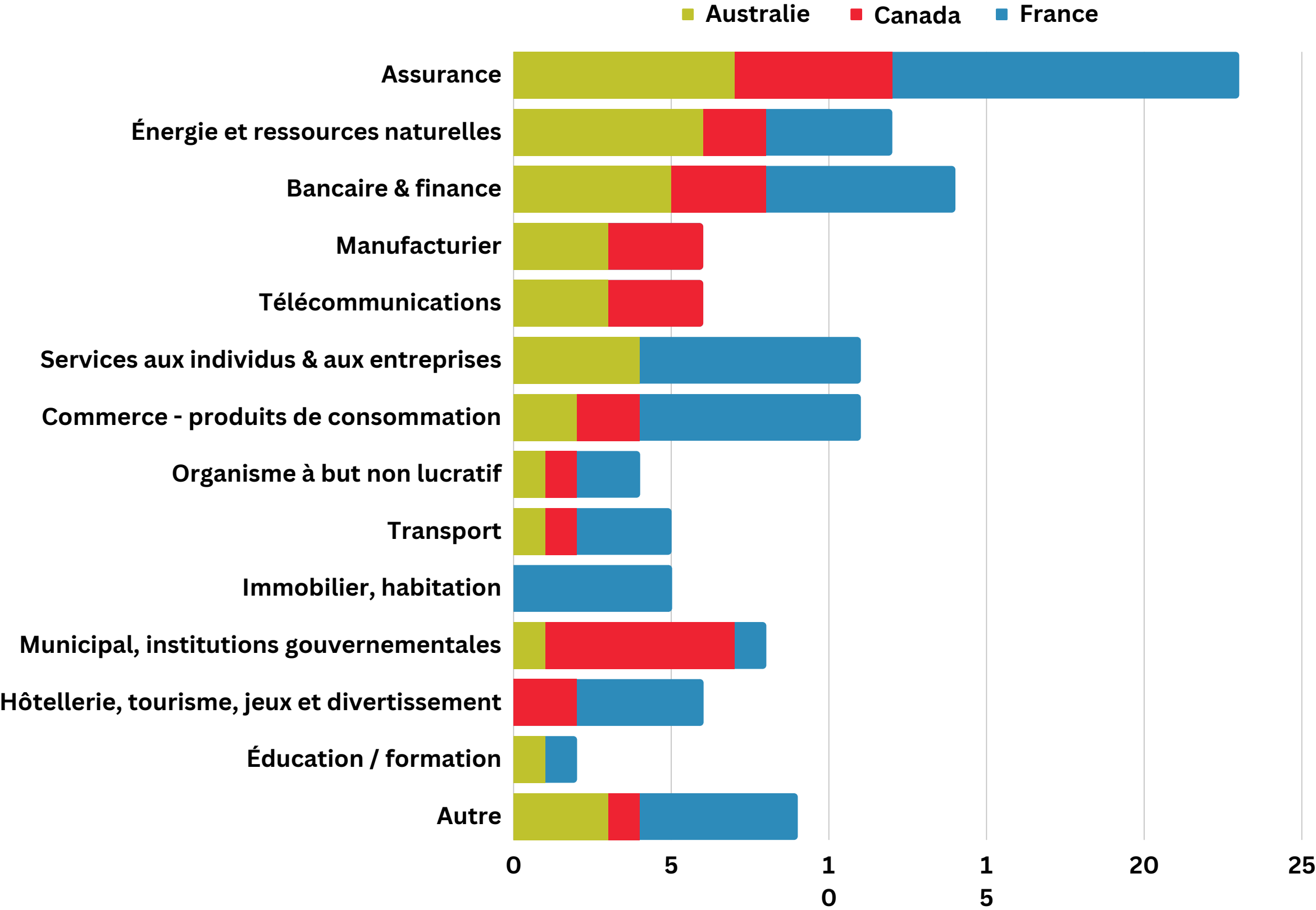
37 participants



29 participants



56 participants



1

Gestion globale

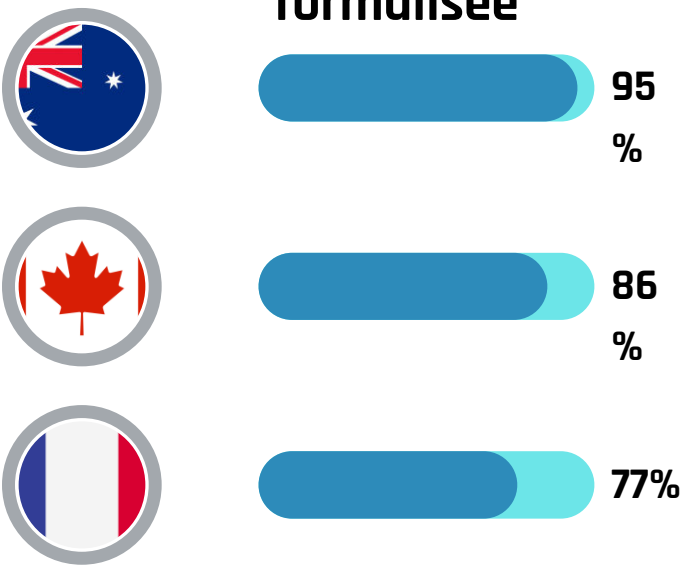
Cette section décrit la façon dont les organisations gèrent les processus.

Existe-t-il dans votre entreprise, une définition formalisée de ce qu'est une plainte ou une réclamation ?



Qu'est-ce qu'une plainte? C'est lorsqu'un client veut s'assurer que vous êtes au courant de son insatisfaction du service rendu par votre entreprise.

Oui - nous avons une définition formalisée



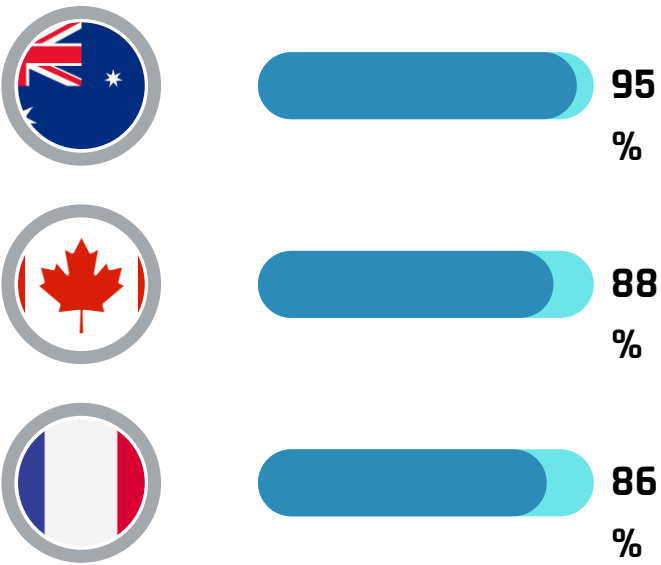
84% des organisations **utilisent une définition claire** de ce qu'est une réclamation ou une plainte.

- Cette définition est cruciale pour la mise en œuvre d'un processus afin de traiter ces plaintes ou réclamations et en garantir leur clôture.

* 2022: France 76%

Cette définition est-elle diffusée au sein de l'entreprise ou facilement trouvable ?

Oui - elle est diffusée au sein de l'entreprise



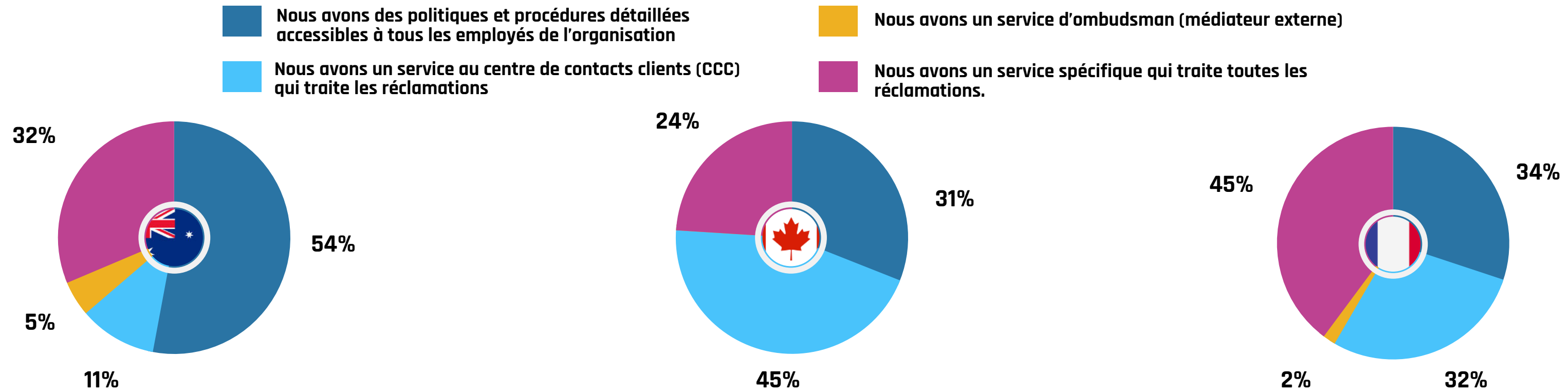
87%



En moyenne **87%** des répondants **partagent également cette définition** au sein de l'entreprise.

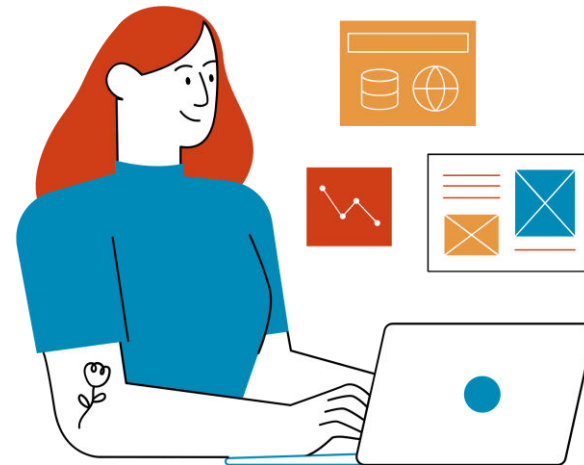
- Cette pratique démontre l'importance du sujet mais aussi la transparence et l'ouverture sur un sujet qui est souvent géré comme une menace et non comme une opportunité.

Existe-t-il des politiques, procédures et ressources qui supportent la gestion des plaintes et réclamations dans votre entreprise?

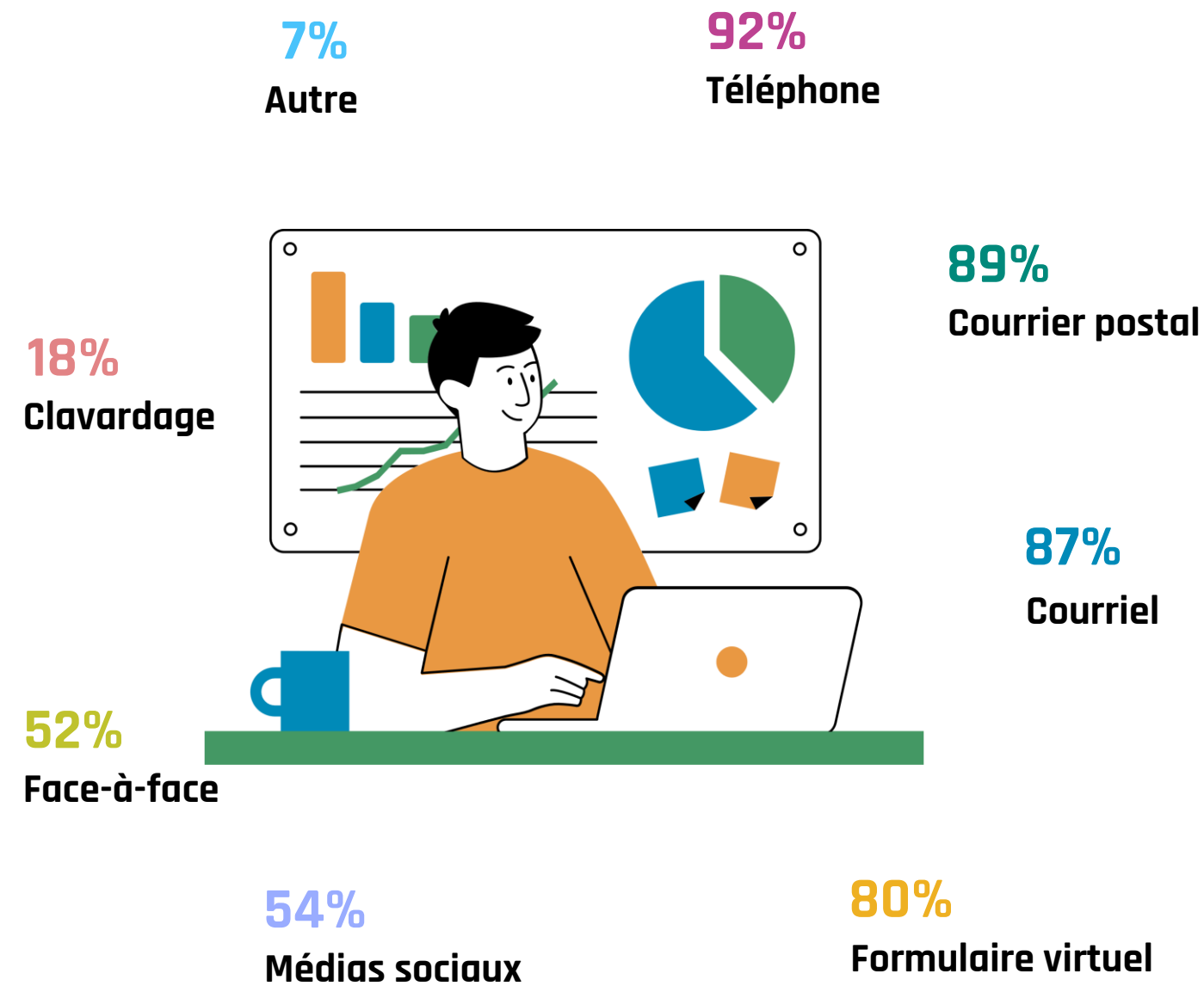


Nous observons que **presque tous les participants disposent d'une politique et d'un processus structuré pour traiter les plaintes et les réclamations.**

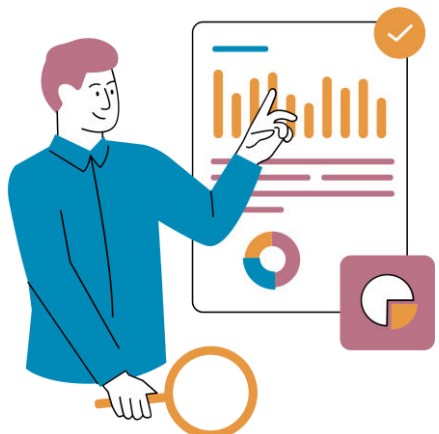
- En fonction de leurs règles commerciales ou de leurs types d'activités, le traitement se fait au sein d'un même groupe, mais nous pouvons également constater qu'il existe une voie d'escalade pour un grand nombre de participants.
- L'indicateur de résolution au premier contact (**FCR**) étant de plus en plus utilisé pour accroître la satisfaction des clients, il est normal que les **entreprises tentent de donner** au **personnel de première ligne**, les moyens de **résoudre** tout type d'appels dans un certain délai.
- Nous savons tous **qu'un transfert de contact est coûteux**. Si votre stratégie de service consiste donc à transférer les plaintes ou les réclamations à un groupe d'assistance de deuxième niveau, nous vous suggérons de mesurer le retour sur investissement d'une telle décision. Le temps de traitement, le montant crédité et le coût de transfert sont parfois très élevés par rapport au coût de formation d'un agent de première ligne pour répondre et résoudre le cas dès le premier contact.



Quels sont les canaux offerts aux clients pour signifier une plainte et une réclamation?



%			
Téléphone	100	93	86
Courrier postal	92	79	93
Courriel	95	76	88
Formulaire virtuel	89	69	80
Médias sociaux	51	31	68
Face-à-face	54	41	57
Clavardage	32	10	13
Autre	3	7	9

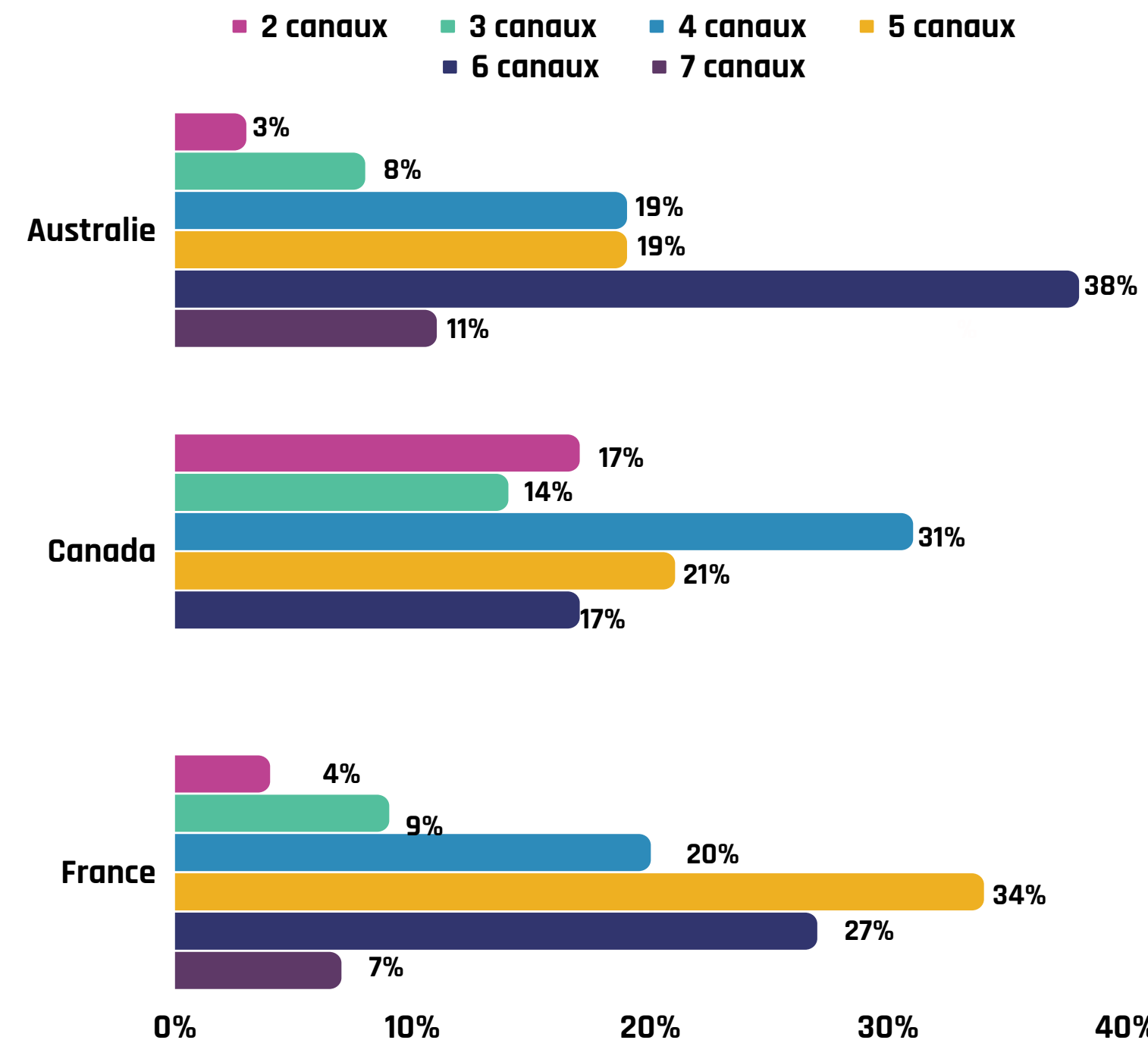
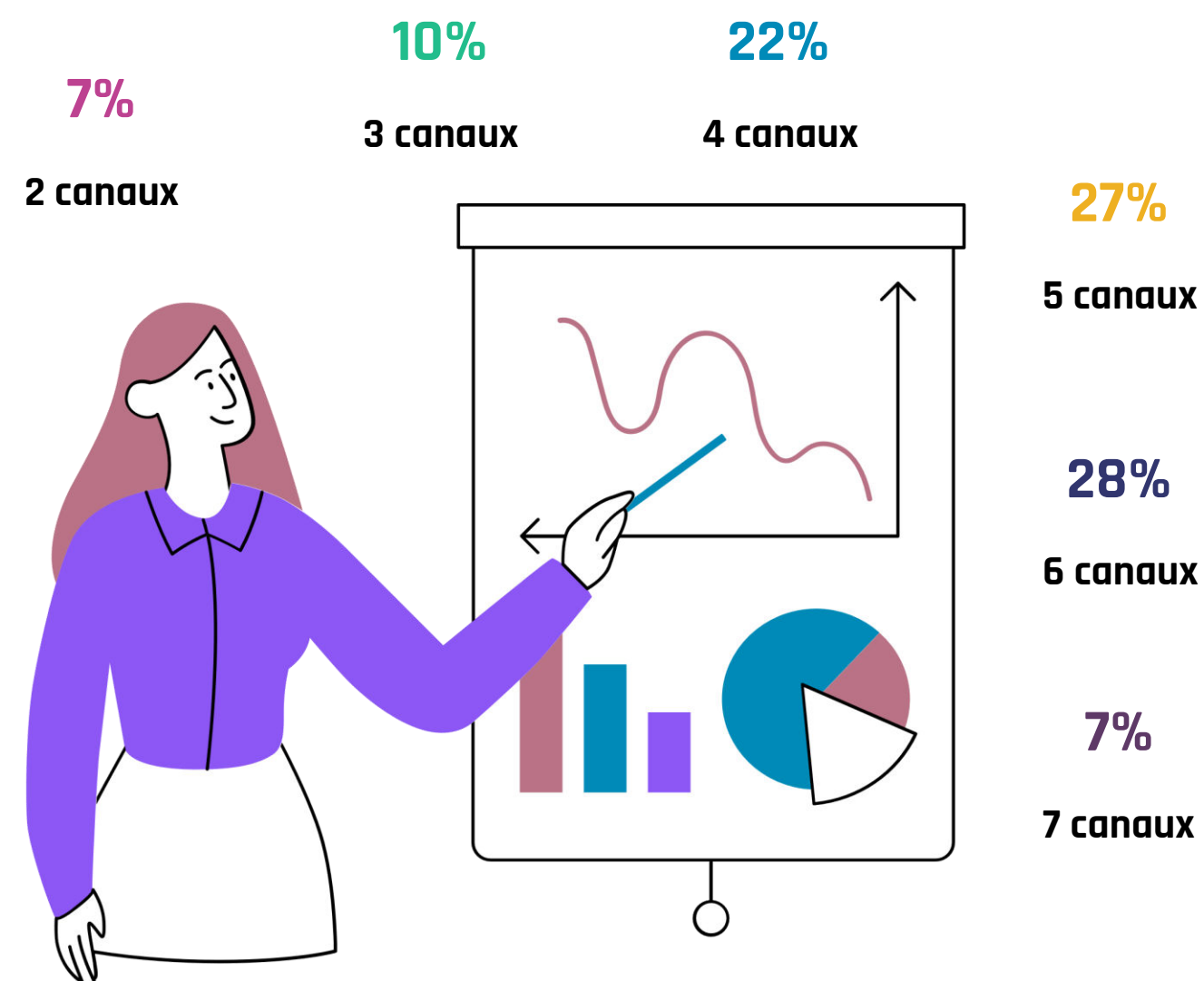


Les sondages de satisfaction clients sont également utilisés comme voie de transmission d'une plainte.

La plupart des entreprises qui ont répondu à cette question offrent à leurs clients plusieurs moyens de déposer une plainte ou une réclamation.

- Il s'agit également d'une preuve de transparence et d'ouverture à l'égard de commentaires des clients.

Combien de canaux sont à la disposition des clients pour signifier une plainte ou une réclamation?

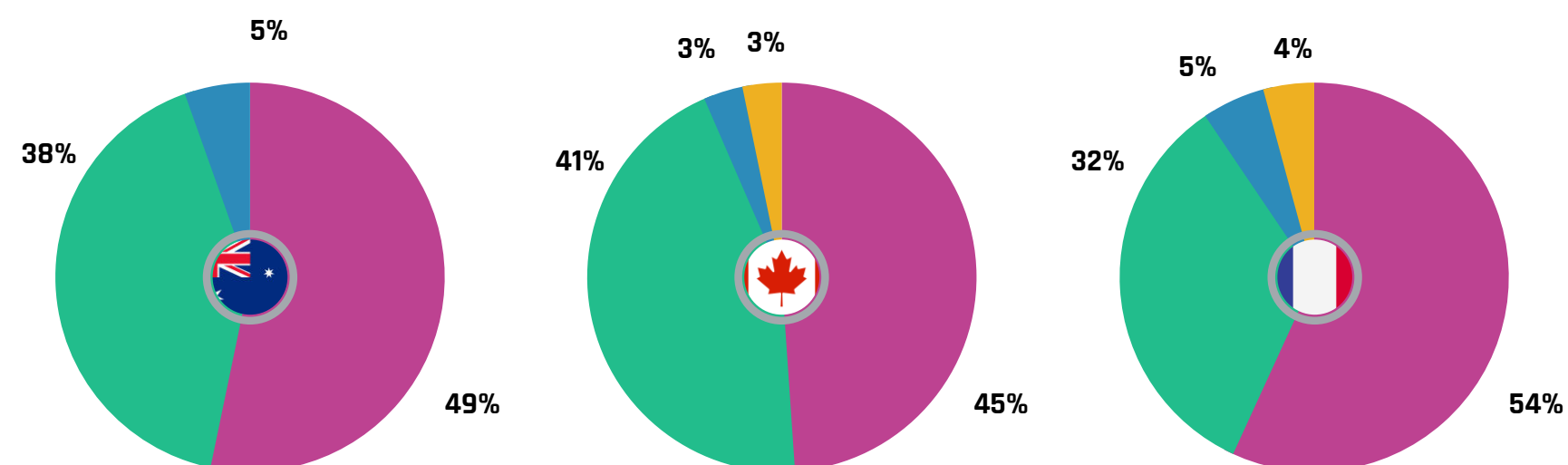


Les résultats globaux démontrent que l'**Australie** propose aux consommateurs **le plus grand éventail de canaux**, la **France suit de près** dans cette pratique.

Peu importe le canal utilisé et/ou la nature de la plainte ou de la réclamation formellement adressée, un billet est-il ouvert par le service, le secteur ou l'unité d'affaires qui est responsable de son traitement?

Q6 / Q7

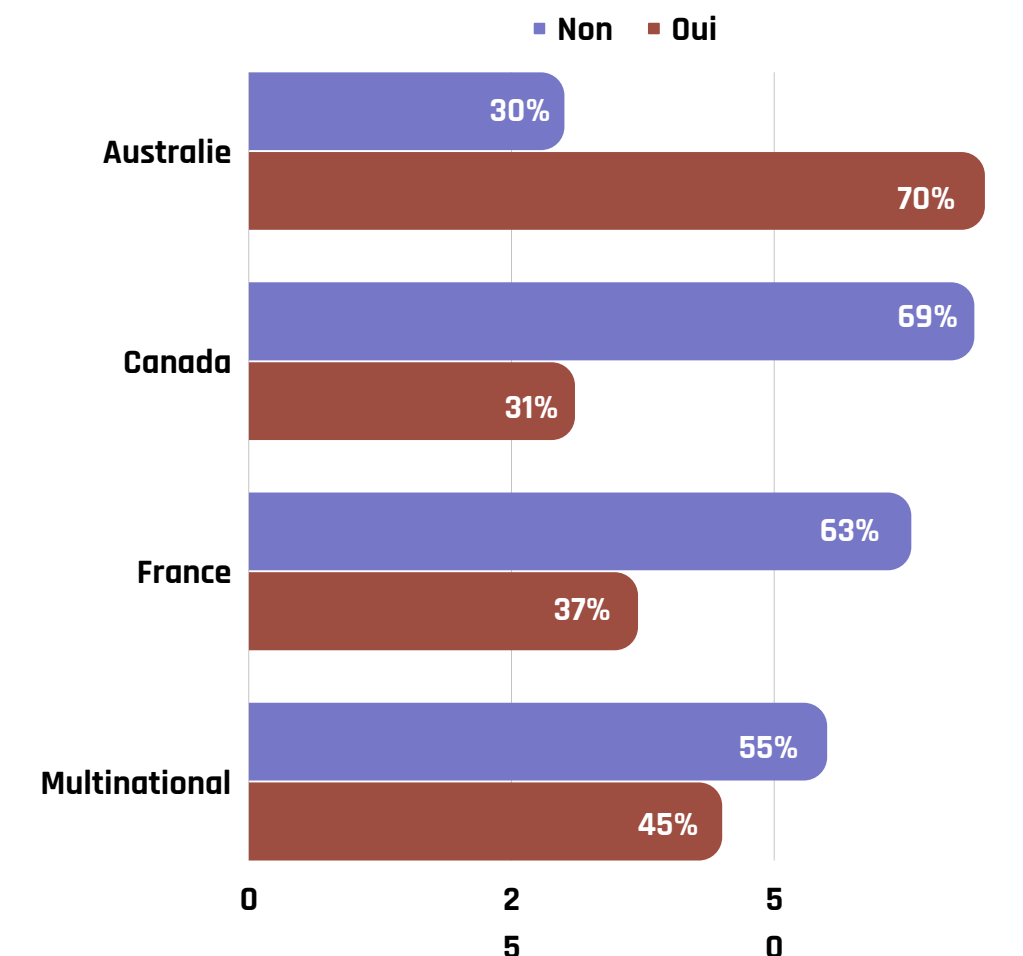
- Oui, par un logiciel de gestion intégré au dossier client
- Oui, par un logiciel ou dans un fichier indépendant de nos plateformes internes
- Oui, par système automatisé intégré à la plateforme de téléphonie
- Non, aucun enregistrement de la plainte ou de la réclamation via un système intégré ou logiciel



Il est réconfortant de constater que seuls quelques répondants n'enregistrent pas les plaintes ou les réclamations. La moitié des répondants enregistrent les données dans leur outil de gestion de la relation client. **Cette procédure permet à l'agent de savoir le nombre de fois où le client a déposé une plainte ou une réclamation, et de voir les solutions proposées.** Plus de 35 % des personnes interrogées enregistrent toujours les données, mais dans un système indépendant autre que le CRM. Nous pouvons supposer que les agents peuvent accéder aux données s'ils sont autorisés à gérer les plaintes et les réclamations.

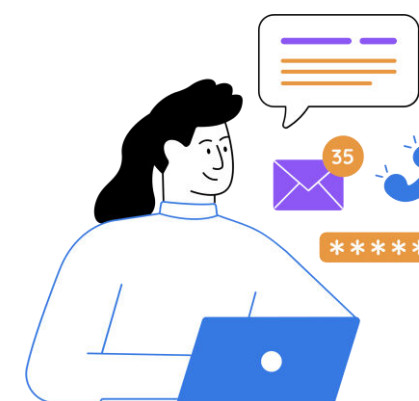
55%

Les billets ouverts sont-ils accompagnés d'un code de priorisation ?



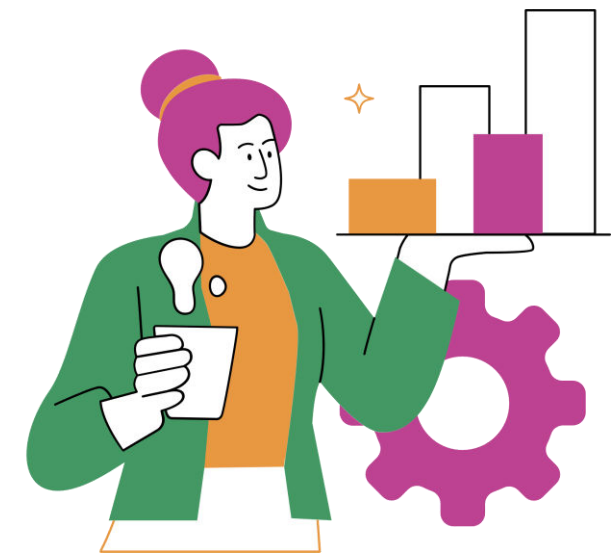
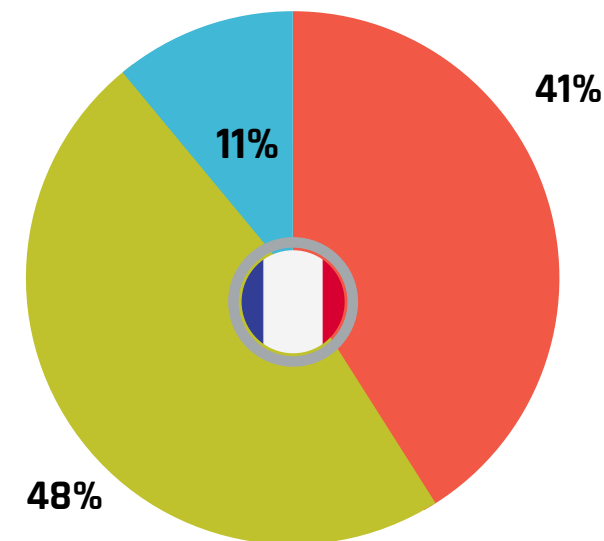
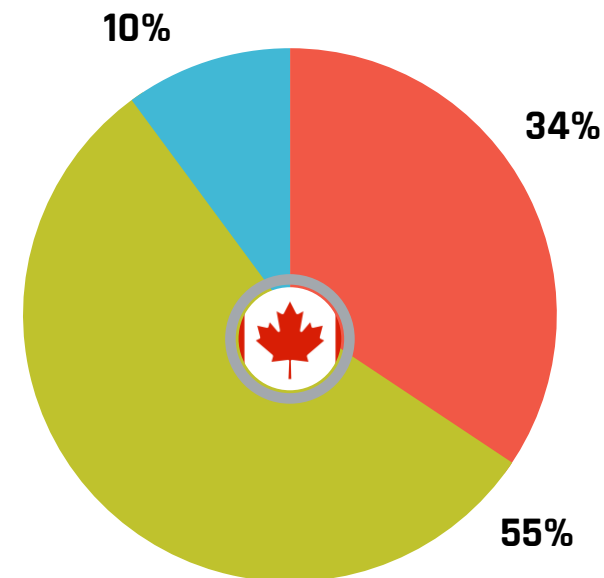
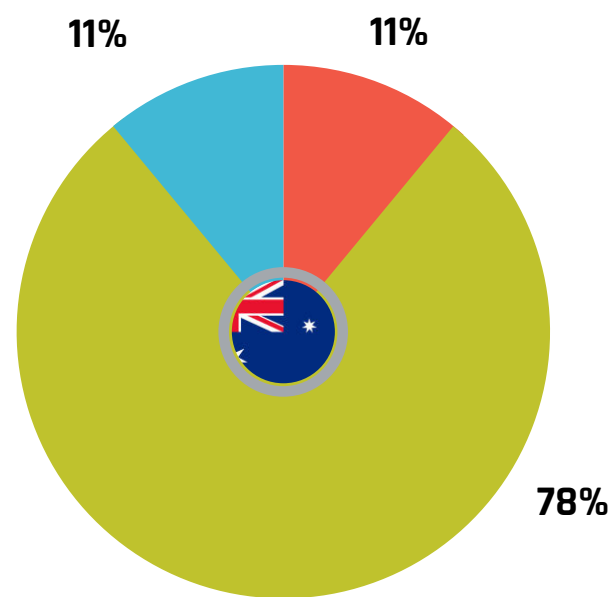
Seulement **45% des entreprises** interrogées classent leurs billets par ordre de priorité.

- Cette pratique semble très répandue en **Australie, où 70 %** des personnes interrogées utilisent un code de priorité pour traiter leurs demandes. Cette action permet aux opérations de gérer étroitement les niveaux de service et de les segmenter en fonction des besoins de l'entreprise.
- L'approche FIFO (first in first out) est adoptée par la plupart des entreprises. Avec l'augmentation de l'utilisation des médias sociaux, l'exposition de la marque ou de la réputation est plus importante.



Communiquez-vous publiquement à vos clients vos engagements relatifs à vos délais de réponses aux plaintes et réclamations?

■ Non ■ Oui ■ Sur demande seulement



Une fois encore, **l'Australie fait preuve d'une grande transparence** à l'égard de ses consommateurs.

- Il s'agit d'une bonne pratique pour partager les niveaux de service, puisqu'elle oblige l'ensemble de l'organisation à tenir ses promesses, et non seulement les services chargés des réclamations ou des demandes d'indemnisation. Cet engagement fait partie de l'**ADN de la marque**.

2

Volumétrie

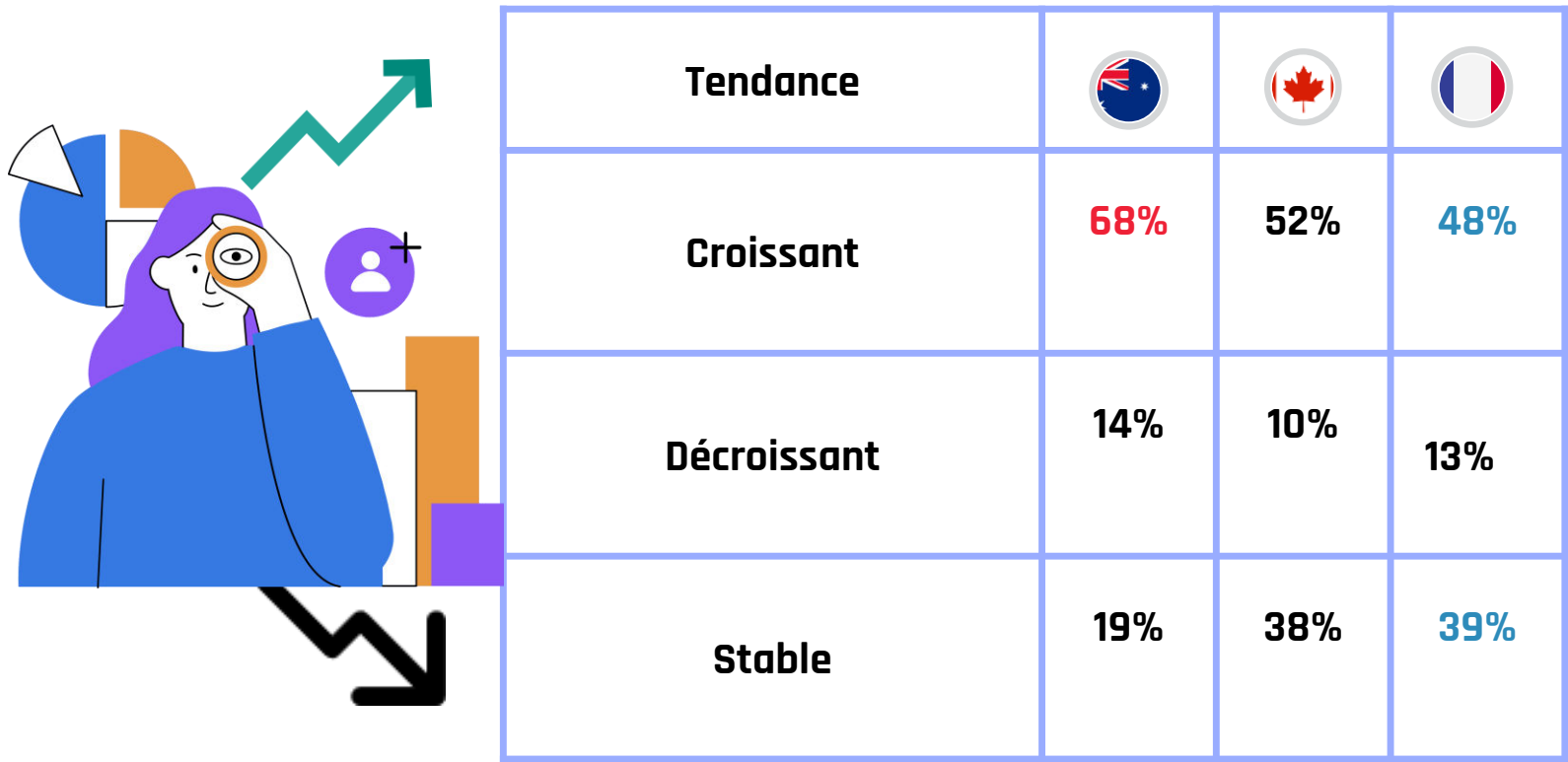


Cette section est consacrée à la mesure, aux indicateurs clés de performance et aux données.

- Nous verrons donc ce qui compte vraiment pour les organisations qui semblent se préoccuper beaucoup de l'expérience de leurs clients.

La mesure est importante !

Comment définiriez-vous le volume global des plaintes et réclamations reçues ces dernières années ?

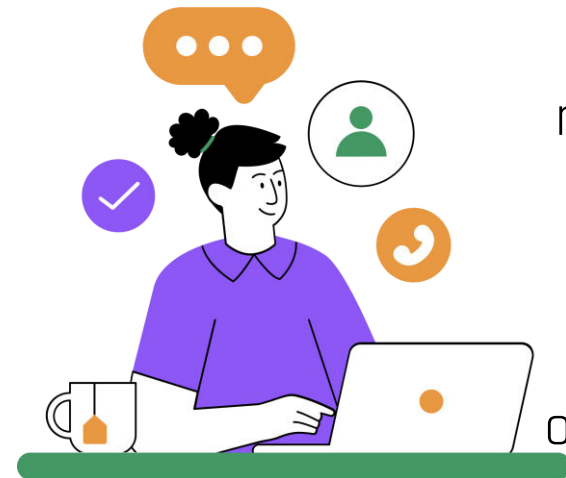


En moyenne, **plus de 50 % des réponses indiquent une augmentation** des plaintes et des réclamations. Quelques participants seulement font état d'une diminution.

Soit nous avons cessé d'offrir le service pendant un certain temps, soit nous avons diminué la qualité du service offert et certaines industries ne s'en sont toujours pas remises. Aujourd'hui, nous sommes confrontés à des défis économiques et climatiques. Les **consommateurs sont plus exigeants**, moins patients, et ils ont changé leur façon de traiter avec leurs fournisseurs de services. Ils recherchent plus de libre-service et en veulent plus pour leur argent.

Si l'on considère l'augmentation générale des plaintes sur la plupart des marchés, peut-on dire que certaines d'entre elles ont été créées par la manière dont les entreprises ont abordé ces problèmes? Devons-nous changer la manière dont nous offrons nos services? Évoluons-nous aussi vite que nous le devrions? **La numérisation et l'IA pourraient-elles résoudre certains de ces problèmes?** Si vous ne réfléchissez pas déjà à de nouvelles solutions pour éviter les réclamations, dites-vous bien que votre concurrent le fait!

Quel est le pourcentage de plaintes et réclamations clôturées au 1er contact en 2022?



Plus de 57% des personnes interrogées ne connaissent pas le nombre de plaintes résolues lors du premier contact.

Seulement 20 % des participants obtiennent un excellent résultat **avec plus de 75 % de résolution au premier contact.**

La France (25%) suivie par **l'Australie (19%)**, arrive en tête avec une résolution au premier contact pour **75 %** des plaintes.

61%



- Un grand nombre d'entreprises (**62 %**) ont toutefois indiqué qu'elles n'étaient pas en mesure de confirmer les résultats des plaintes en matière de "FCR".

Sachant que les clients sont moins patients, la résolution au premier contact devrait devenir davantage importante dans votre processus de gestion des plaintes. Faciliter la vie de vos clients doit être au cœur de toutes vos décisions. Gardez à l'esprit que s'il se plaint, c'est qu'il a déjà eu une mauvaise expérience avec votre organisation. Ne lui rendez pas la tâche plus difficile en lui imposant plus d'un contact pour obtenir satisfaction!

Quelle proportion de vos clients ont émis une plainte ou une réclamation au cours des 12 derniers mois ?

Globalement, **39 %** des entreprises ont déclaré que **5% ou moins** de leurs clients avaient déposé une plainte au cours des 12 derniers mois.

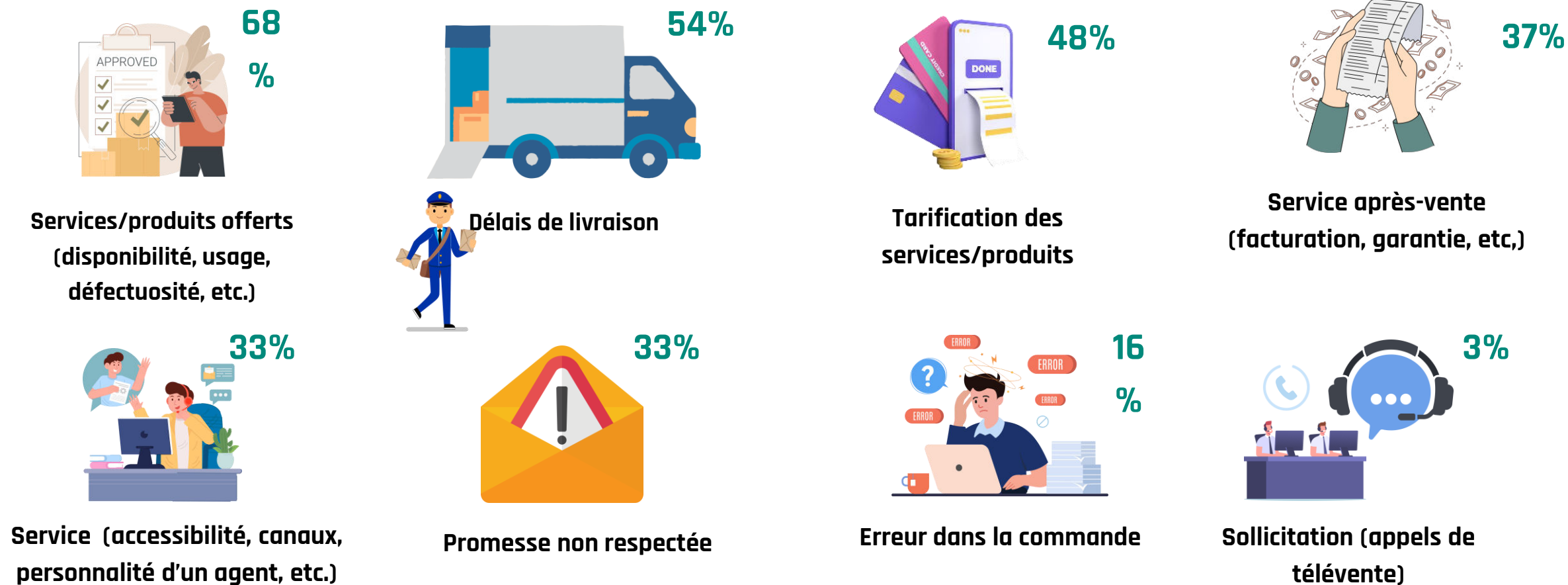


- Ici encore, **52 %** des entreprises ont indiqué qu'elles n'étaient pas en mesure de confirmer les résultats.

Cette donnée est importante à mesurer car nous savons tous que nous ne pouvons pas plaire à tout le monde. Connaître le pourcentage de la base de clients qui se plaignent ou demandent une réclamation, peut être un excellent indicateur de la santé de votre offre de produits.

- En outre, si vous pouvez croiser ces données par types de réclamations, vous pouvez exécuter l'analyse des causes profondes et investir adéquatement dans la solution.

Quels sont les principaux types de plaintes et réclamations les plus souvent reçues?

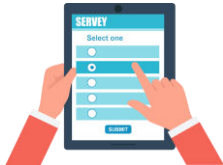


La **réputation** d'une entreprise se mesure de plus en plus à la **qualité du service** offert.

Les **trois principaux motifs de plaintes** ou de réclamations sont **totallement indépendants du service offert par la personne responsable de résoudre** le problème. Pour solutionner le problème, la personne en charge doit disposer d'une voie de résolution claire, de l'autorité nécessaire pour prendre la bonne décision, des outils appropriés pour gérer le dossier et des compétences générales pour gérer l'émotion impliquée lors de l'échange avec le client.

La pression économique obligera les entreprises à revoir leur modèle d'exploitation, donc à réduire les coûts. Souvent, le service à la clientèle est considéré comme une dépense et devient une source de rationalisation. Nous devrions être plus prudents avant de réduire l'offre de services dans cette partie critique de l'entreprise. Les clients ne vous pardonneront pas si vous ne répondez pas à leurs demandes rapidement et efficacement.

Délai moyen de clôture d'une plainte ou d'une réclamation

			MOINS D'UN JOUR	1 À 2 JOURS	3 À 5 JOURS	6 À 10 JOURS	AUTRE		
	Téléphone	AUSTRALIE CANADA FRANCE MULTINATIONAL	22% 11% 13% 15%	14% 30% 17% 19%	16% 26% 23% 21%	27% 15% 25% 23%	22% 19% 23% 21%	4 jours	
	Courriel	AUSTRALIE CANADA FRANCE MULTINATIONAL	3% 5% 4% 4%	9% 23% 8% 11%	26% 36% 22% 27%	32% 23% 33% 30%	29% 14% 33% 28%		
	Médias sociaux	AUSTRALIE CANADA FRANCE MULTINATIONAL	16% 11% 18% 17%	32% 33% 29% 30%	11% 33% 13% 15%	16% 11% 18% 17%	26% 11% 21% 21%	2 jours	
	Formulaire virtuel	AUSTRALIE CANADA FRANCE MULTINATIONAL	3% 0% 4% 3%	9% 15% 7% 9%	21% 35% 20% 23%	33% 25% 38% 34%	33% 25% 31% 31%		
	Courrier postal	AUSTRALIE CANADA FRANCE MULTINATIONAL	3% 4% 2% 3%	3% 0% 2% 2%	18% 17% 10% 14%	38% 48% 50% 46%	38% 30% 37% 36%	8 jours	
	Face-à-face	AUSTRALIE CANADA FRANCE MULTINATIONAL	35% 17% 6% 17%	10% 25% 13% 14%	10% 8% 26% 17%	25% 25% 29% 27%	20% 25% 26% 24%		
	Clavardage	AUSTRALIE CANADA FRANCE MULTINATIONAL	8% 33% 29% 18%	17% 33% 29% 23%	17% 0% 29% 18%	25% 0% 14% 18%	33% 33% 0% 23%	4 jours	

3

CONNAISSANCES ET SOUTIEN

Les agents sont-ils bien outillés pour gérer les plaintes ?

L'agent communique-t-il au client le processus complet de la gestion d'une plainte ou d'une réclamation traitée par le CCC?



Nous sommes heureux de constater que **48%** des répondants expliquent la procédure de réclamation à leurs clients.



48%

Oui, une directive est donnée afin que l'agent explique le processus de résolution au client



25%

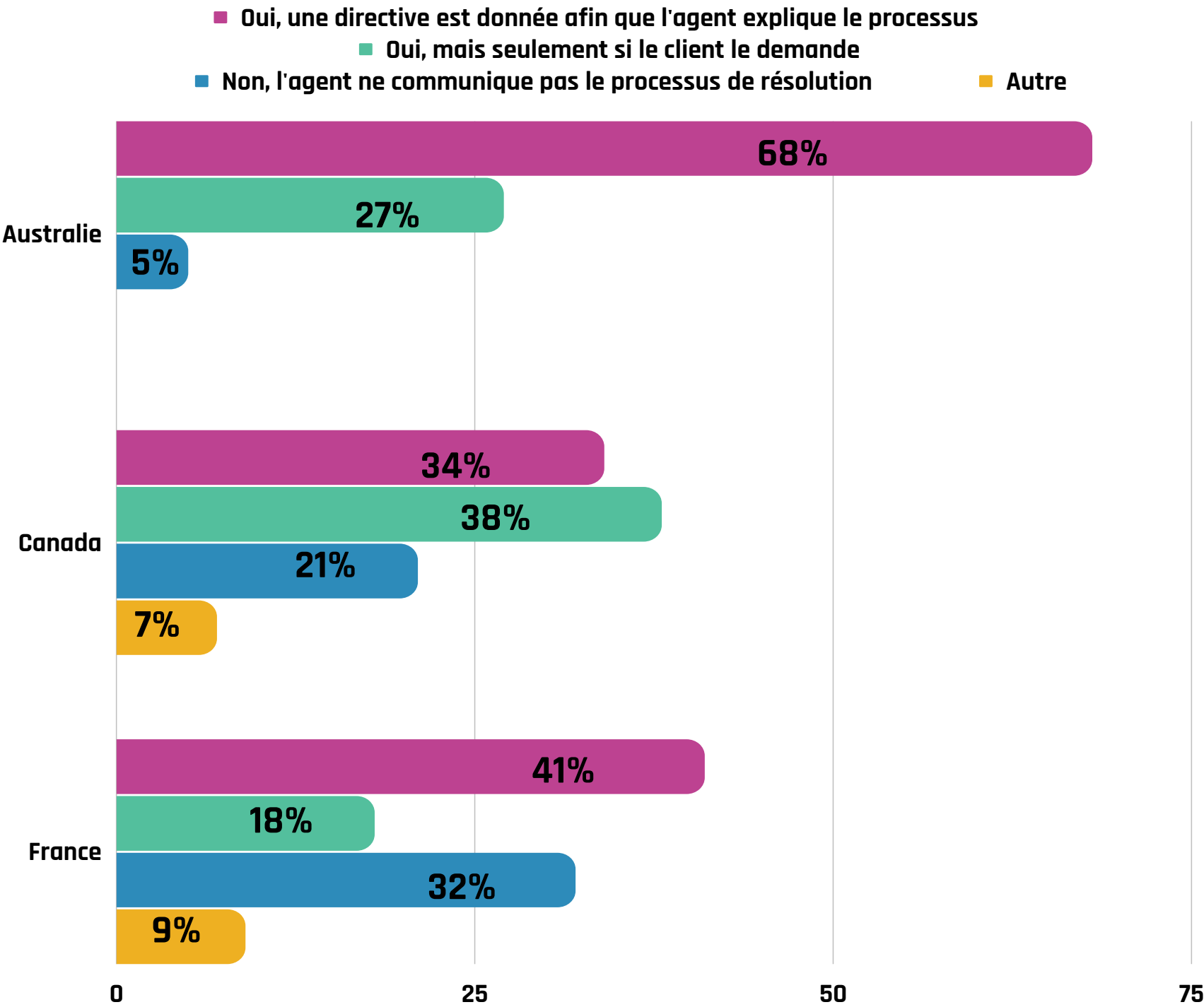
Oui, mais seulement si le client le demande



21%

Non, l'agent ne communique pas le processus de résolution

6%
Autre



Là encore, **l'Australie semble être plus transparente** avec ses clients que les autres pays. En tant que consommateur, il est toujours rassurant de voir que votre fournisseur de services est explicite et ouvert sur la manière dont il traitera votre demande. De claires explications permettent de gérer les attentes des deux parties.

Les personnes répondant aux plaintes et réclamations disposent-elles d'une bibliothèque de réponses (argumentaires, modèles de réponses)?



70%

Oui - les agents ont accès aux outils de gestion des connaissances



30%

Non - les agents ne disposent pas de références de réponses.

Oui - nous disposons d'un ensemble de réponses de base



65%



62%



79%

77%

Environ **70% des participants fournissent aux employés des procédures de gestion des plaintes.**

Cette approche garantit un traitement uniforme des différents types de demandes. Ces informations font partie du matériel de base de la formation et servent de références pour le contrôle de la qualité.

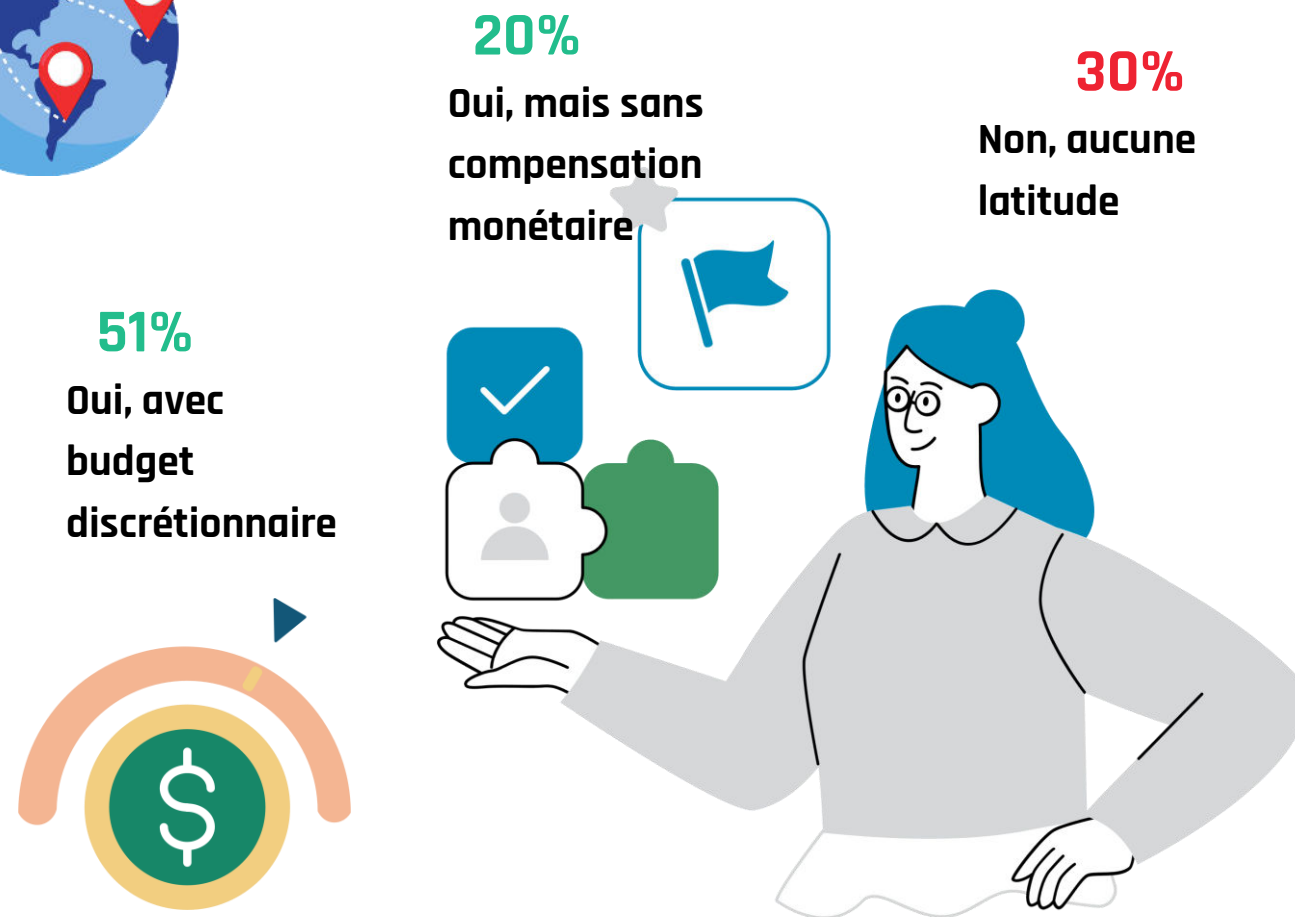
4

Dédommagements - indemnités

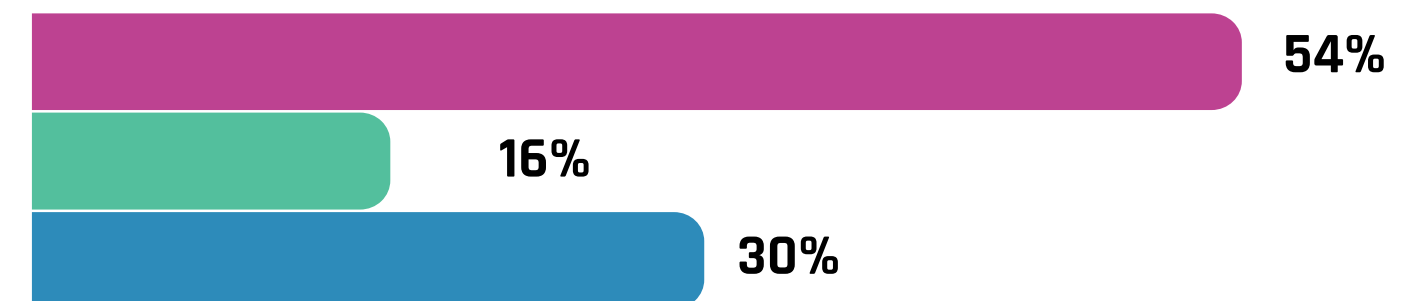


Cette section donne un aperçu de l'impact financier de la gestion des plaintes.

Vos agents ont-ils une latitude décisionnelle pour résoudre en temps réel et compenser une plainte ou une réclamation d'un client (remboursement, correction au compte, produits ou services gratuits, etc.)?



■ Oui, avec budget discrétionnaire ■ Oui, mais sans compensation monétaire ■ Non, aucune latitude



Le Canada compte un grand nombre d'organismes gouvernementaux qui ont répondu à l'étude et qui ne peuvent fournir une compensation monétaire, sauf s'ils ont commis une erreur. Cela a affecté les résultats globaux.

- Nous voyons une tendance croissante à donner de la latitude aux agents de première ligne qui traite les plaintes, avec certaines lignes directrices. Cela permet d'augmenter la résolution au premier contact et le CSAT ainsi que de réduire les transferts et les délais de traitement.

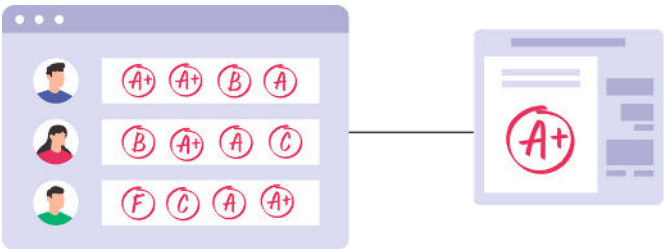
Utilisez-vous une grille d'aide à la décision pour déterminer la forme de dédommagement ou de règlement d'une plainte ou d'une réclamation?



Très peu de participants imposent une grille de décisions à l'employé qui gère une plainte. Plus de la moitié des répondants n'utilisent pas de grille et les autres laissent les employés faire preuve de discernement pour s'adapter à la réalité.

2%

Oui, une grille détaillée et précise

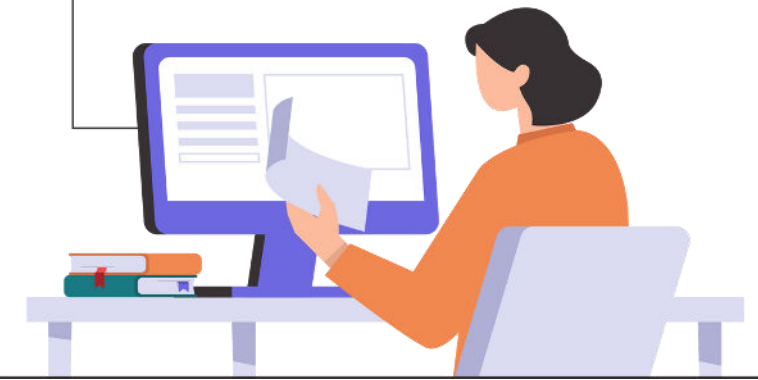


59%

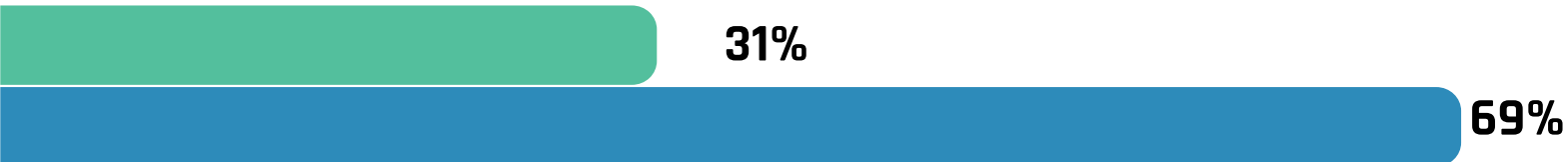
Aucune grille

39%

Oui, avec de grands principes et possibilité de s'adapter à la situation



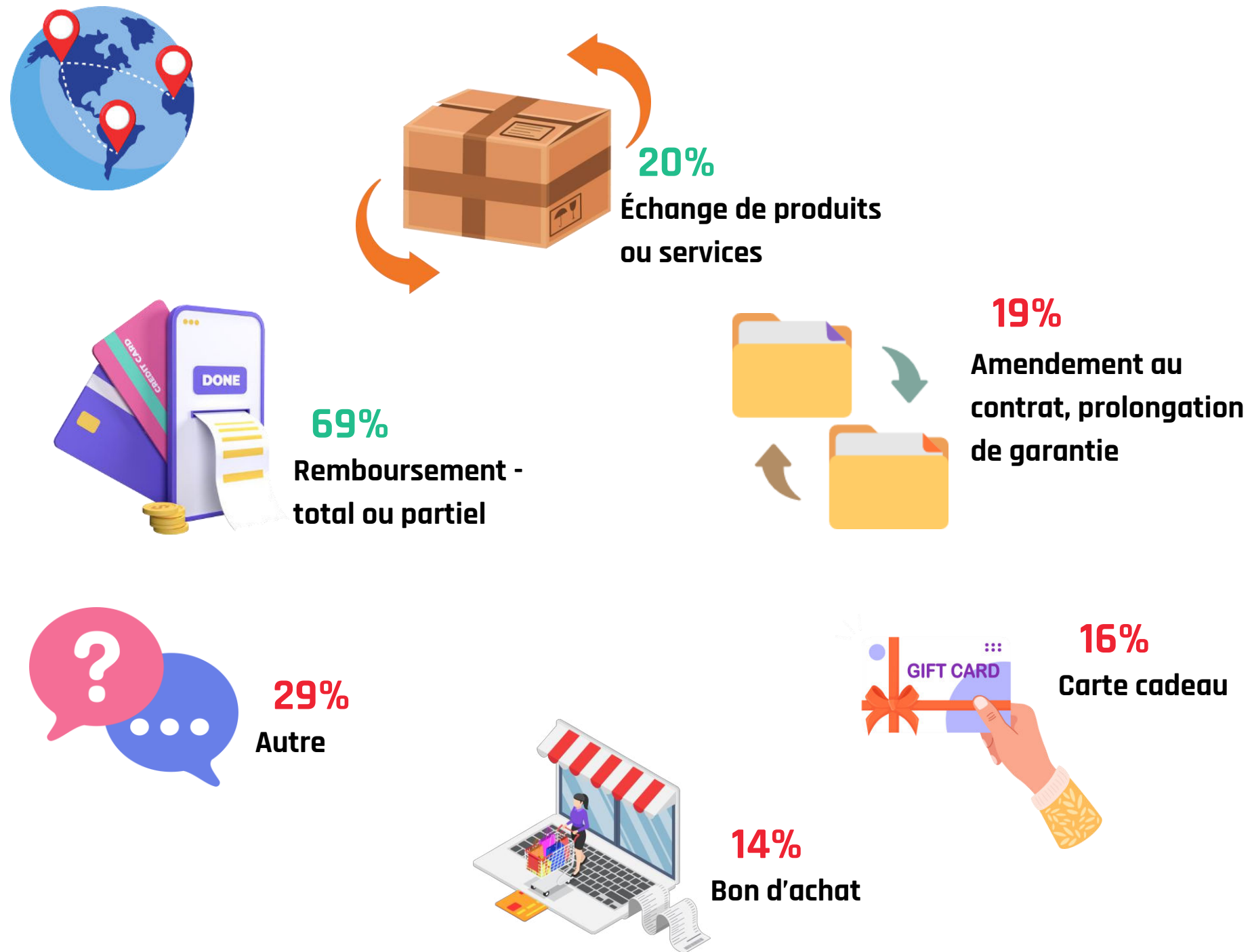
- Oui, une grille détaillée et précise
- Oui, avec de grands principes, mais offrant la possibilité de s'adapter à la situation
- Aucune grille



75%

Chaque fois qu'un client fait une réclamation, il vit une réalité différente de celle du client précédent qui a fait une réclamation sur le même sujet. Il est donc bon que l'entreprise donne à l'expert qui gère les réclamations, une certaine latitude pour s'adapter à chaque situation. Il s'agit d'une preuve d'empathie envers ses clients et d'une reconnaissance de l'expertise de l'employé.

Quels différents types de compensations accordez-vous à vos clients?

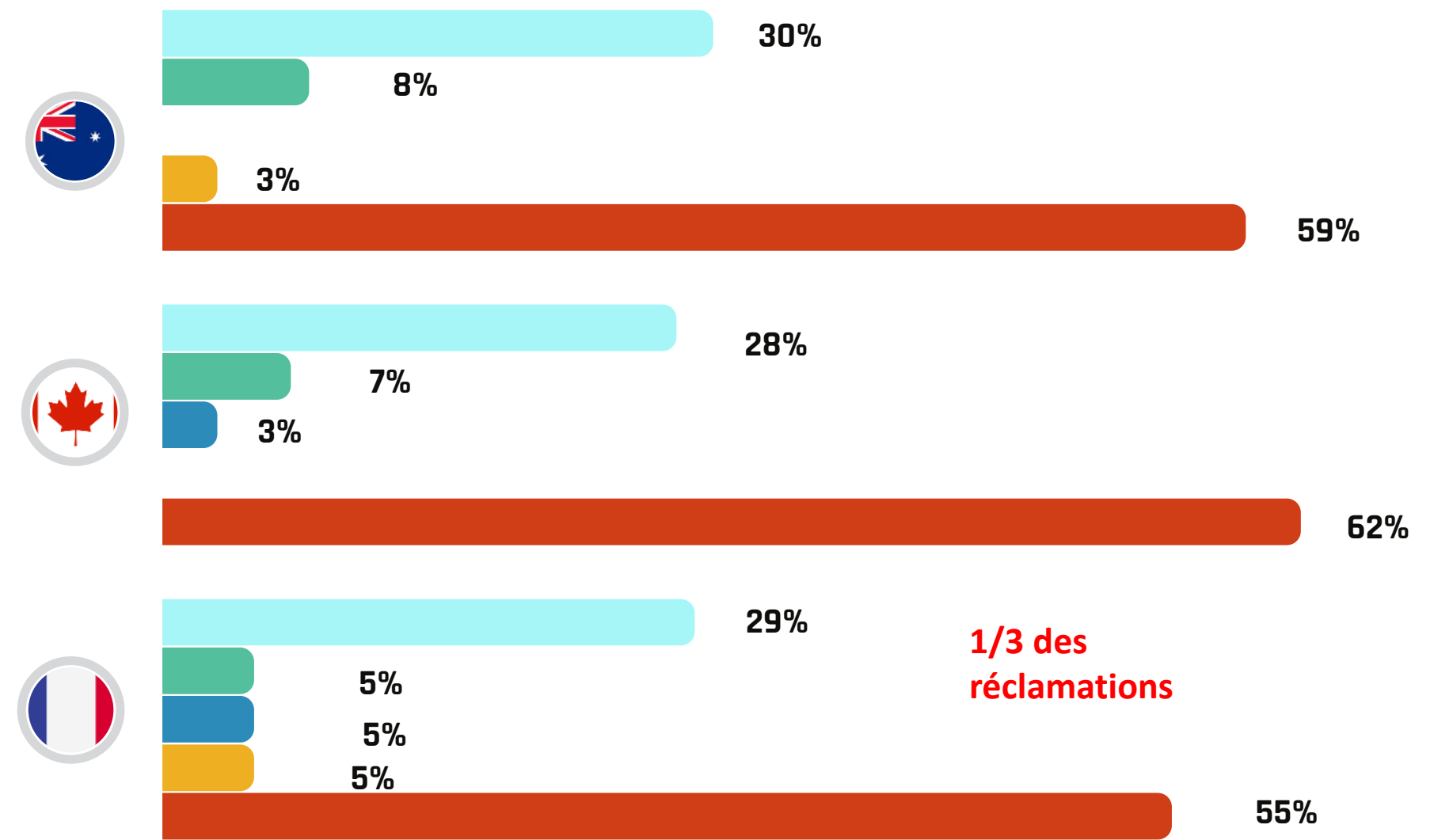
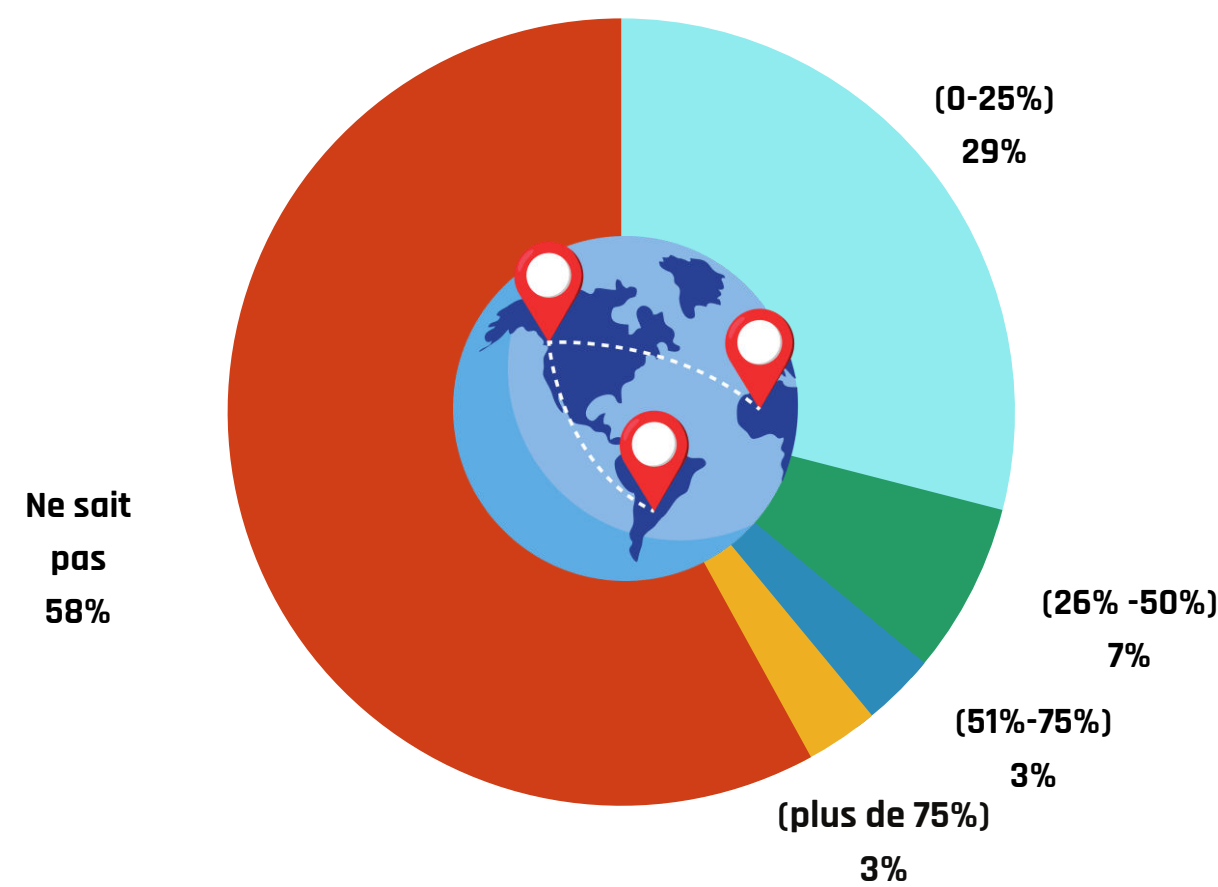


Lorsqu'une plainte doit être réglée par une compensation, plus de **68% des participants remboursent ou créditent partiellement** les clients. Des crédits ou un geste de bonne volonté peuvent également être envisagés dans cette catégorie. En deuxième position, les entreprises échangent des produits ou des services. Elles modifient également la durée du contrat ou de la garantie.

La compensation n'étant pas une solution unique, tous les participants proposent plus d'une façon de résoudre les différents cas.

Quel pourcentage de vos réclamations donne lieu à un dédommagement?

Le pourcentage de plaintes qui se concluent par un dédommagement se situe entre **28% et 30%** chez les participants qui le mesurent.



58% des répondants ne connaissent pas cette mesure. Nous pouvons imaginer qu'ils calculent la valeur totale dépensée, mais à ce stade, ils ne savent pas le nombre de dollars par réclamation sur le nombre total de plaintes. Nous croyons qu'**il s'agit d'une mesure importante pour savoir quels types de plaintes ont un impact sur l'indemnisation ou pour s'assurer que les agents utilisent l'outil d'indemnisation efficacement.**

5

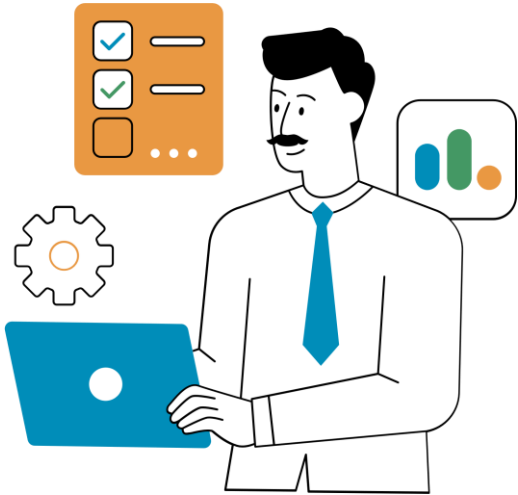
Indicateurs de gestion

Outre le nombre de transactions et la comparaison du volume global des transactions, le temps de traitement et l'indice de satisfaction de la clientèle sont les indicateurs clés de performance les plus courants dans tous les pays.

Quels sont les indicateurs de performance utilisés pour mesurer la gestion des plaintes et réclamations dans votre CCC?

Indicateurs	Délai de résolution par niveau de traitement	Indice de satisfaction du client (sondage post résolution, appel au client)	Délai de résolution par catégorie de plaintes ou de réclamations	Taux des plaintes et réclamations en fonction du nombre de contacts reçus	Taux des plaintes et réclamations traitées par niveau (1er, 2e, 3e niveau)	Coût du processus de résolution	Taux des dédommagements en fonction des plaintes et réclamations traitées	Nombre d'intervenants impliqués dans la résolution	Taux de rétention à la suite de la résolution	Autre
	51	38	35	51	27	14	5	11	0	16
	41	34	45	31	21	28	14	3	10	34
	61	59	48	43	27	13	23	4	5	14
	53	47	43	43	25	16	16	6	5	20

*La majorité des participants utilisent entre **1 et 3 indicateurs**.



Nous mesurons également le temps de traitement par niveau, ce qui signifie que les transferts d'un niveau à l'autre sont importants puisqu'ils peuvent avoir un impact sur le coût de traitement et le temps de résolution.

- Les **autres indicateurs** de performance utilisés sont très intéressants : plaintes fondées, **taux de CHURN après une plainte**, taux de plaintes basé sur le nombre de clients.

Certains indicateurs sont-ils partagés avec d'autres services dans votre entreprise?



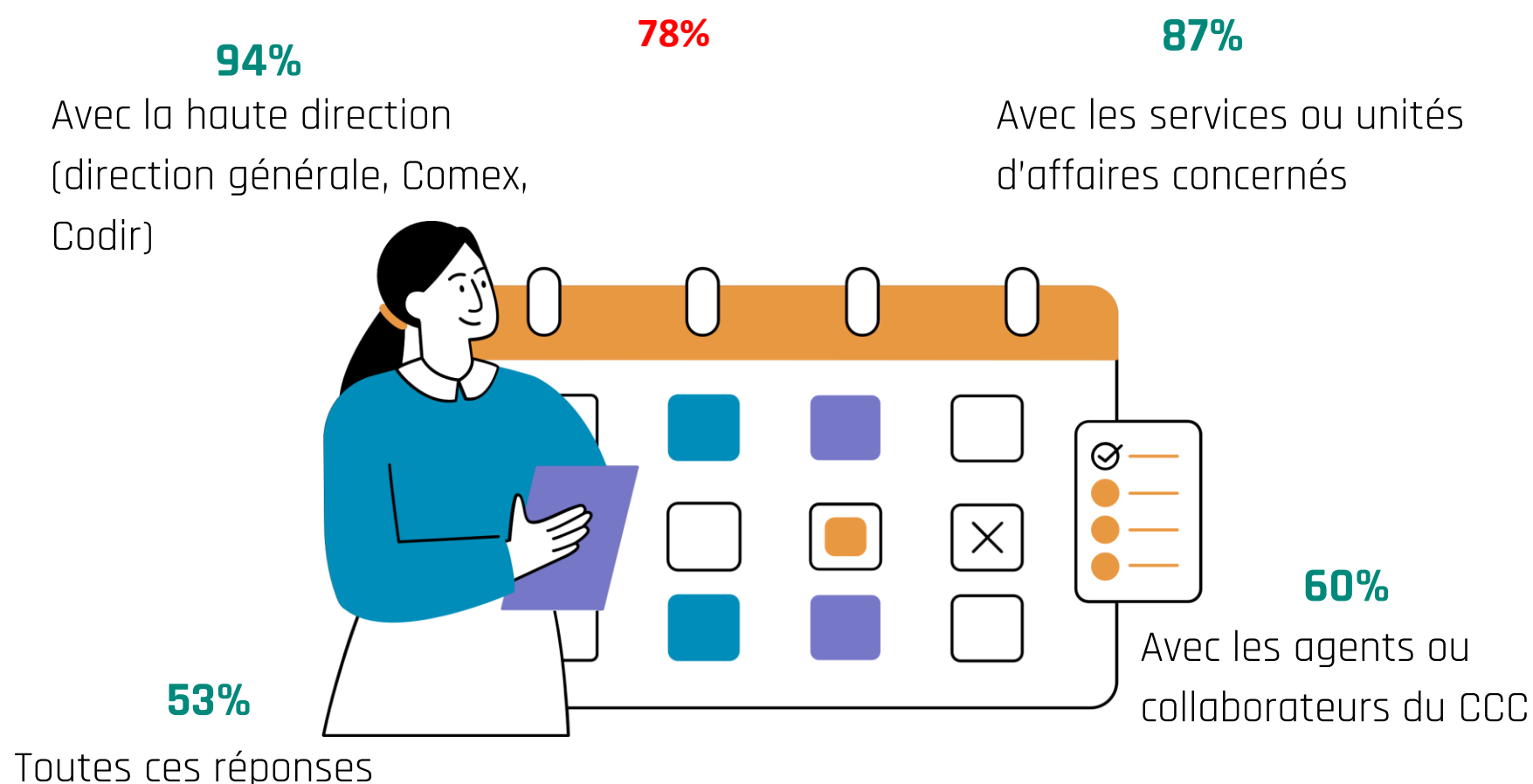
85% des entreprises partagent leurs indicateurs de performance à travers leur organisation.

- 95% des participants de la France partagent les indicateurs.



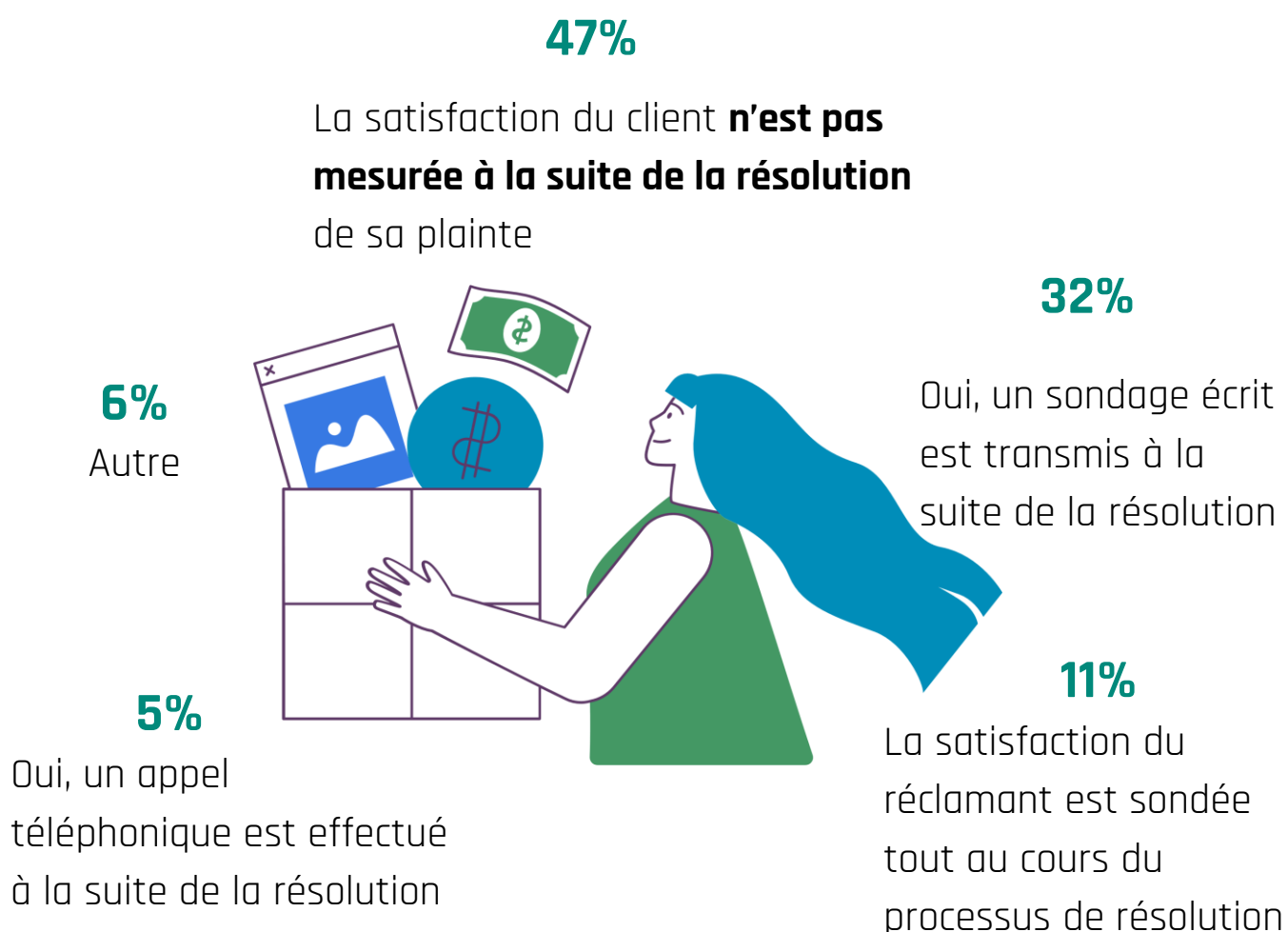
Il nous plaît de constater que la majorité des participants, quel que soit le pays, partagent les résultats de cette activité avec le reste de l'entreprise. **La France est le leader** dans cette catégorie.

Indiquez avec quels services ou divisions.



Presque tous les participants partagent les résultats des indicateurs de performance relatifs aux plaintes avec la direction générale. Ce partage démontre la visibilité et l'importance que révèlent les plaintes au sein de l'équipe dirigeante. Il **est étrange** de constater que ces résultats **ne sont pas partagés au même pourcentage** avec les **employés**, alors qu'ils gèrent l'activité au jour le jour.

Disposez-vous de sondages ou d'enquêtes de satisfaction auprès des personnes ayant déposé une plainte ou une réclamation à l'issue du règlement?



Quel pourcentage de réclamants se déclare satisfait du processus de gestion de leur réclamation?



55 participants ont répondu à cette question. La plupart d'entre eux sont de la France et de l'Australie.

- Un niveau de satisfaction moyen de 63% est obtenu par 31 des participants qui mesurent cet indicateur.
- **Plus de 73% des participants canadiens ne mesurent pas cet indicateur.**

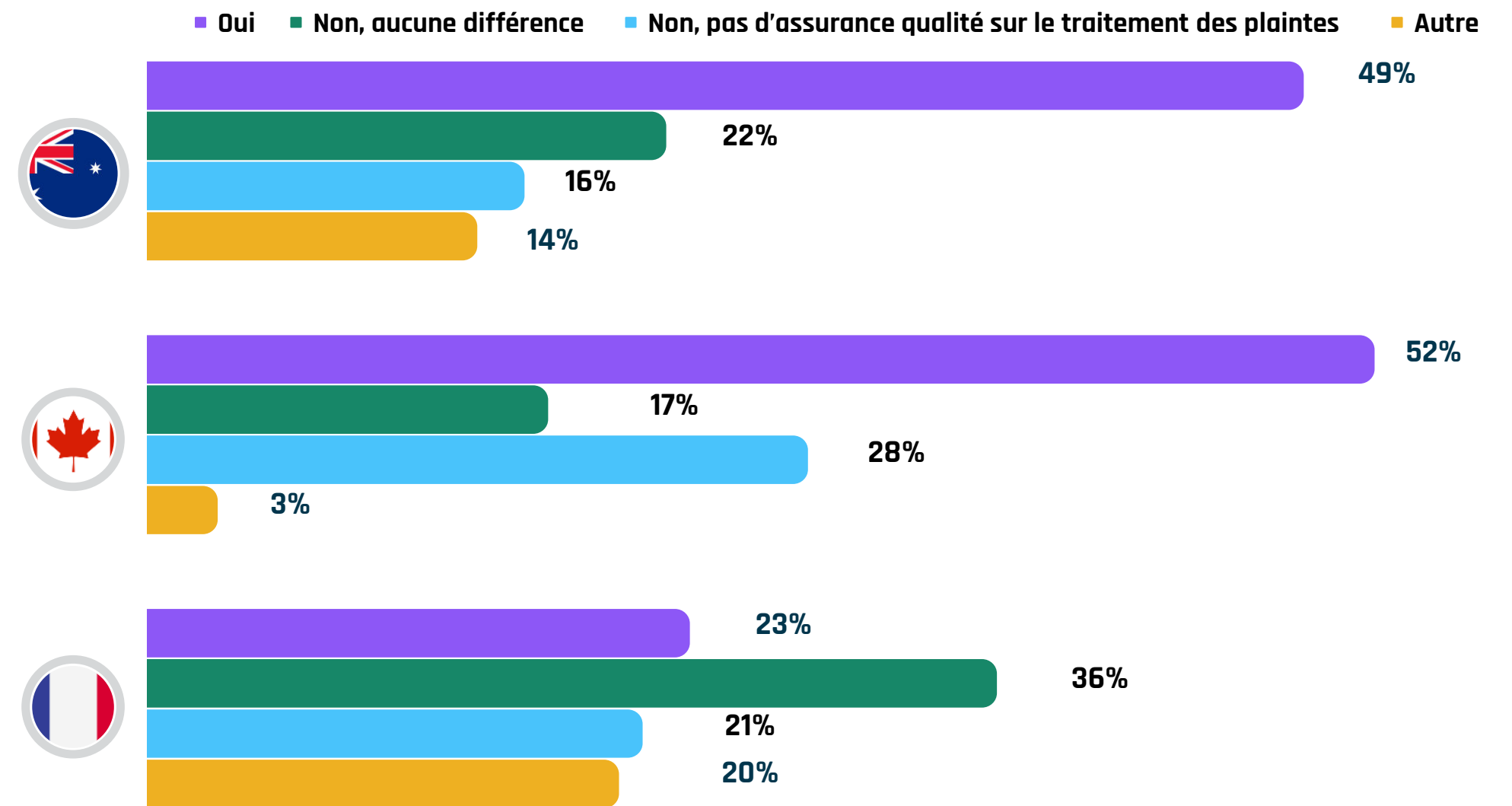
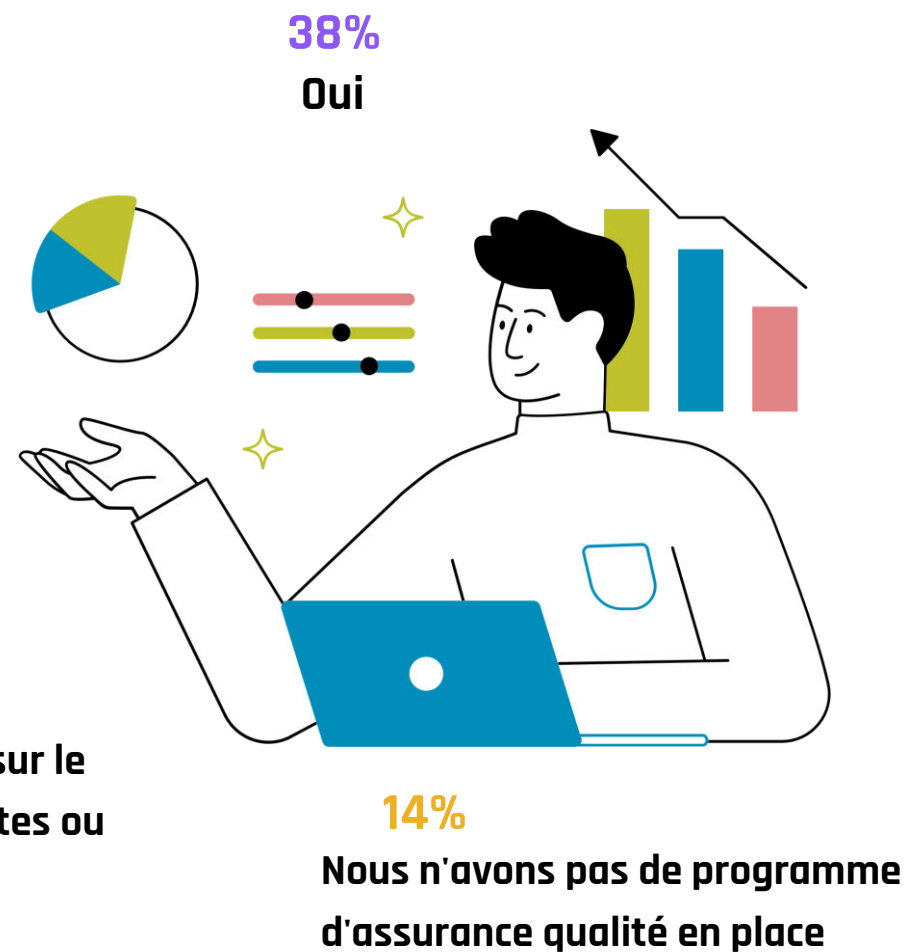
Un peu moins de 50 % des participants ne mesurent pas la satisfaction des clients après la résolution d'une plainte ou d'une réclamation. Peut-on se demander si ces entreprises partent du principe qu'elles savent que la résolution a été à la hauteur des attentes du client? Ou peut-être ne font-elles pas de sondage pour d'autres raisons? Il est vrai que si vous résolvez la plainte d'un consommateur à sa satisfaction, il sera plus fidèle à votre marque ou à votre service. Il y a là matière à réflexion puisqu'un sondage vous indiquerait la vérité sur votre service!

Le processus d'évaluation de la qualité du traitement des plaintes et réclamations est-il différent de votre processus d'assurance qualité standard?



27%
Non, aucune
différence

21%
Nous ne faisons pas
d'assurance qualité sur le
traitement des plaintes ou
des insatisfactions



Au Canada et en Australie, **le processus d'assurance qualité est différent du processus standard**. Est-ce parce qu'il n'est pas géré au sein du centre de contacts pour un grand nombre de participants ?

- Encore environ 20% des participants ne valident pas la qualité de la procédure de réclamation. Il devrait pourtant s'agir d'une bonne pratique pour tous, sachant qu'il semble très important de signaler cette activité au plus haut niveau de gestion.

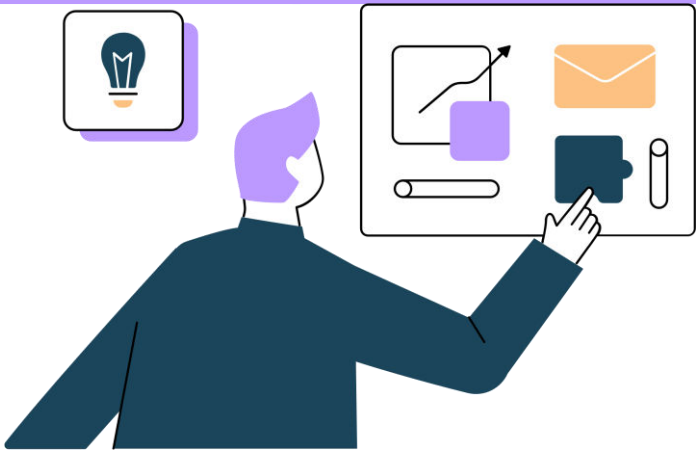
EXPLOITATION DES RÉSULTATS

6

Que faisons-nous de ces informations?

Durant la dernière année, à quelles améliorations l'analyse des résultats des plaintes, réclamations ou insatisfactions de la clientèle a-t-elle donné lieu?

Résultats	Processus de traitement d'un contact et/ou communication avec le client	Délais de réponse	Processus de résolution	Expérience clientèle offerte par les agents	Politiques et procédures du CCC	Produits/services offerts	Livraison du produit ou visite d'un technicien	Service après-vente	Accessibilité (horaire, choix des canaux, etc.)	Arborescence de la RVI	Autre
	74%	52%	52%	74%	52%	26%	23%	10%	13%	16%	10%
	48%	52%	52%	72%	56%	48%	28%	16%	20%	16%	12%
	53%	53%	49%	25%	40%	40%	9%	17%	13%	6%	2%
	58%	52%	50%	50%	47%	38%	17%	15%	15%	11%	6%



84% des répondants analysent les raisons des plaintes reçues. Pour tous les participants, la **communication client**, le **délai de réponse** et le **processus de résolution** d'une réclamation figurent tous dans les quatre **processus à améliorer** les plus importants. Nous constatons également que les entreprises ont tendance à améliorer la façon dont elles gèrent **l'interaction initiale avec le client** afin d'**éviter les réclamations** dans l'ensemble.

Dans votre entreprise, diriez-vous que la plainte ou réclamation est clairement promue comme une source d'opportunités par l'ensemble de l'organisation ?



4%
Complètement en désaccord

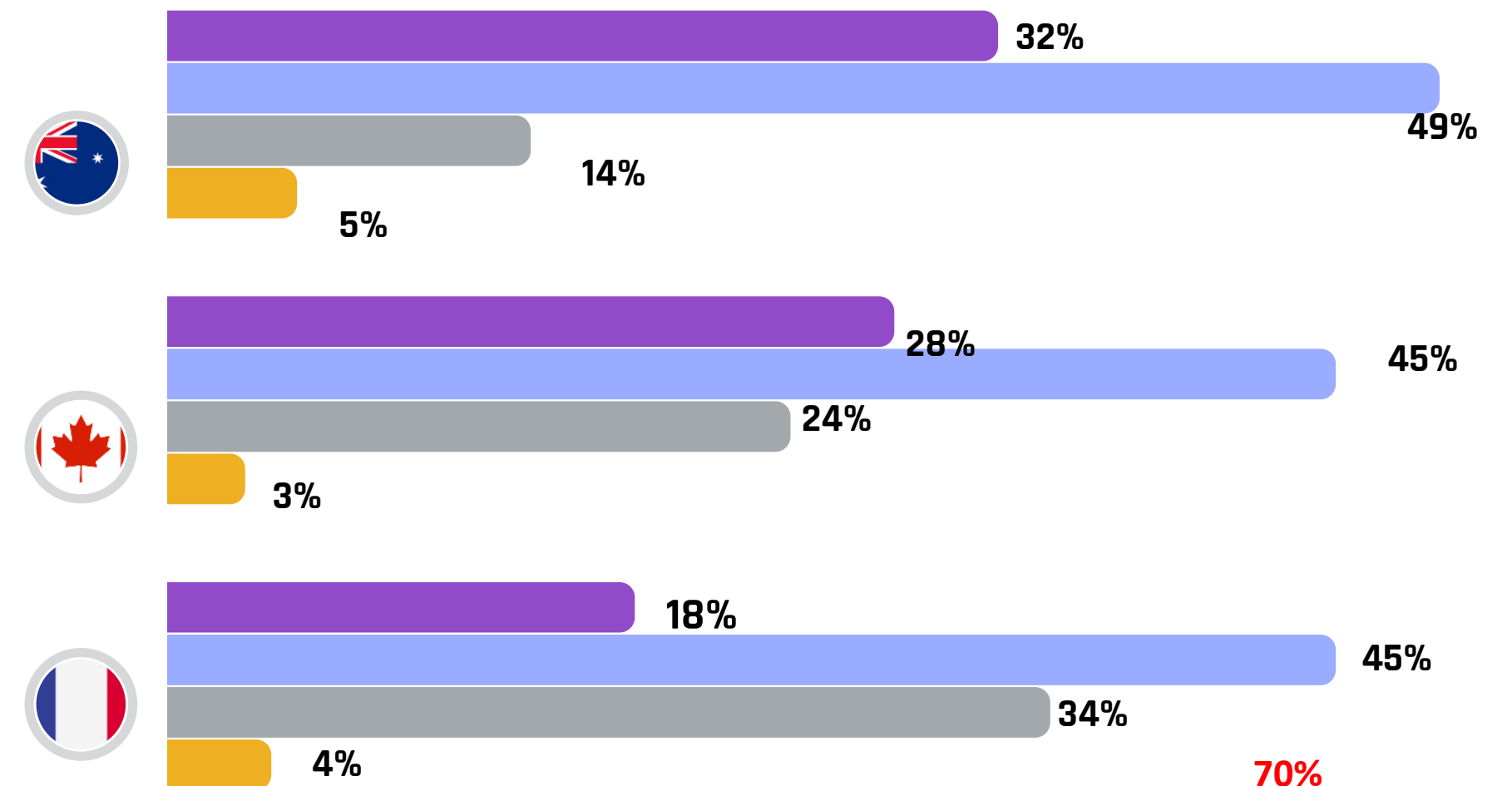
25%
Plutôt en désaccord

25%
Tout à fait d'accord



46%
Plutôt d'accord

■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt en désaccord
■ Complètement en désaccord



En moyenne, plus de 71% des répondants pensent que la gestion des plaintes est une source d'opportunités au sein de leur organisation. Nous constatons encore que les plaintes sont souvent perçues comme des menaces.

***Comme le diraient nos amis français de l'AMARC, nous devrions transformer les pépins en or... « Transformer le pépin en pépite »!

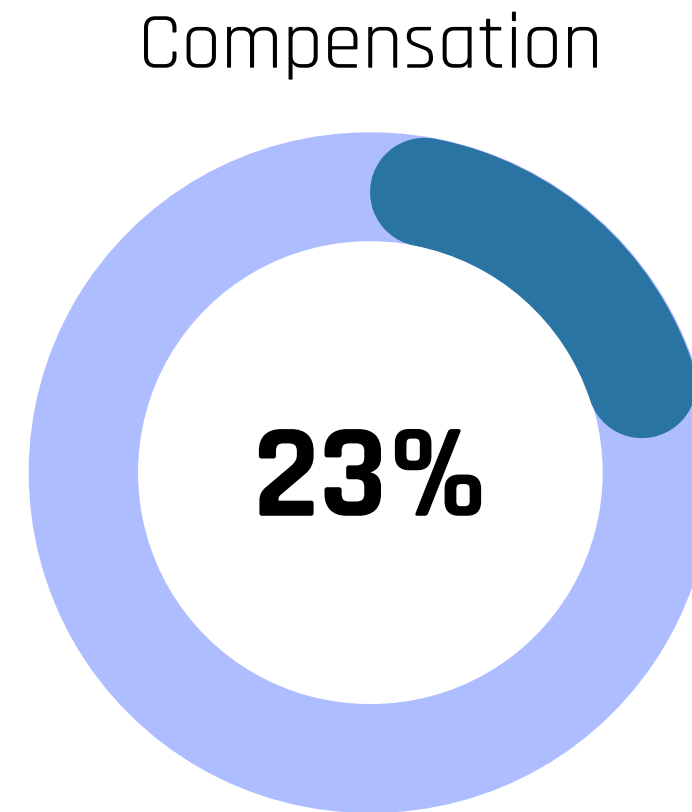
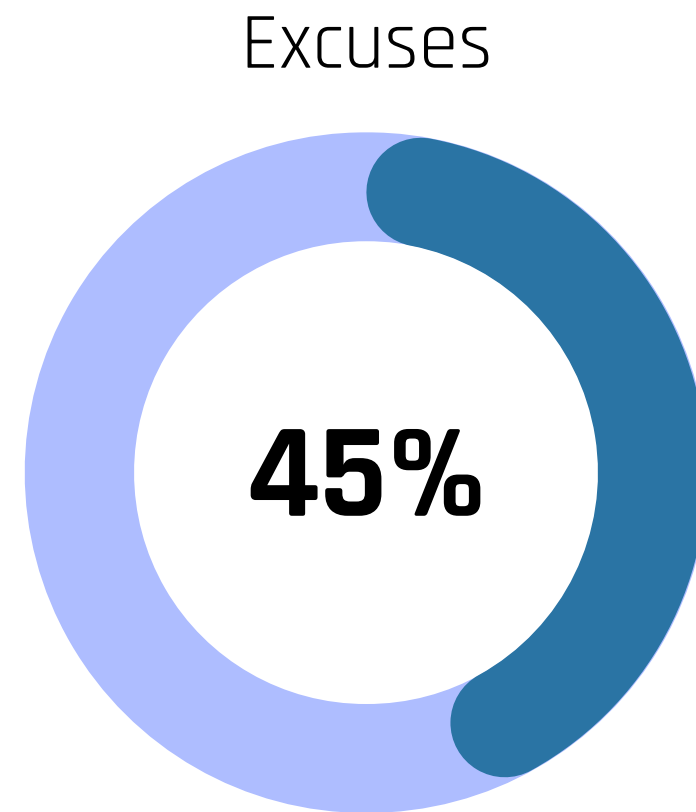
Matière à réflexion et observations

Sachant que de nombreuses plaintes sont des cas sensibles à gérer, peut-on penser que l'utilisation des robots et de l'IA sera nécessaire ou recommandée dans ce processus d'affaires ?

Il y aura à l'avenir quatre grands types d'interactions entre les clients et les entreprises.

- Personne à personne (P2P); la norme : je téléphone et parle à un autre humain pour obtenir quelque chose.
- Personne à machine (P2M); ce que nous faisons souvent: j'interagis avec un robot pour obtenir quelque chose.
- Machine à personne (M2P); mon assistant numérique appellera et parlera avec un humain pour obtenir quelque chose
- Machine à machine (M2M); l'assistant numérique du client interagit avec ses systèmes et obtient des résultats de manière autonome.

Université de Nottingham -Excuses vs compensation



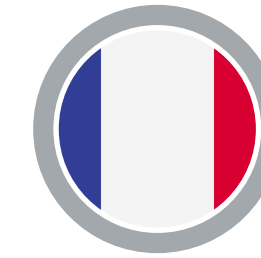
Ne sous-estimez pas la valeur des excuses !

Une étude menée par la Nottingham School of Economics a révélé que les clients mécontents sont plus enclins à pardonner à une entreprise qui leur présente des excuses qu'à une entreprise qui les dédommage.

- Selon les résultats de l'étude, 45 % des clients ont retiré leur évaluation négative d'une entreprise à la lumière d'excuses, alors que seulement 23 % des clients ont retiré leur évaluation négative en échange d'un dédommagement.

N'ayez pas peur de vous excuser pour une erreur. De nombreux clients attendent simplement des excuses et une reconnaissance de leur plainte, alors que tant d'entreprises hésitent à admettre qu'une erreur a été commise.

COMPARAISON AVEC LES ÉTUDES PRÉCÉDENTES SUR LE SUJET



Services Triad a réalisé une étude du même type en 2019 et L'AMARC en 2021. Nous avons comparé certaines données afin d'analyser toute évolution ou régression sur des sujets spécifiques.

- En France et au Canada, **le nombre de réclamations a augmenté de plus de 13 points** depuis les dernières études. Il s'agit d'un phénomène important qui doit être pris en compte lors de l'examen des points faibles de l'expérience client.
- Les délais de résolution par **téléphone** se sont **améliorés** pour la moyenne globale, passant de 5,5 jours à moins de 5 jours pour plus de 52 % des répondants **en France**. Cela pourrait indiquer que les clients sont moins patients et donc plus exigeants. Ces délais doivent être mesurés avec précision et examinés régulièrement afin d'éviter toute incidence sur le service à la clientèle.
- **Au Canada**, nous observons une **forte évolution** du nombre de participants **offrant à leurs agents un répertoire de réponses** pour gérer les plaintes. Un tel répertoire permet d'assurer la conformité et l'équité de traitement entre les clients.
- Pour la France et le Canada, le pourcentage de **clients satisfaits** du service reçu pour la gestion de leurs réclamations est **stable** depuis la dernière enquête.



Conclusion

La clé du succès du service clients serait de faire en sorte que la résolution des plaintes et réclamations devienne une source d'amélioration continue et qu'elle soit traitée au premier contact afin d'éviter des escalations.