

# Les réclamations clients : Enjeux et perspectives

## De la réclamation au profit

Daniel RAY




*Institut du Capital Client*

*Grenoble Ecole de Management*

## Plan de la présentation

1. La réclamation : le « bon » exemple
2. Quelques questions basiques sur les réclamations
  1. Qu'est-ce qu'une réclamation ?
  2. La rentabilité potentielle d'une réclamation, ou « *Tout va bien : j'ai très peu de réclamations* »
  3. « *Et moi, et moi, et moi ?* » : la rentabilité personnelle d'une réclamation
3. La réclamation : un cadeau ou une mine d'or ?

## Le « bon » exemple

1. Qui ?  Une équipe dédiée
2. Fait quoi ?  Répond aux réclamations écrites
3. Comment ?  Procédures Qualité

## Plan de la présentation

1. La réclamation : le « bon » exemple
- 2. Quelques questions basiques sur les réclamations**
  - 1. Qu'est-ce qu'une réclamation ?**
  2. La rentabilité potentielle d'une réclamation, ou « *Tout va bien : j'ai très peu de réclamations* »
  3. « *Et moi, et moi, et moi ?* » : la rentabilité personnelle d'une réclamation
3. La réclamation : un cadeau ou une mine d'or ?

Qu'est-ce qu'une « réclamation » ?

*« Une réclamation est l'expression explicite ou implicite de  
l'insatisfaction d'un client.*

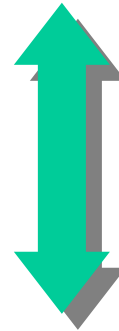
*La forme de la réclamation peut être écrite ou verbale, officielle ou non  
officielle, et à caractère contractuel ou non contractuel »*

## Plan de la présentation

1. La réclamation : le « bon » exemple
- 2. Quelques questions basiques sur les réclamations**
  1. Qu'est-ce qu'une réclamation ?
  - 2. La rentabilité potentielle d'une réclamation, ou « *Tout va bien : j'ai très peu de réclamations* »**
  3. « *Et moi, et moi, et moi ?* » : la rentabilité personnelle d'une réclamation
3. La réclamation : un cadeau ou une mine d'or ?

## La rentabilité potentielle d'une réclamation

La plainte : c'est **LE** moment où le client est le plus demandeur



**LE** moment où nous sommes le moins à l'écoute

Q1 : Combien de clients se plaignent spontanément ?

Q2 : Combien resteront fidèles si leur plainte est bien traitée ?

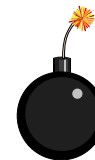
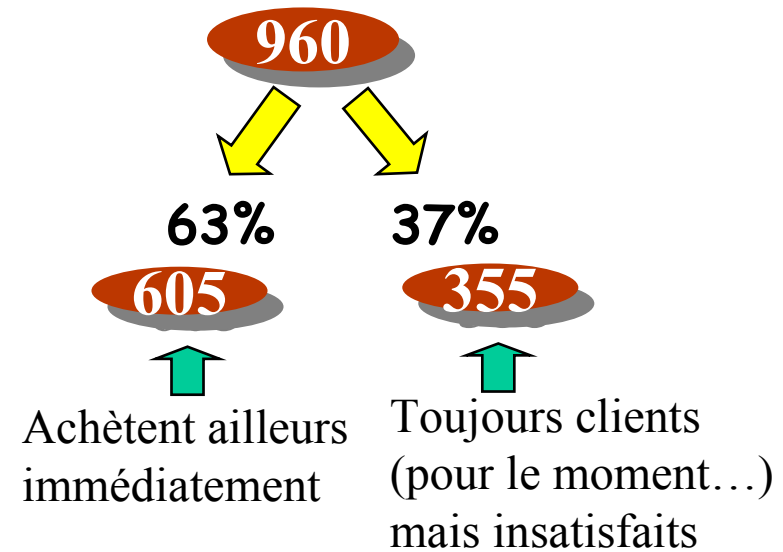
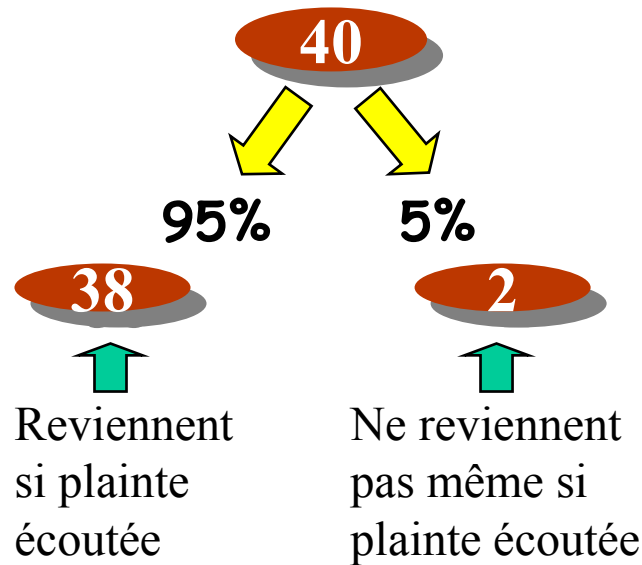
Un exemple pour mieux comprendre...

# 1000 clients insatisfaits

1 client mécontent en parle à 10 personnes autour de lui là où un très satisfait n'en parle qu'à 5

Plainte :  
4%

Mécontentement non exprimé :  
96%





## Plan de la présentation

1. La réclamation : le « bon » exemple

### 2. Quelques questions basiques sur les réclamations

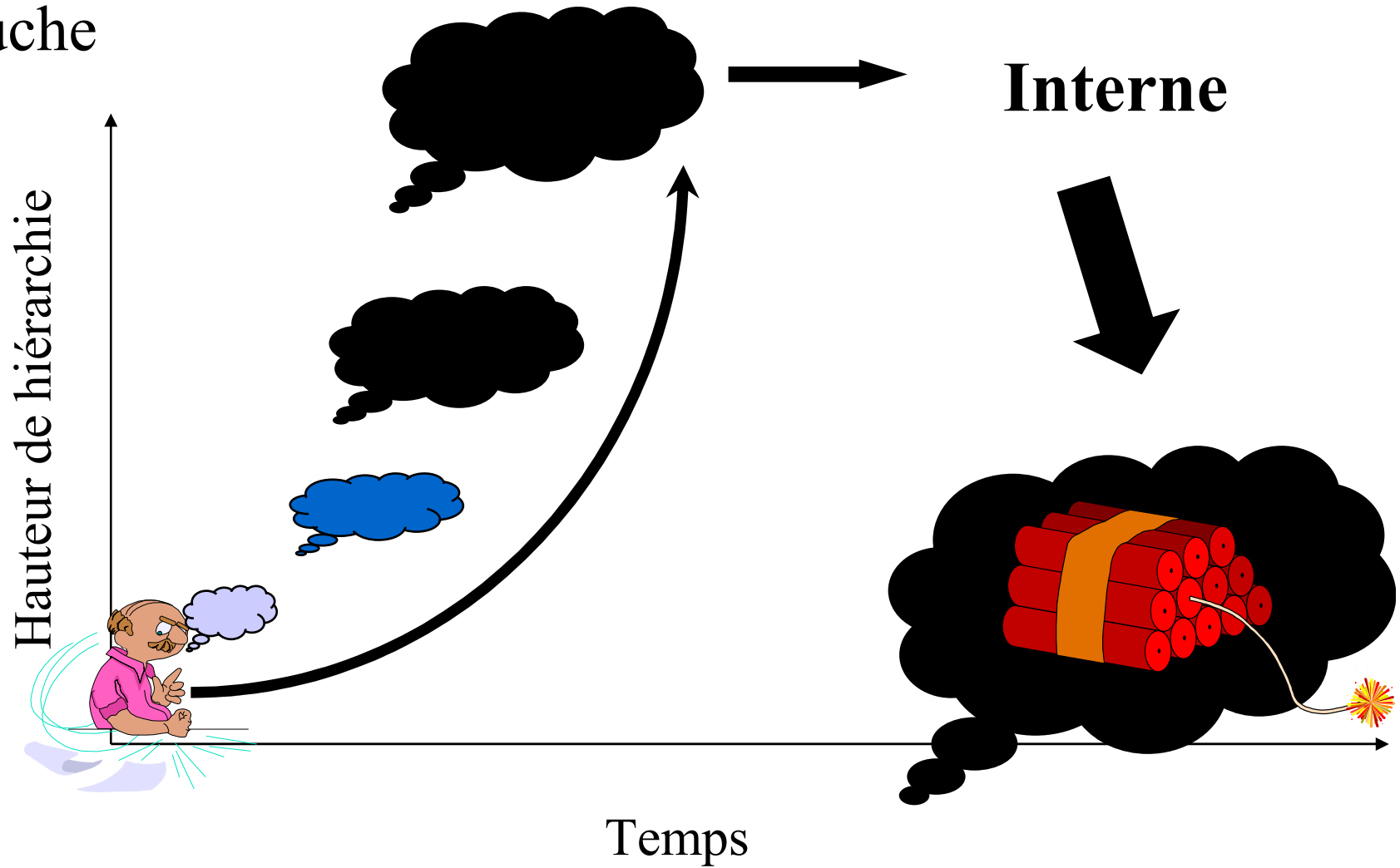
1. Qu'est-ce qu'une réclamation ?

2. La rentabilité potentielle d'une réclamation, ou « *Tout va bien : j'ai très peu de réclamations* »

3. « *Et moi, et moi, et moi ?* » : la rentabilité personnelle d'une réclamation

3. La réclamation : un cadeau ou une mine d'or ?

# La rentabilité personnelle d'une réclamation : l'effet baudruche



## Les conséquences d'une plainte non traitée

### Conséquences pour l'entreprise

- Image détériorée non seulement auprès du plaignant + sa hiérarchie + ses proches
- «Marges de sécurité» prises à l'avenir par le client
- Risque stratégique !

### Conséquences personnelles

- Amplification artificielle de la plainte (baudruche) :
  - Priorisation ==> urgence...
  - **Image personnelle...**

## Plan de la présentation

1. La réclamation : le « bon » exemple
2. Quelques questions basiques sur les réclamations
  1. Qu'est-ce qu'une réclamation ?
  2. La rentabilité potentielle d'une réclamation, ou « *Tout va bien : j'ai très peu de réclamations* »
  3. « *Et moi, et moi, et moi ?* » : la rentabilité personnelle d'une réclamation
- 3. La réclamation : un cadeau ou une mine d'or ?**

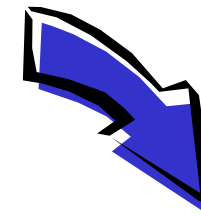
## La réclamation : un cadeau ?

**Le pire n'est pas un client insatisfait, le pire est un client perdu et/ou qui ternit notre image**



**Favoriser  
l'expression des plaintes**

- prévoir son insatisfaction (préventif)
- traiter ces plaintes (curatif)



**Optimiser  
le traitement des plaintes**

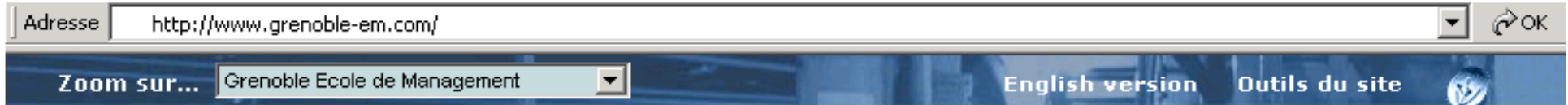
- récupérer
- transformer en ambassadeur

# La réclamation ? Un cadeau mais aussi une mine d'or !

## Collecte des réclamations

- Analyse des réclamations
  - Processus d'amélioration
    - Diminution des réclamations

- Inversion des indicateurs de performance
- Arrêt de la culture du blâme : inversion des mentalités
- Soutien inconditionnel de la Direction



Merci

daniel.ray@grenoble-em.com

