



RETOUR D'EXPERIENCE SUR LA MESURE, LE PILOTAGE ET LE TRAITEMENT DES INSATISFACTIONS CLIENTS

Convention AMARC

27 MARS 2014

EDF - DIRECTION DE MARCHÉ DES CLIENTS PARTICULIERS
PROCESSUS TRAITEMENT DES RECLAMATIONS CLIENTS



Les 2 préalables mis en place pour le suivi des insatisfactions

Plus de 5 000
conseillers

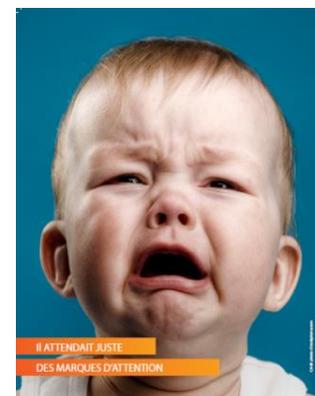
27 millions de
clients particuliers

Ancrer une notion commune chez tous les acteurs en relation avec le client :
La définition de la réclamation

Toute expression explicite ou implicite d'une insatisfaction, ou d'une situation considérée comme anormale par le client, et pour laquelle il attend une explication, une solution, ou toute autre forme de reconnaissance.

Partager des valeurs

La réclamation d'un client est une chance d'améliorer notre relation client. Elle est toujours légitime.
Favoriser l'expression des réclamations, c'est permettre au client d'agir et non de subir.



Parmi 2 millions
de courriers reçus

Parmi 35 millions
d'appels



Le bon sens paysan, avoir une mesure simple « aux yeux du client »

La Satisfaction est mesurée par une enquête « sur contact ».

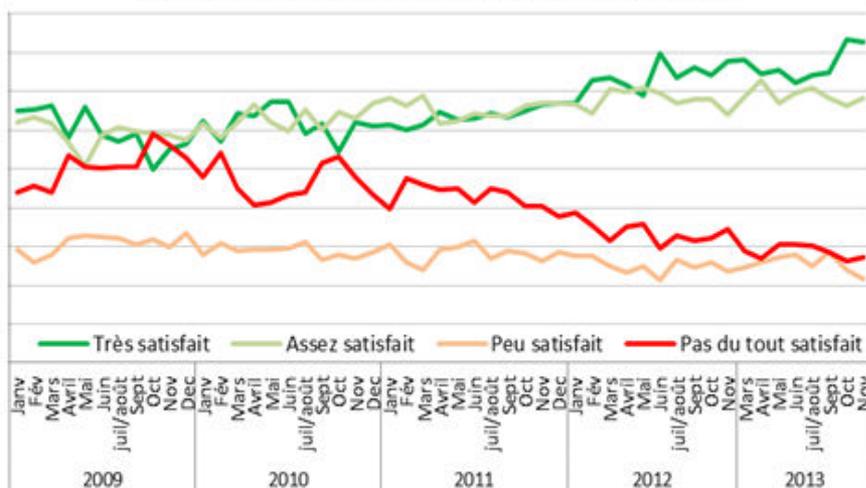
70 000 clients sont enquêtés par vagues tous les 15 jours.

Les évolutions se mesurent sur des temps longs, cette action doit donc être maintenue dans le temps.

L'objectif est focalisé sur un résultat de clients « Très Satisfait »

Motif du contact ?

Evolution pluriannuelle de la SAT sur réclamation



L'appréciation globale du(des) contact(s) ?

Levier 1 :
Délai ?

Levier 2 :
Qualité ?

Levier 3 :
Exhaustivité ?

En complément, des enquêtes « à chaud » par SMS peuvent être menées juste après le contact (note de satisfaction de 0 à 9)

La vision MATRIX, mesurer l'activité interne générée par l'insatisfaction

Le suivi de l'activité interne nous amène à gérer des volumes très importants de données et à les agglomérer sous une forme d'indicateurs.

Ces indicateurs sont construits sur des bases permettant de :

1 - Corréler la vision interne et la vision client

Ex. : le taux de traçage des réclamations

2 - Eclairer le « comment traitons-nous ? »

Ex. : Productivité (temps passé à traiter un dossier) sur l'activité

3 – Donner le sens du « pourquoi traitons-nous ainsi ? » aux équipes, afin d'éviter toute dérive. Ainsi sont créés des « contre-feux » aux principaux indicateurs.

Ex. : Le taux de traitement immédiat et le taux de re-contact suite à traitement immédiat

4 – Préciser à chaque acteur, quelque soit son positionnement dans la chaîne de traitement, son apport personnel au traitement

Ex. : Prise d'engagement de re-contact auprès du client lors d'un différé de traitement au niveau

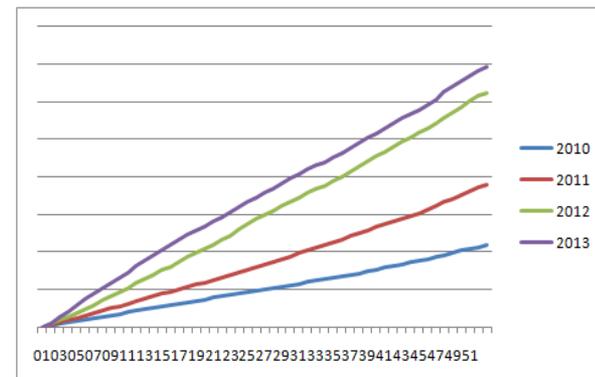
5 – Analyser les anomalies vécues par le client, suite à un dysfonctionnement de servuction ou à un produit inadapté aux attentes

Ex. : Ventilation des réclamations sur les motifs saisis par les conseillers dans l'outil de CRM, analyse textuelle des expressions client

En conclusion, un seul incontournable, rendre la main au client

La posture inculquée aux conseillers a complètement changé la reconnaissance du client réclamant.

N'ayons pas peur de faire exploser les compteurs !



La mise en place d'outils permet dorénavant au client d'exprimer directement son état émotionnel :

- SVI Réclamation 

- Formulaire digital

esourds | Urgences / Dépannage | Le groupe EDF | Foreign residents | Tous les sites EDF | Mots-clés

ACCÉDER À MON ESPACE CLIENT

PARTICULIERS | ACCUEIL | OFFRES D'ÉNERGIE | GESTION DE MON CONTRAT | DÉMÉNAGEMENT | TRAVAUX ET ÉCONOMIES D'ÉNERGIE | AIDE ET CONTACTS

France > Particuliers > Aide et contacts > Faire une réclamation

LES ENGAGEMENTS EDF & MOI FAIRE UNE RÉCLAMATION

Je souhaite signaler un problème, contester ma facture ou résoudre un litige ?

Les conseillers EDF sont à mon écoute et mettent tout en œuvre pour donner une réponse rapide à ma réclamation. Si des recherches complémentaires sont nécessaires, un délai de traitement m'est indiqué.

J'adresse ma réclamation au Service Clients

- En ligne**
Nouveau : je peux bénéficier d'une prise en charge sur internet
[Faire ma réclamation](#)
- Par téléphone**
Du lundi au samedi de 8h à 21h ou :
N° Cristal 09 69 32 15 15
APPEL NON GRATUIT
- Par courrier**
EDF SERVICE CLIENTS
TSA 20012
41975 BLOIS CEDEX 9

AIDE ET CONTACTS

- Contacteur EDF
- FAQ
- Boutiques
- [Faire une réclamation](#)
- Arnaque et Phishing
- Consulter les actualités
- Découvrir le Newsletter EDF



Retour d'expérience de mesures et pilotage des insatisfactions clients

CONVENTION AMARC 27 MARS 2014

Quelles insatisfactions : Quels indicateurs?

→ Taux de réclamation :

- Décembre 2013 : 36%

→ Taux de satisfaction :

- Décembre 2013 : 80%

→ NPS :

- 36%

→ Verbatims :

- Beaucoup de matière nous est fournie via les verbatims: enquête stratégique 3 fois par ans, enquêtes menées suite au voyage et suite au contact pris avec le service client

→ Podium des réclamations :

- Remboursements
- Retards
- Echanges



S'approprier l'insatisfaction : partage de l'expérience client et co-construction



→ *Le terrain, le terrain, le terrain:*

- Parcours d'intégration des salariés iDTGV: tous à bord et journée au service client
- Les mains dans le cambouis
- Chercher les remontées et les REX où ils se trouvent: partout! En interne, en externe!
- De la réclamation à l'insatisfaction

→ *Co-construction dans l'ADN de la marque iDTGV:*

- iDTGV comme laboratoire du Groupe SNCF
- Le voyageur acteur
- Le voyageur source d'inspiration
- La symétrie des attentions

Désamorcer l'insatisfaction : la pro-activité



→ Couper l'herbe sous le pied à l'insatisfaction :

- Le confort du pure-player : intégralité des adresses mails
- L'exemple des retards

→ Transformer le pépin en pépite?

- Les effets positifs de la proactivité : gage de transparence, elle fait gagner du temps aux clients en leur simplifiant la vie
- Les limites de la pro-activité : sélective, encore trop limitée