



Le référentiel AMARC



Déroulement de la présentation

- Le référentiel AMARC
 - Historique
 - Contenu
 - Un exemple d'engagement sur 18
 - Utilisations et évolutions du référentiel



Historique du référentiel

- Prise de conscience de l'importance de se **benchmarker** pour extraire les meilleures pratiques
- Continuer de **professionnaliser** le métier de la réclamation client
- **Capitaliser** les travaux des différents groupes de travail
- **Accroître** la notoriété de l'association
- L'objectif : créer une **référence...**

- Une démarche orientée métier et centrée sur le parcours client
- Une méthodologie de travail : le principe des engagements de service
- Un outil :
 - simple d'utilisation
 - issu d'une réflexion collective
 - concret



- C'est une méthode pour définir une prestation de services par
 - Un engagement de services :
 - » **Un titre évocateur** côté client
 - » Un **détail** précis évocateur en interne
 - » Un document de référence
 - » Une **méthode de contrôle**



Les acteurs

- Participation de 20 entreprises
 - de différents secteurs d'activité
 - de différentes tailles
 - avec des problématiques variées

AMARC

- 1 an après, l'AMARC possède son document de référence qui contient :
 - le référentiel
 - **défini** par un groupe de professionnel
 - **validé** par le conseil d'administration de l'AMARC
 - **les bonnes pratiques** associées
 - des annexes qui **seront enrichies** par l'ensemble des adhérents

- Chaque étape est décomposée et donne lieu à des engagements de service :
 1.
 2. Un processus de traitement des réclamations **est défini**
 3. Le client **est informé** des différents moyens mis à sa disposition pour déposer une réclamation
 4. Le dépôt d'une réclamation **est simple...**
 5.



Un exemple d'engagement sur...

Attente(s) clients	Engagement de service	Détail de l'engagement	Documents de référence Ou enregistrements	Méthode de contrôle
↳ Obtenir un traitement Rapide	Le traitement immédiat est privilégié	<input type="checkbox"/> La réclamation identifiée comme simple est traitée immédiatement. <input type="checkbox"/> L'ensemble des services apporte leur appui à l'organisation en charge du traitement des réclamations pour délivrer un service de qualité au client.	Définition des réclamations simples. Preuve de l'appui des autres services.	Vérification documentaire Entretien avec le personnel / Vérification documentaire

Attente clients	Engagement de Service	Exemples de mise en place	Difficultés rencontrées
<p>↳ Obtenir un traitement rapide</p>	<p>Le traitement immédiat est privilégié</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le délai « immédiat » est défini dans chaque entreprise. ▪ Au téléphone, le service client est apte à appuyer, conseiller le client pour résoudre son problème. ▪ Le service client établit des contacts structurés avec les services commerciaux, techniques, juridiques et qualité de l'entreprise. ▪ Sur le site Internet, un dispositif de type FAQ est proposé au client.. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir ce qu'est une réclamation simple et les réponses + compensations associées



Les points remarquables

- L'engagement de la direction
- La définition de la réclamation
- La différence entre réclamation simple et la réclamation complexe
- L'orientation des clients vers le bon service
- L'accusé de réception
- Les délais de réponse
- L'information client pendant le traitement
- L'homogénéité des réponses
- La réparation
- Le geste commercial
- Les recours



Sans oublier de rappeler les travaux des autres groupes de travail

- Définition de la réclamation
- Définition de fonction
- Programme de formation – Université
- Retour sur investissement
- Enquête de satisfaction...



Utilisation et évolution du référentiel (1/2)

1. Pour les adhérents :

- Impliquer les collaborateurs par une présentation du référentiel et de ses enjeux
- Diffuser et mettre en place le référentiel en interne
- Évaluer la qualité du SRC avant et après la mise en place du référentiel
- Valoriser la démarche auprès de la direction

2. Pour l'AMARC :

- Optimiser la qualité du document grâce aux remarques des utilisateurs
- Ajouter **régulièrement** des bonnes pratiques proposées par les adhérents
- Assurer la cohérence **avec les travaux des autres commissions**
- Mettre à jour le document annuellement avec la création d'une commission dédiée

3. Pour la profession :

- Faire valider officiellement le référentiel
- Mettre en place la démarche officielle et reconnue : la certification de service
- Contribuer à la commission Prix AMARC...



Un document à portée de clic !

- Accessible à l'ensemble des adhérents sur la partie intranet du site de notre association

IAMARC



Association pour le MANA

"Transforme. le papier en papier"

7ème convention AMARC - Jeudi 28 septembre 2006 au siège social de La Poste

| Accueil

| Présentation

| Les activités

| Pour adhérer

Espace adhérents

Annuaire

Groupes de travail

Interventions

Vie de l'association

Bibliographie

Humour

S'inscrire
à nos newsletters ![PDF] Télécharger
le bulletin d'adhésion

Nos objectifs :

>> S'enrichir

- . Approfondir, se professionnaliser, recueillir de la valeur ajoutée auprès d'experts et de praticiens,

>> Partager

- . Créer un réseau de professionnels pour échanger, se rencontrer, s'ouvrir,
- . S'étalonner et se challenger avec d'autres managers qui ont en charge la gestion des Réclamations Clients,

>> Développer

- . Organiser des recherches, études, publications,
- . Établir une veille...

>> Promouvoir

- . Faire connaître et reconnaître (image et notoriété) la fonction Management de la Réclamation Client
- . Devenir les représentants de la profession en France.

+ Actualités

- > 28/09/2006 Septième convention AMARC...
- > 27/07/2006 Second Pépite-café...
- > 18/07/2006 Troisième Université AMAR...

Actualités : 3 / 3

+ Revue de presse

- > 24/07/2006 Business urged to take CR...
- > 24/07/2006 Les « class actions » : p...
- > 18/07/2006 Avant les « class actions...

Articles : 3 / 13

+ Offres d'emplois

- > 20/07/2006 Stage Université AMARC...
- > 27/06/2006 Charge(é) relation client...

Offres : 2 / 2

Fondateurs



Partenaires 2006





2. Vérifier que vous êtes connecté

lient

transformer le popin en popite
7ème convention AMARC - Jeudi 28 septembre 2006 au siège social de La Poste

Accueil

Présentation

Les activités

Pour adhérer

Espace adhérents

Annuaire

Groupes de travail

Interventions

Vie de l'association

Bibliographie

Humour

S'inscrire
à nos newsletters !

[PDF] Télécharger
le bulletin d'adhésion

Nos objectifs :

3. « Sélectionner groupes de travail »

- Créer un réseau de professionnels pour échanger, se rencontrer, s'ouvrir,
- S'étalonner et se challenger avec d'autres managers qui ont en charge la gestion des Réclamations Clients,

>> Développer

- Organiser des recherches, études, publications,
- Établir une veille...

>> Promouvoir

- Faire connaître et reconnaître (image et notoriété) la fonction Management de la Réclamation Client
- Devenir les représentants de la profession en France.

+ Actualités

- > 28/09/2006 Septième convention AMARC...
- > 27/07/2006 Second Pépite-café...
- > 18/07/2006 Troisième Université AMAR...

Actualités : 3 / 3

+ Revue de presse

- > 24/07/2006 Business urged to take CR...
- > 24/07/2006 Les « class actions » : p...
- > 18/07/2006 Avant les « class actions...

Articles : 3 / 13

+ Offres d'emplois

- > 20/07/2006 Stage Université AMARC...
- > 27/06/2006 Charge(é) relation client...

Offres : 2 / 2

Fondateurs



Partenaires 2006



AMARC - Microsoft Internet Explorer

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Précédente Recherche Favoris

Adresse <http://www.amarc.asso.fr/membre.asp?display=groupes> OK Liens >>

Vous êtes connecté en tant que : Marie-Louis [Déconnexion]



Association pour le MAnagement de la Réclamation Client

"Transformer le pépin en pépite"

7ème convention AMARC - Jeudi 28 septembre 2006 au siège social de La Poste

Accueil | Présentation | Les activités | Pour adhérer

- Espace adhérents
- Annuaire
- Groupes de travail
- Interventions
- Vie de l'association
- Bibliographie
- Humour

Groupes de travail

Deux groupes de travail se réunissent actuellement sur les thèmes suivants :

- Commission Prix AMARC
- Élaboration d'un guide pour préparer une étude de satisfaction des clients réclamants

Différents thèmes ont déjà été approfondis par les adhérents :

- Référentiel du traitement de la réclamation AMARC
- Mode d'évaluation du retour sur investissement en B-to-B

4. Cliquer sur « Référentiel du traitement... »

- L'optimisation de la réponse au client : le ratio coût / satisfaction
- Le management du personnel des Services Réclamations Clients

Imprimer

Fondateurs: ACCOR, AIR LIQUIDE, DISNEYLAND RESORT, IGM, 3F, inergie, LeasePlan, Norauto, RENAULT, JCPA

Partenaires 2006: AGF, GROUPE LA POSTE, MSA, santé famille retraite services

AMARC - 15 avenue Victor Hugo - 92170 Vanves - Tél : +33 (0)1 41 09 05 27 - Fax : +33 (0)1 41 09 05 07 - Email : contact@amarc.asso.fr Mentions légales

Internet



Association pour le **MAN**agement de la **RÉ**clamation **CL**ient

“Transformer le pépin en pépite”

7ème convention AMARC - Jeudi 28 septembre 2006 au siège social de La Poste

Accueil

Présentation

Les activités

Pour adhérer

Espace adhérents

Annuaire

Groupes de travail

Interventions

Vie de l'association

Bibliographie

Humour

Référentiel AMARC

Téléchargez le référentiel AMARC :

[Cliquez ici](#) pour télécharger le document.

5. Cliquer sur « télécharger le document »

Imprimer

Fondateurs



Partenaires 2006



AMARC - 15 avenue Victor Hugo - 92170 Vanves - Tél : +33 (0)1 41 09 05 27 - Fax : +33 (0)1 41 09 05 07 - Email : contact@amarc.asso.fr - [Mentions légales](#)



Les engagements du référentiel AMARC

1. La Direction a défini clairement une politique de traitement des réclamations.
2. Un processus de traitement des réclamations est défini.
3. Le client est informé des différents moyens mis à sa disposition pour déposer une réclamation.
4. Le dépôt d'une réclamation est simple.
5. Le personnel au contact du client sait orienter le client ou la réclamation vers le bon interlocuteur.
6. Toutes les réclamations sont tracées.
7. Le personnel en charge du traitement des réclamations est professionnel.
8. Le traitement immédiat est privilégié.
9. Une fréquence d'information du client est définie lorsque la réponse ne peut être donnée immédiatement.
10. Le choix du canal de réponse est adapté aux préférences du client.
11. Les courriers de réponse aux clients sont personnalisés.
12. Une homogénéité de réponse est assurée.
13. Un dispositif de réparation est mis en place en fonction des manquements/dysfonctionnements avérés.
14. Un dispositif de geste commercial est mis en place et adapté en fonction des cas.
15. Un dispositif de recours est mis en place.
16. Des indicateurs de suivi des réclamations sont mis en place.
17. Une analyse des causes des réclamations est effectuée a minima 2 fois par an.
18. Une enquête de satisfaction est réalisée auprès des clients réclamants.