



amarc &

INIT études marketing
& capital clients



Enquête Gestion des réclamations

Janvier 2019

Nadine Garrabet - Directrice Générale Adjointe
Simon Allard - Directeur d'études
Sondès Sahraoui - Chargée d'études
Manon Bérard – Chargée d'études
Clémence Lienhart – Chargée de traitement statistique

SITE WEB INIT : init-marketing.fr
BLOG INIT : blog.init-marketing.fr
TEL : 01.45.15.11.11

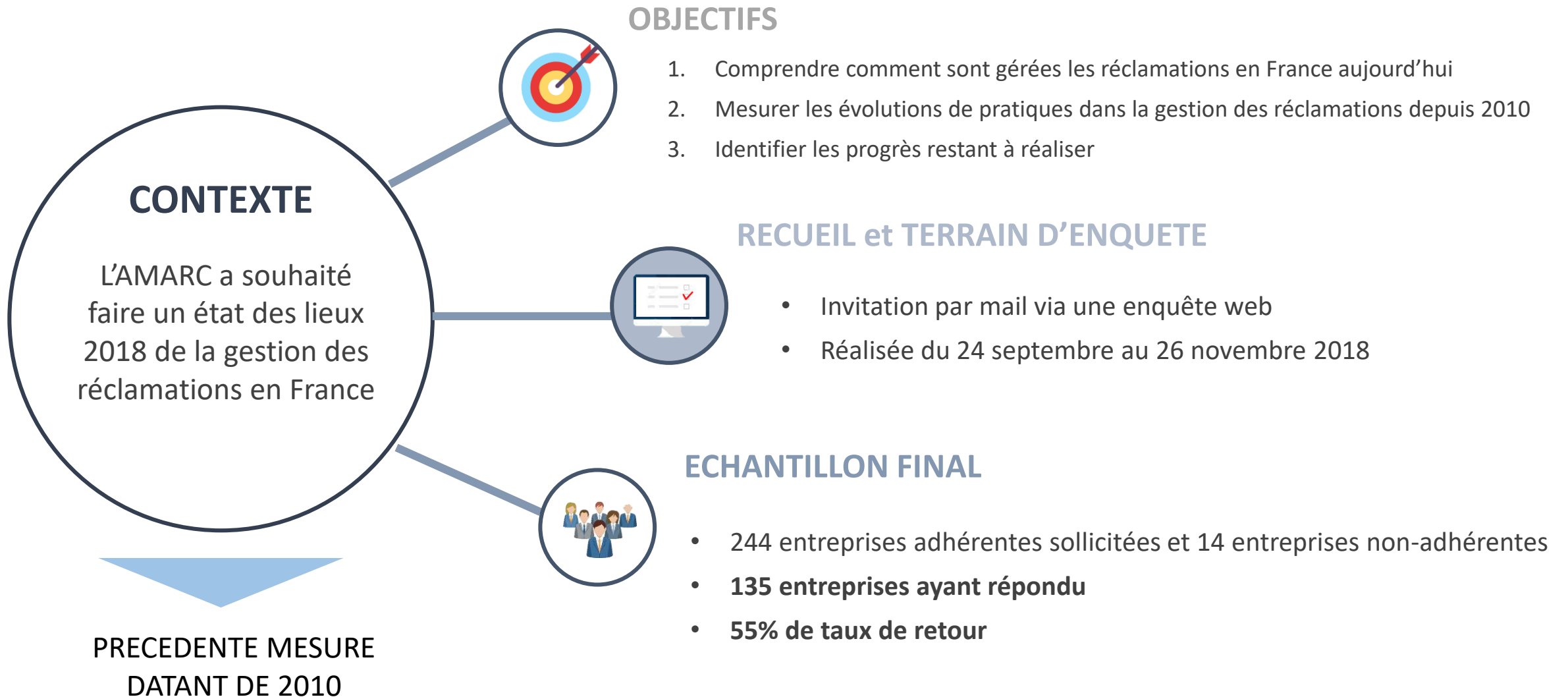
CONTACT INIT :
Nadine GARRABET
Directrice Générale Adjointe
ngarrabet@init-marketing.fr / 01.45.15.26.03



SOMMAIRE

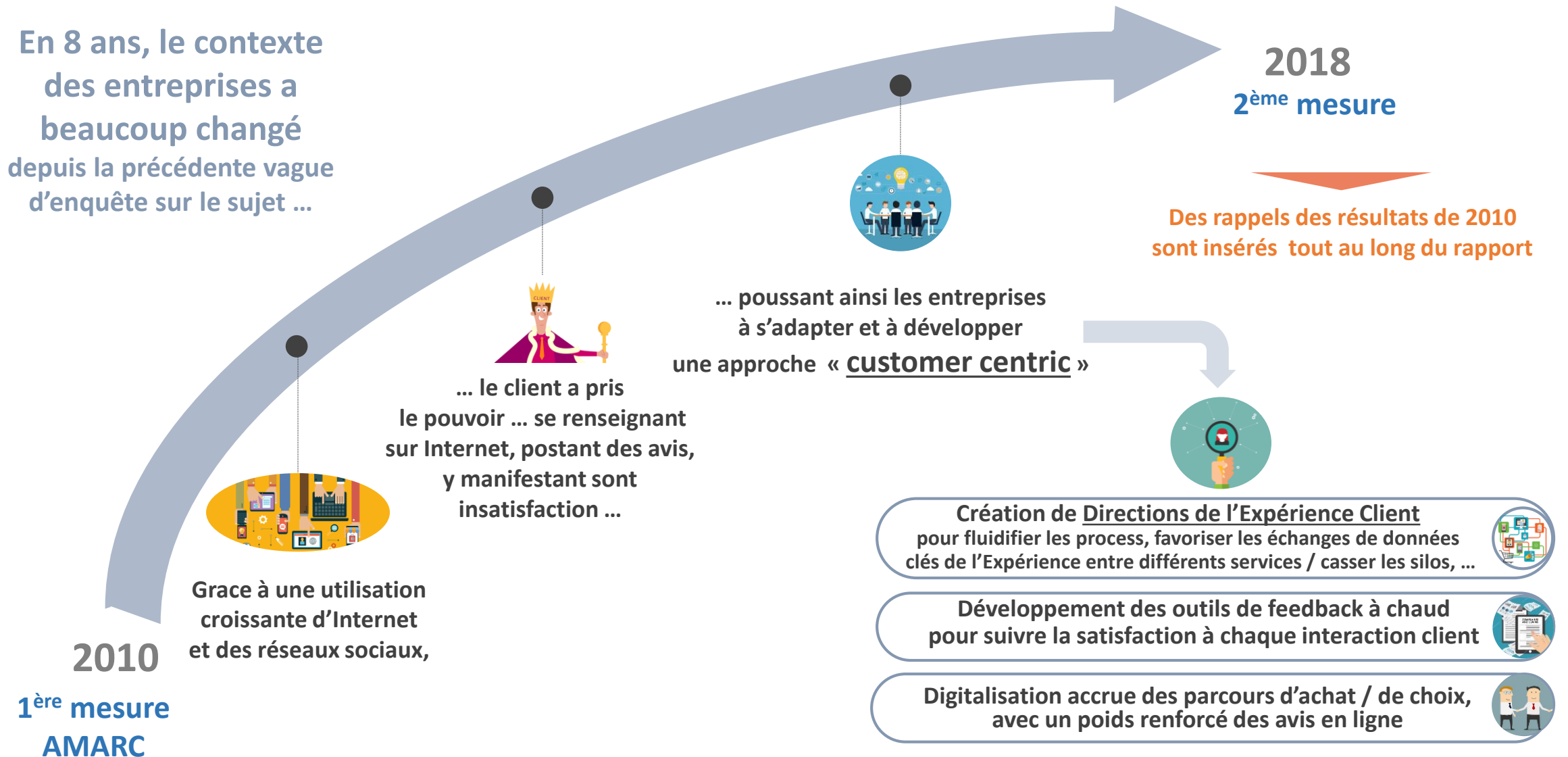
PRESENTATION	03
PRINCIPAUX RESULTATS	07
GESTION GLOBALE DES RÉCLAMATIONS	07
TRAITEMENT DES RÉCLAMATIONS	10
QUELLE SUITE UNE FOIS LA RECLAMATION CLOTUREE ?	20
RECLAMATION OU INSATISFACTION ?	23
CONCLUSIONS & PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS	25
POUR APPROFONDIR : résultats complémentaires	29
RESULTATS COMPLEMENTAIRES	30
BONNES PRATIQUES & TYPOLOGIE	46
KPI PAR SECTEUR	52
SYNTHESE EVOLUTIONS 2010-2018	56

Contexte et éléments méthodologiques



En 8 ans, un changement de paradigme entre la 1^{ère} mesure et la 2^{ème} mesure...

En 8 ans, le contexte des entreprises a beaucoup changé depuis la précédente vague d'enquête sur le sujet ...

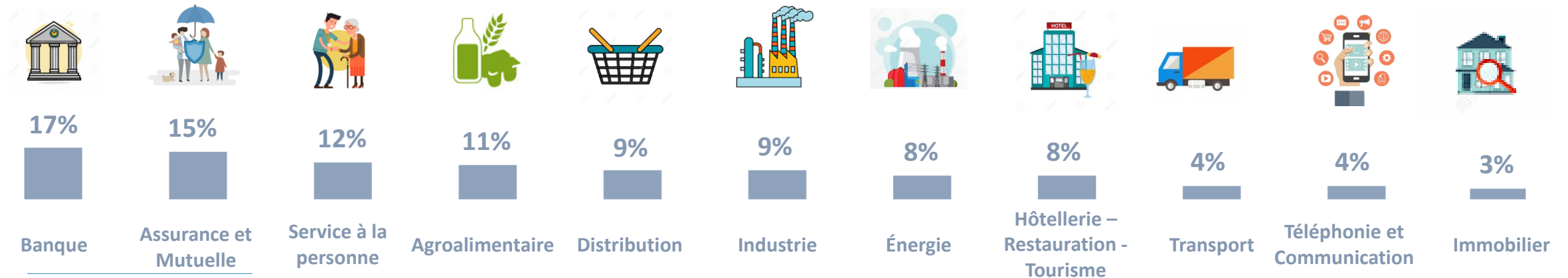


Echantillon

135 entreprises répondantes

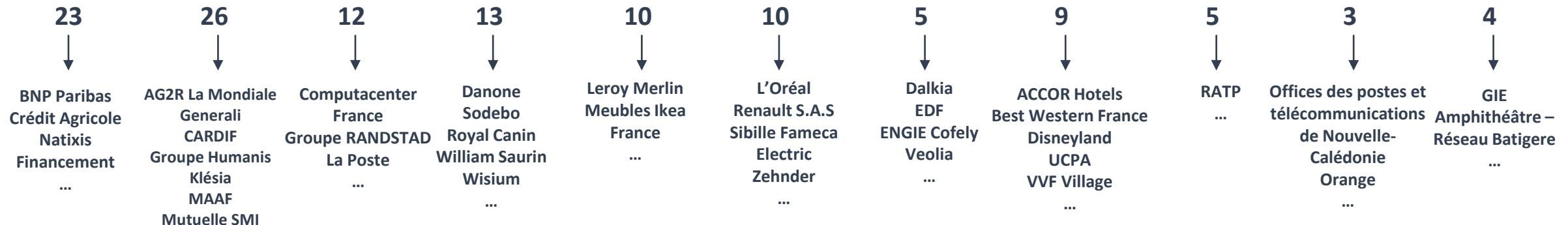
L'échantillon a été redressé pour être représentatif du portefeuille des adhérents de l'AMARC

Poids des secteurs redressés



Ramené de 40% à 32% lors du redressement

Nombre d'entreprises différentes

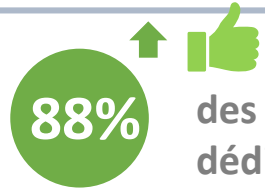




**GESTION GLOBALE
DES RÉCLAMATIONS**

**& SENSIBILISATION
INTERNE**

Gestion globale



88% des entreprises disposent d'un service dédié au traitement des réclamations

Rappel 2010 : 73% , + 15 pts

Base : 135

service Réclamations seul habilité à traiter les réclamations

40%

service Réclamations mais plusieurs autres services peuvent traiter des réclamations

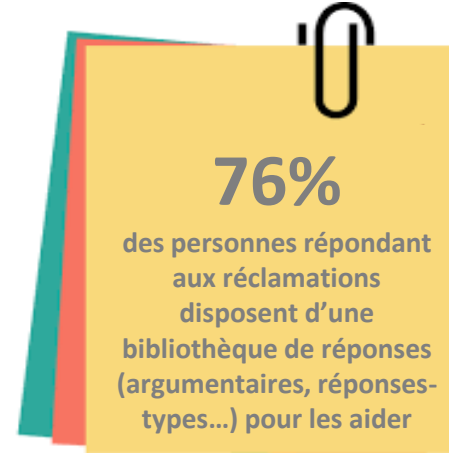
48%

85%

des entreprises interrogées disposent d'un outil de gestion des réclamations

Base : 131

EXISTENCE D'UNE BIBLIOTHEQUE DE REPONSE



35%

des entreprises sous-traitent tout ou partie du traitement des réclamations (de manière directe ou indirecte avec un service client externalisé)

Base : 135

Pour **71%**

des entreprises, l'outil de gestion des réclamations est connecté avec leur base de données clients

Base : 109

Rappel 2010 : 62% , +9 pts

Q19 Existe-t-il un service dédié au traitement des réclamations ?

Q21 Les personnes répondant aux réclamations disposent-elles d'une bibliothèque de réponses (argumentaires, réponses-types...) pour les aider ?

Q22 – Sous-traitez-vous tout ou une partie du traitement des réclamations par un service client externalisé?

Q46 – Disposez-vous d'un outil de gestion des réclamations (autre qu'un tableur Excel, Acces..) ? (réponses multiples)

Q49 – Votre outil de gestion des réclamations est-il connecté à votre base de données clients ?

Reporting et sensibilisation interne

91%

Des entreprises ont un reporting dédié aux réclamations

Base : 134



79%

Les reportings sont communiqués à la Direction Générale, CODIR ou COMEX (quand ils existent)

Base : 115



45%

Les reportings sont diffusés plus largement (quand ils existent)

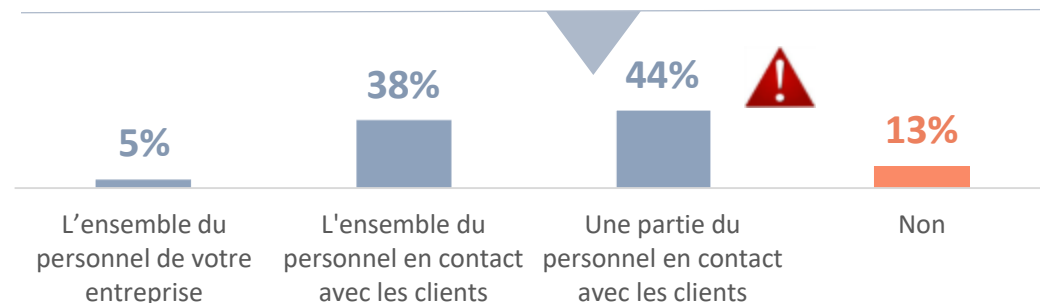
Base : 115



87%

des entreprises ont formé ou sensibilisé les collaborateurs aux réclamations

Base : 135



Q7 - Dans votre entreprise, existe-t-il un reporting dédié aux réclamations ?

Q8 - La Direction Générale \ Comex \ Codir en est-il destinataire ? (si oui en Q7)

Q9 - Ce reporting est-il diffusé largement au sein de votre entreprise ou est-il accessible à l'ensemble des collaborateurs ? (si oui en Q7)

Q20 Dans votre entreprise, les collaborateurs ont-ils reçu une formation ou tout du moins une sensibilisation aux réclamations ?



TRAITEMENT DES RÉCLAMATIONS

Canaux de réclamations utilisés par les clients

Base : 118

les canaux privilégiés par les clients pour transmettre leurs réclamations sont le téléphone et le courrier
(canaux classiques)



88%

Téléphone



88%

Courrier

Suivi du courriel, des formulaires en ligne, et des réseaux sociaux
(impact grandissant de la digitalisation sur la remontée des réclamations)



77%

Courriel



66%

Formulaire sur site web



47% ↑

Réseaux sociaux

Rappel 2010 : 35%, +12pts



41%

Visite / face à face



16%

Site web tiers



14%

Tchat

8% autres canaux

87% ↑

Base : 112

des entreprises interrogées prennent, par ailleurs, connaissance des commentaires déposés sur Internet.

Rappel 2010 : 69%, +18 pts

Q17 Quels canaux utilisent vos clients pour vous faire parvenir leurs réclamations ? Précisez la répartition (même approximative) entre les canaux suivants ?

Q26 – Votre entreprise prend t'elle connaissance des commentaires déposés sur Internet (hors vos propres comptes sur les réseaux sociaux) ?

Volume des réclamations



Les entreprises estiment que ce volume global de réclamations est..



36%

Croissant depuis quelques années

Une croissance perçue plus importante dans le Public et le Parapublic, les Transports, l'Agroalimentaire, l'Immobilier et l'Energie

52%

Stable



13%

Décroissant depuis quelques années

Secteurs Banque, Assurance, Mutuelle : 20% ⚡ Autres secteurs d'activités : 9%

Q11 Diriez-vous que le volume global de réclamations reçues est...

Traitement des réclamations

ACCUSE DE RECEPTION



57% ↑

des entreprises accusent systématiquement réception des réclamations.
Un taux qui a doublé en 8 ans.

Base : 135

Rappel 2010 : 29%



■ Jamais ■ Rarement ■ Souvent ■ Systématiquement

INFORMATION SUR L'AVANCEMENT



Seuls **65%** des entreprises interrogées informent les clients de l'avancement du traitement de leur réclamation, et elle sont seulement **22%** à le faire systématiquement.

Base : 134



■ Jamais ■ Rarement ■ Souvent ■ Systématiquement

Q24 - Accusez-vous réception des réclamations ?

Q30 - En cas de traitement non immédiat, le client est-il informé de l'avancement du traitement de sa réclamation ? Diriez-vous

Engagements de délais de réponse aux réclamations



Engagements de délai de réponse aux réclamations communiqués ...

Aux clients

57%



Secteurs Banque, Assurance,
Mutuelle : **89%**



Autres secteurs
d'activités : **42%**

En interne



82%



Q34 Avez-vous un (ou des) engagement(s) communiqué(s) à vos clients en termes de délai de réponse aux réclamations ?
Q35 Avez-vous des objectifs internes de délai de réponse autres que ceux communiqués à vos clients pour les réclamations ?

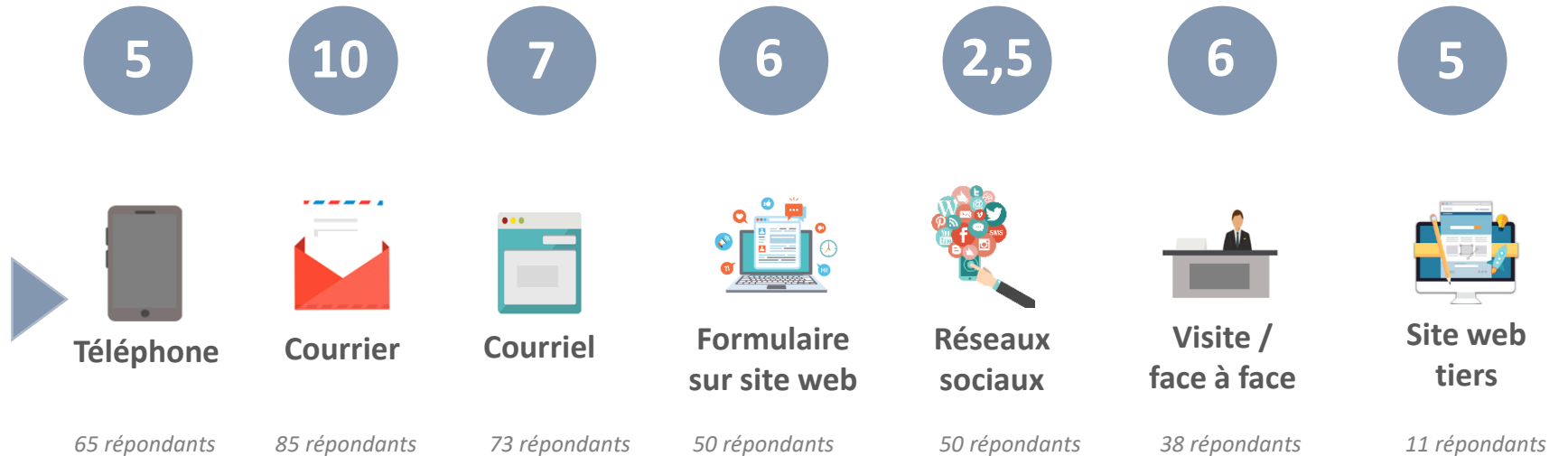
Délais moyens de réponse aux réclamations

Délai moyen de réponse selon le canal de réponse (en jours)

Du canal le plus utilisé au moins utilisé

7 jours

Délai moyen de réponse
tous canaux confondus

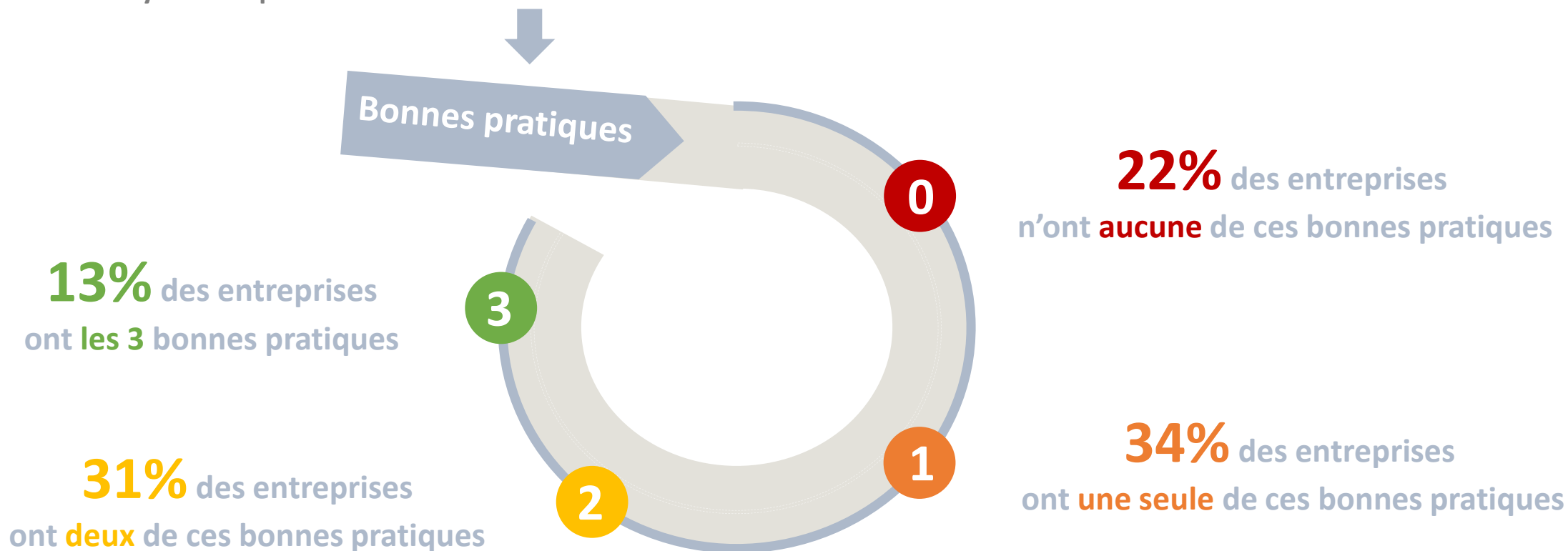


Q36 Quel est le délai moyen, de réponse d'une réclamation en 2017 ?

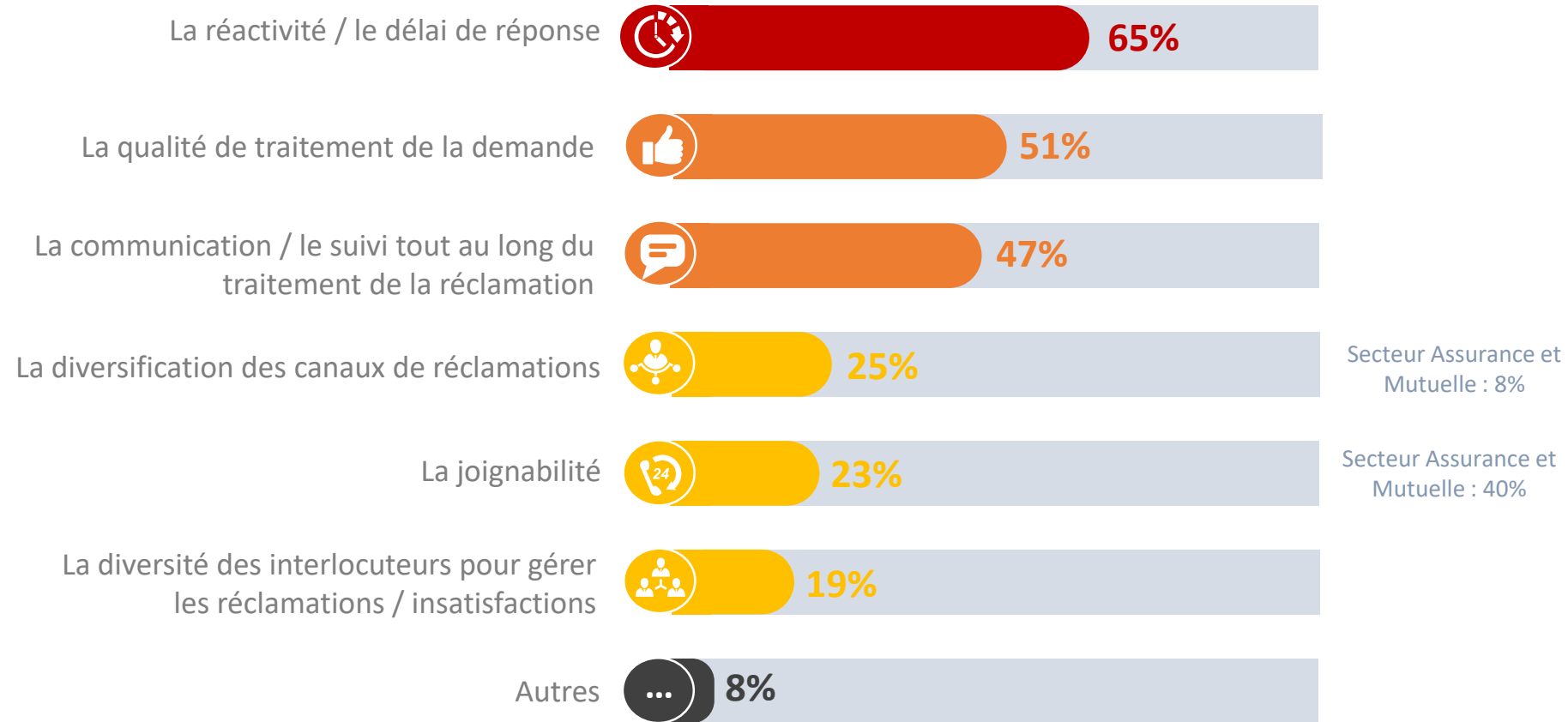
Poids des bonnes pratiques

Les 3 bonnes pratiques de la gestion des réclamations :

1. Accuser systématiquement réception des réclamations
2. Avoir des engagements auprès des clients en termes de délais de traitement de la réclamation
3. Informer systématiquement le client de l'avancement du traitement de sa réclamation



Axes d'amélioration perçus dans le traitement des réclamations



Base : 124

Q52 – Et globalement au cours des 12 derniers mois, quel est / quels sont les(s) principaux axes d'amélioration concernant le traitement des réclamations que vous avez identifié au sein de votre entreprise ?

Clôture des réclamations et médiateur

60%

des réclamations ont été clôturées dès le premier contact en 2018

(% calculé sur la base des réclamations traitées)

Base : 66



63%

de réponses favorables données aux clients

Base : 59

Secteurs Banque, Assurance, Mutuelle : 57%



Autres secteurs d'activités : 69%



78%

des entreprises disposent d'un médiateur

Base : 124

Rappel 2010 : 36%, +42 pts

Secteurs Banque, Assurance, Mutuelle : 100%



Autres secteurs d'activités : 66%

Q6 – Vos clients peuvent-ils faire appel à un médiateur ?

Q12 Combien de réclamations en 2017 ont été clôturées dès le 1er contact ?

Q13 Quelle est la proportion de réponses aux réclamations favorables à vos clients ?

Politique de dédommagement

53%

des entreprises
ont mis en place une politique de dédommagement

Base : 131

Secteurs Banque,
Assurance, Mutuelle : 41%

Autres secteurs
d'activités : 58%



Pour déterminer le dédommagement...

Base : 66

65% de ces entreprises utilisent une grille soit **34%** au global

Rappel 2010 : 36%, -2pts

Secteurs Banque,
Assurance, Mutuelle : 14%

Autres secteurs
d'activités : 43%

1 réclamation sur 3
donne lieu à un dédommagement

Base : 77



Q37 Y a-t'il au sein de votre entreprise une politique de dédommagements ?

Q38 Utilisez-vous une grille type pour déterminer le « dédommagement » ?

Q39 En 2017, quelle est la proportion de réclamations donnant lieu à un dédommagement ?



QUELLE SUITE UNE FOIS LA RECLAMATION CLOTUREE ?

Analyse des motifs et actions d'amélioration



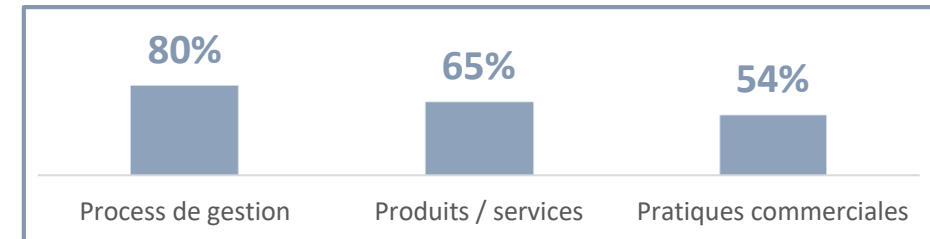
2

Transformer les réclamations en leviers d'amélioration

75% des entreprises interrogées disent pouvoir utiliser les réclamations comme leviers d'amélioration. Une tendance déjà présente en 2010 mais qui se généralise.

Rappel 2010 : < 50% +25 pts minima

Leviers d'amélioration perçus



1



Réalisation d'une analyse des motifs de réclamations

86% ↑

des entreprises interrogées réalisent une analyse des motifs de réclamation

Rappel 2010 : 62%, +26 pts



Base : 135

Q32 – Une analyse des motifs / causes des réclamations est-elle réalisée ?

Q33 – Cette analyse conduit ou peut-elle conduire à une ?

Indicateurs de performance

Mesure de la satisfaction



63%

des entreprises déclarent mesurer la satisfaction des réclamants. Des progrès restent à réaliser, bien qu'en hausse de 8 points par rapport à 2010.

Base : 44

Rappel 2010 : 55%, +8 pts



Coût moyen

21%

des entreprises interrogées calculent le coût moyen de gestion d'une réclamation

Base : 126



Taux de réachat

Seuls **11%** des entreprises interrogées calculent le taux de réachat suite à une réclamation

Base : 103

Rappel 2010 : 8%, + 3 pts



Retour sur investissement

Seuls **6%** des entreprises interrogées calculent le retour sur investissement du traitement des réclamations

Base : 114

Rappel 2010 : 4%, + 2 pts

Q50 – Disposez-vous d'enquêtes de satisfaction auprès des réclamants à l'issue du traitement de leur réclamation ?

Q42 Calculez-vous le coût moyen de gestion (traitement + dédommagement) d'une réclamation ?

Q44 Calculez-vous le retour sur investissement du traitement des réclamations dans votre entreprise ?

Q45 Calculez-vous le taux de réachat suite à une réclamation ?



RECLAMATION OU INSATISFACTION ?

Quizz : avec ce problème, est un réclamant ou un insatisfait ?



**C'EST
UN RECLAMANT**

**C'EST AUTANT
UN RECLAMANT
QU'UN INSATISFAIT**



**C'EST
UN INSATISFAIT**

Un client qu'on n'a pas su écouter à plusieurs reprises

22%

Banques
Assurances Mutuelles

40%

10%

68%

Banques
Assurances Mutuelles

45%

Un client qui demande une compensation financière

76%

54%

12%

12%

27%

Un client critiquant l'offre

22%

21%

11%

67%

68%

Un client ayant subi des erreurs de gestion

65%

75%

12%

23%

11%

Un client critiquant la relation client

34%

51%

14%

52%

35%

Un client critiquant la tenue des engagements

63%

78%

12%

25%

15%

Un client très attaché à l'entreprise qui est mécontent

25%

35%

12%

63%

52%

34% des entreprises font une distinction claire entre une réclamation et une insatisfaction



CONCLUSIONS

Des réels progrès en 8 ans

UNE « PROFESSIONNALISATION » DU TRAITEMENT DES RECLAMATIONS

- Une définition des réclamations qui est de plus en plus formalisée en interne (70% des entreprises en 2018 disposent d'une définition de ce qu'est une réclamation vs 57% en 2010), même si la distinction entre réclamation et insatisfaction reste peu évidente (seulement 1/3 des entreprises la trouvent claire)
- Des services dédiés au traitement des réclamations présents dans 88% des entreprises en 2018 (comparé à 73% en 2010)
- Des outils de gestion des réclamations davantage connectés ux bases de données clients (71% vs 62% en 2010)
- La présence de médiateurs qui est désormais la norme (78% vs 36% en 2010)

UNE DIGITALISATION DANS L'AIR DU TEMPS ET UNE PLUS GRANDE ATTENTION PORTEE AUX COMMENTAIRES SUR INTERNET

- Un fort poids des canaux digitaux pour remonter les réclamations en parallèle du téléphone et du courrier : mail, réseaux sociaux, formulaires sur site web
- Une vigilance plus grande apportée par les entreprises aux commentaires sur internet (87% des entreprises en prennent connaissance en 2018 contre 69% en 2010), dans un contexte de croissance des réseaux sociaux comme canal de remontée (47% de citation en 2018 contre 36% en 2010)

DE MEILLEURES PRATIQUES DANS LE TRAITEMENT DES RECLAMATIONS

- Un accusé de réception adressé systématiquement par 57% des entreprises (soit un taux qui a presque doublé par rapport à 2010 : 29%)
- 83% des entreprises se fixent des engagements internes en terme de délais de réponse aux réclamations

DES RECLAMATIONS MIEUX PERCUES COMME UN POTENTIEL LEVIER D'AMELIORATION DE L'EXPERIENCE CLIENT

- Une généralisation de l'analyse des motifs (86% des entreprises les analysent en 2018 contre 62% en 2010)
- Une prise de conscience de la possibilité d'exploiter ces réclamations comme levier d'amélioration des process de gestion, produits / services ou pratiques commerciales (75% vs 39% en 2010)

Des progrès restent à mettre en œuvre

UNE COMMUNICATION A AMELIORER LORS DU TRAITEMENT DE LA RECLAMATION

- 57% des entreprises accusent systématiquement réception d'une réclamation (29% en 2010)
- 57% des entreprises communiquent des engagements en termes de délais de réponse aux clients
- Près d'1/3 informe rarement ou jamais de l'avancée du traitement

UNE POLITIQUE DE DEDOMMAGEMENT QUI N'EST PAS GENERALISEE

- Environ la moitié des entreprises ont une politique de dédommagement
- 1/3 des réclamations donne lieu à un dédommagement

UNE CULTURE CLIENT QUI RESTE A DEVELOPPER EN INTERNE

- 44% des entreprises sensibilise aux réclamations l'ensemble des collaborateurs en contact avec les clients
- 41% des entreprises diffusent un reporting dédié à la réclamation de façon large

DES AXES D'AMELIORATION CLAIREMENT IDENTIFIES PAR LES ENTREPRISES

- TOP 3 des axes d'amélioration cités par les entreprises
 - 65% : la réactivité, les délais de réponse
 - 51% : la qualité du traitement des demandes
 - 47% : le suivi tout au long du traitement

Des progrès restent à mettre en œuvre

UNE MESURE DES IMPACTS DES RECLAMATIONS QUI RESTE PEU GENERALISEE SAUF SUR LA SATISFACTION DES RECLAMANTS

- Près de 63% des entreprises mesurent la satisfaction liée au traitement des réclamations (55% en 2010 à 63% en 2018); dont 60% d'entre elle la mesurent par des études dédiées aux réclamations – soit 38% des entreprises au global)
- Des coûts de gestion d'une réclamation peu calculés : 21% en 2018 (18% en 2010) (40% dans l'Industrie, la Téléphonie et le Transport)
- Une fidélité Post-Réclamation peu mesurée : 11% en 2018 (8% en 2010) - dont 30% dans l'agroalimentaire et 38% sur l'Hôtellerie – Restauration – Tourisme
- Un calcul du ROI quasi inexistant : 6% en 2018 (4% en 2010)



POUR APPROFONDIR :
résultats
complémentaires

Définition formalisée d'une réclamation



70%

des entreprises interrogées disposent d'une définition formalisée de ce qu'est une réclamation.

Base : 134

Rappel 2010 : 57%, +13 pts

Secteurs Banque, Assurance, Mutuelle : 98% ⚡ Autres secteurs d'activités : 56%



Une définition diffusée au sein de l'entreprise ou facilement trouvable pour **78%** d'entre elles.

Base : 95

Une réclamation client est l'expression ou la manifestation d'une insatisfaction, d'un mécontentement, d'une déception qu'un client attribue à une entreprise et dont il demande le traitement et la non récurrence
Définition de l'AMARC

Base : 83



12 répondants (14%) utilisent la définition de l'AMARC

12 répondants issus du secteur de la Banque et l'Assurance utilisent celles de l'ACPR (Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution)

Q1 - Tout d'abord, existe-t-il, dans votre entreprise, une définition formalisée de ce qu'est une réclamation ?

Q2 - Cette définition est-elle diffusée au sein de l'entreprise ou facilement trouvable ?

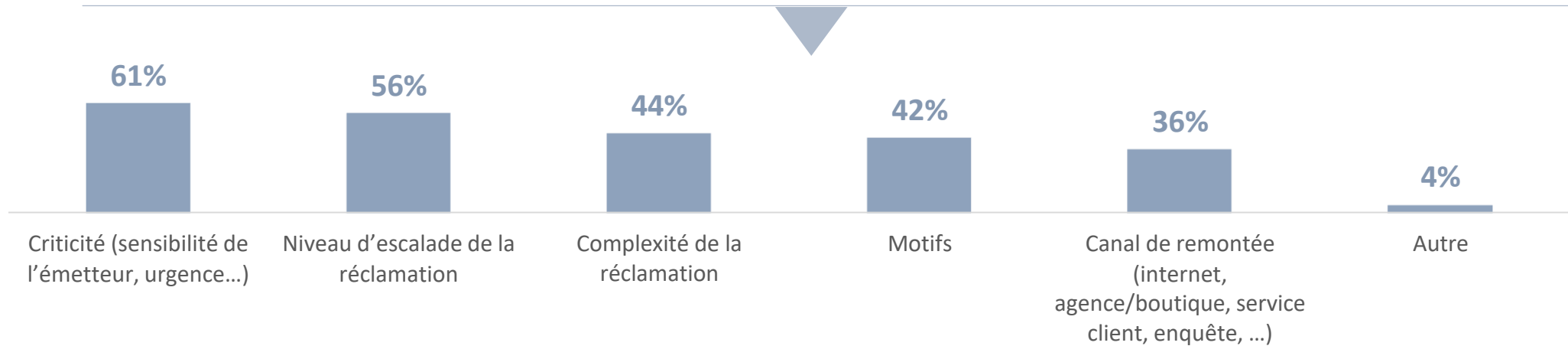
Q3 - Quelle est cette définition ?

Gestion Globale : service dédié et gestion à plusieurs niveaux



Pour **90%** des entreprises, la gestion des réclamations intègre une gestion à plusieurs niveaux

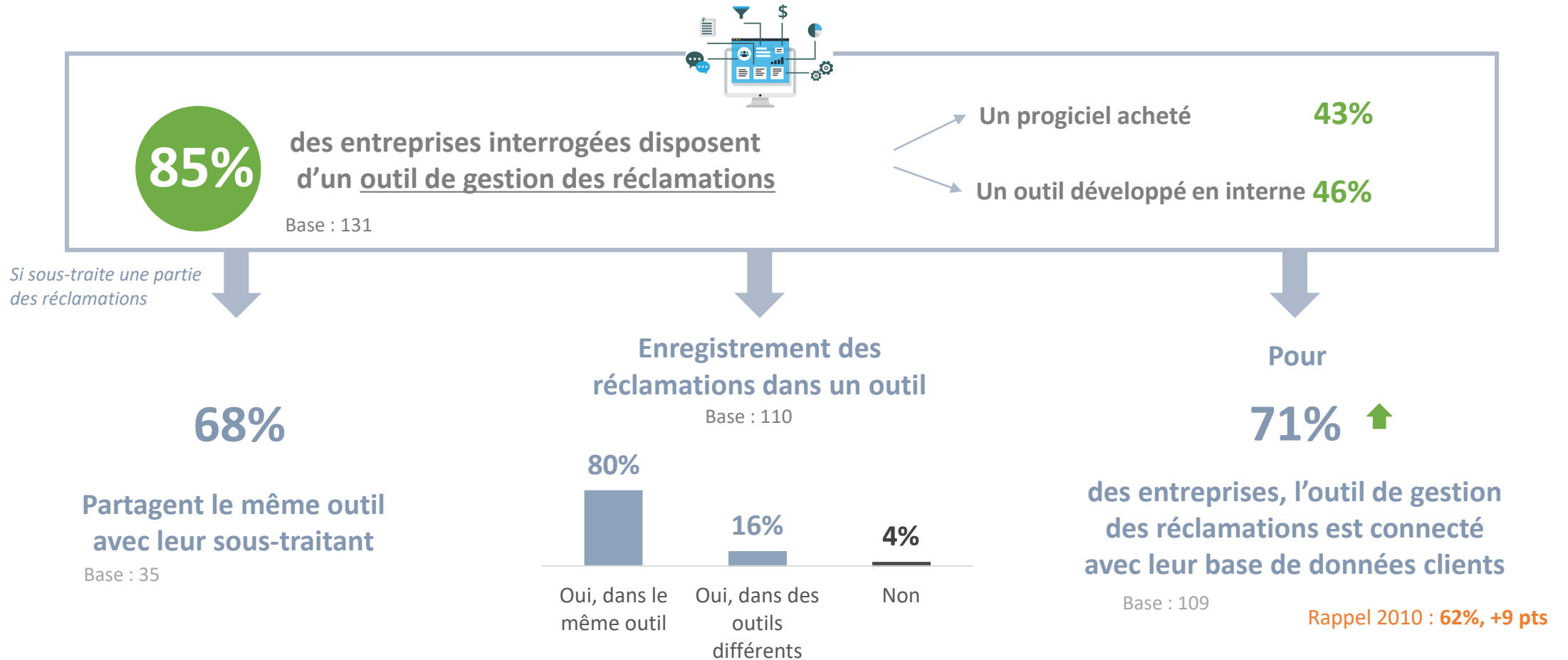
Base : 134



Q4 - Dans votre entreprise, la gestion des réclamations intègre-t-elle une gestion à plusieurs niveaux (selon complexité, canal d'expression de la réclamation, escalade, répétition des réclamations, ...) ?

Q5 - Comment sont définis ces niveaux ?

Outils de gestion des réclamations



Q46 – Disposez-vous d'un outil de gestion des réclamations (autre qu'un tableau Excel, Acces..) ? (réponses multiples)

Q47 – Toutes les réclamations sont-elles enregistrées dans un même outil ?

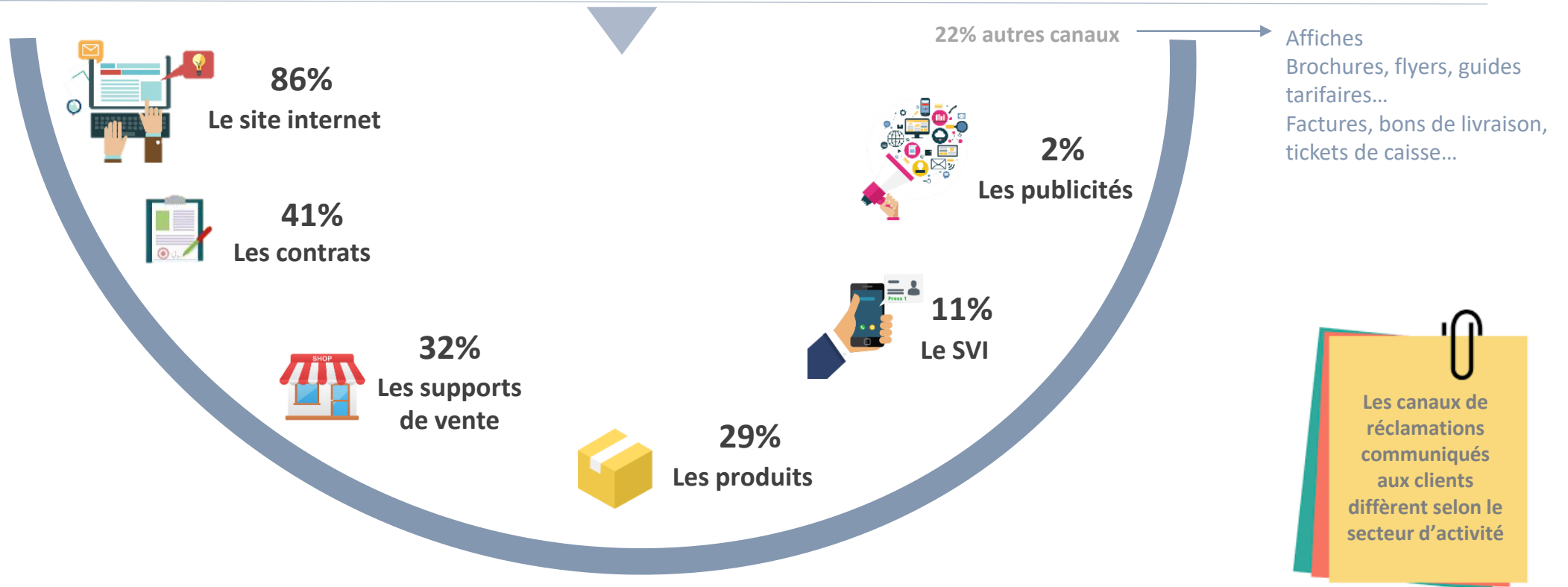
Q48 – Partagez-vous le même outil avec votre sous-traitant ?

Q49 – Votre outil de gestion des réclamations est-il connecté à votre base de données clients ?

Canaux de réclamations communiqués aux clients

90% 

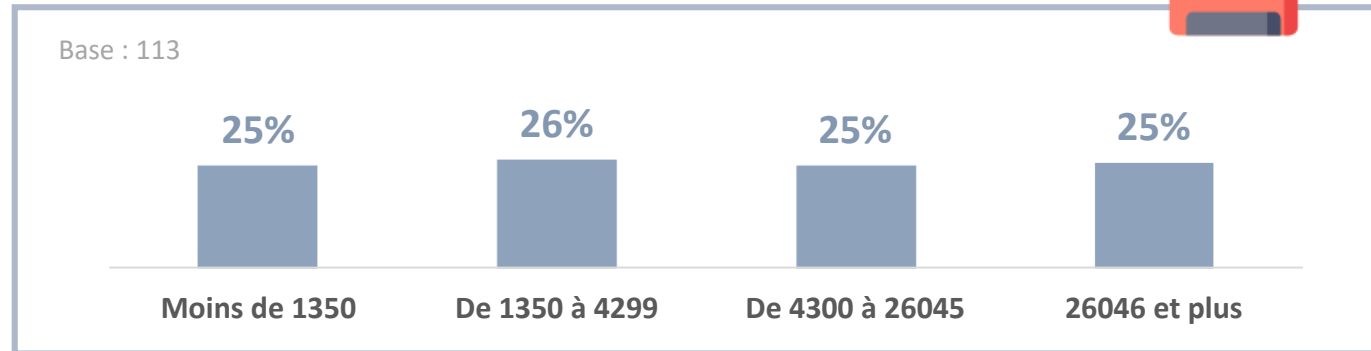
des entreprises communiquent explicitement aux clients sur la manière dont ils peuvent faire une réclamation, via ... Base : 66



Q16 Communiquez-vous explicitement à vos clients sur la manière dont ils peuvent faire une réclamation ?

Volume des réclamations

Nombre de réclamations reçues et traitées en 2017



Les entreprises estiment que ce volume global de réclamations est..

Base : 132



36%

Croissant depuis quelques années

Une croissance perçue plus importante dans le Public et le Parapublic, les Transports, l'Agroalimentaire, l'Immobilier et l'Energie


52%

Stable



13%

Décroissant depuis quelques années

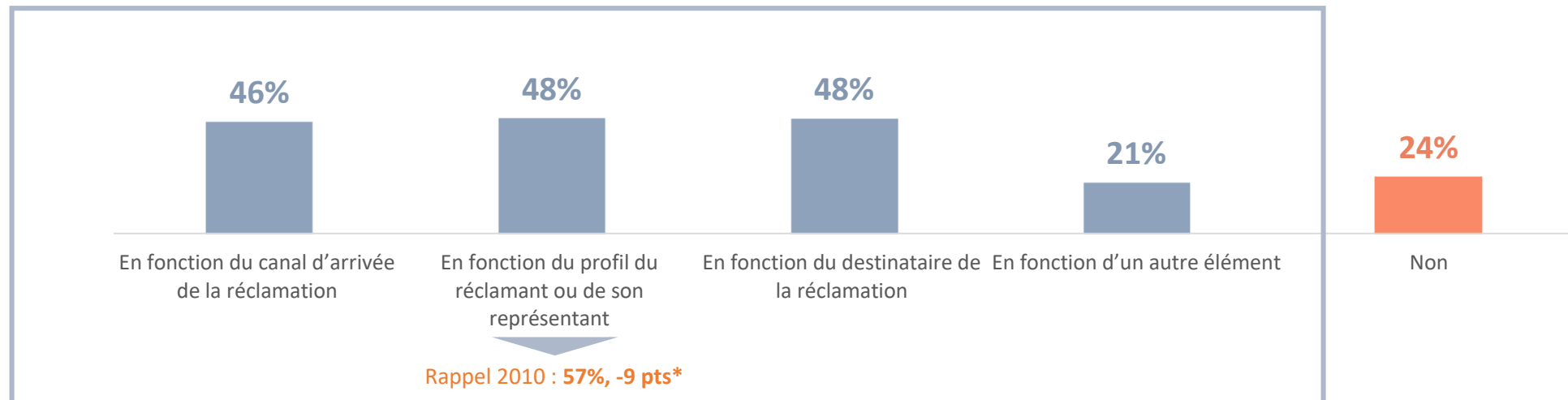
Secteurs Banque, Assurance, Mutuelle : 20%  Autres secteurs d'activités : 9%

Q10 Combien de réclamations adressées à votre entreprise ont été traitées en 2017 (incluant celles traitées par un service client externalisé ou par d'autres formes de sous-traitances) ?

Q11 Diriez-vous que le volume global de réclamations reçues est...

Traitement différencié

76% des entreprises interrogées ont un traitement différencié des réclamations Base : 131

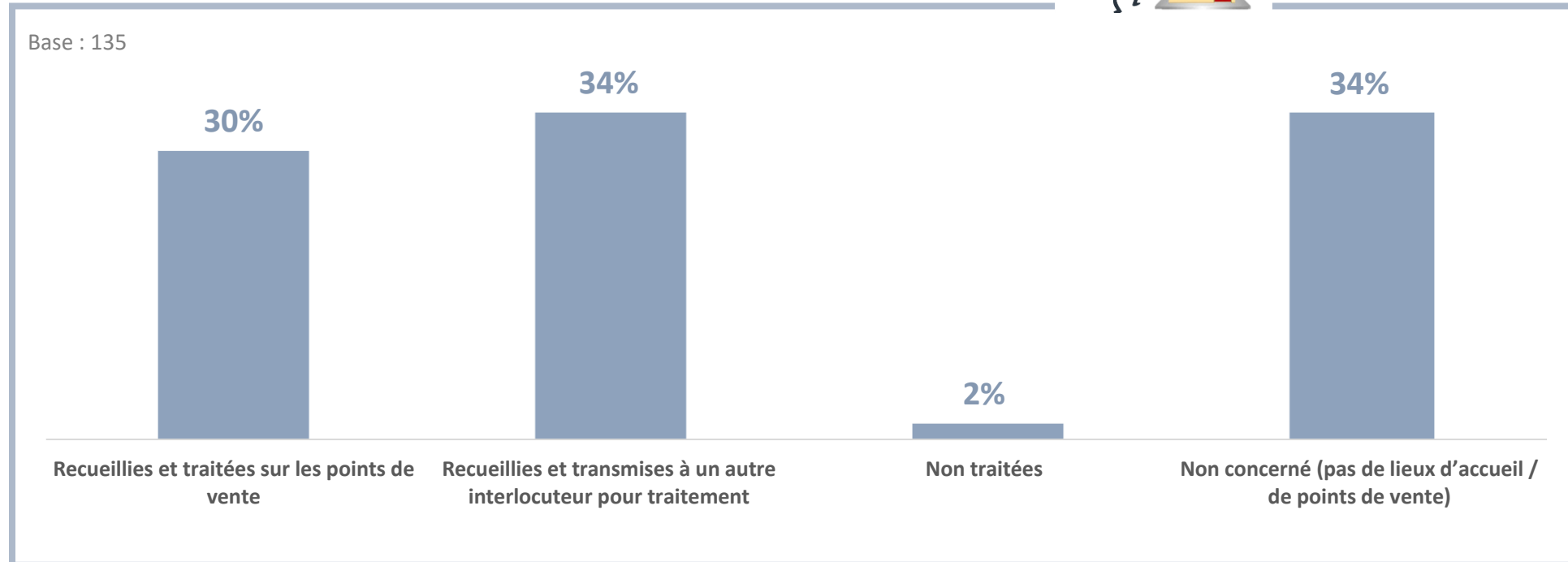


Q18 Le traitement de vos réclamations est-il différencié ?

*question posée uniquement en fonction du profil du réclamant en 2010

Traitement des réclamations 1/2

Les réclamations exprimées en point de vente sont

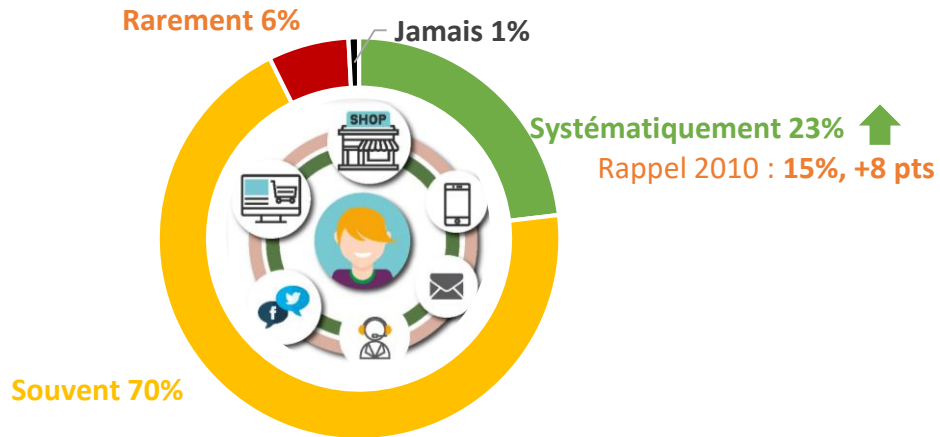


Q25 - Les réclamations exprimées dans les lieux d'accueil ou les points de vente sont-elles ...

Traitement des réclamations 2/2

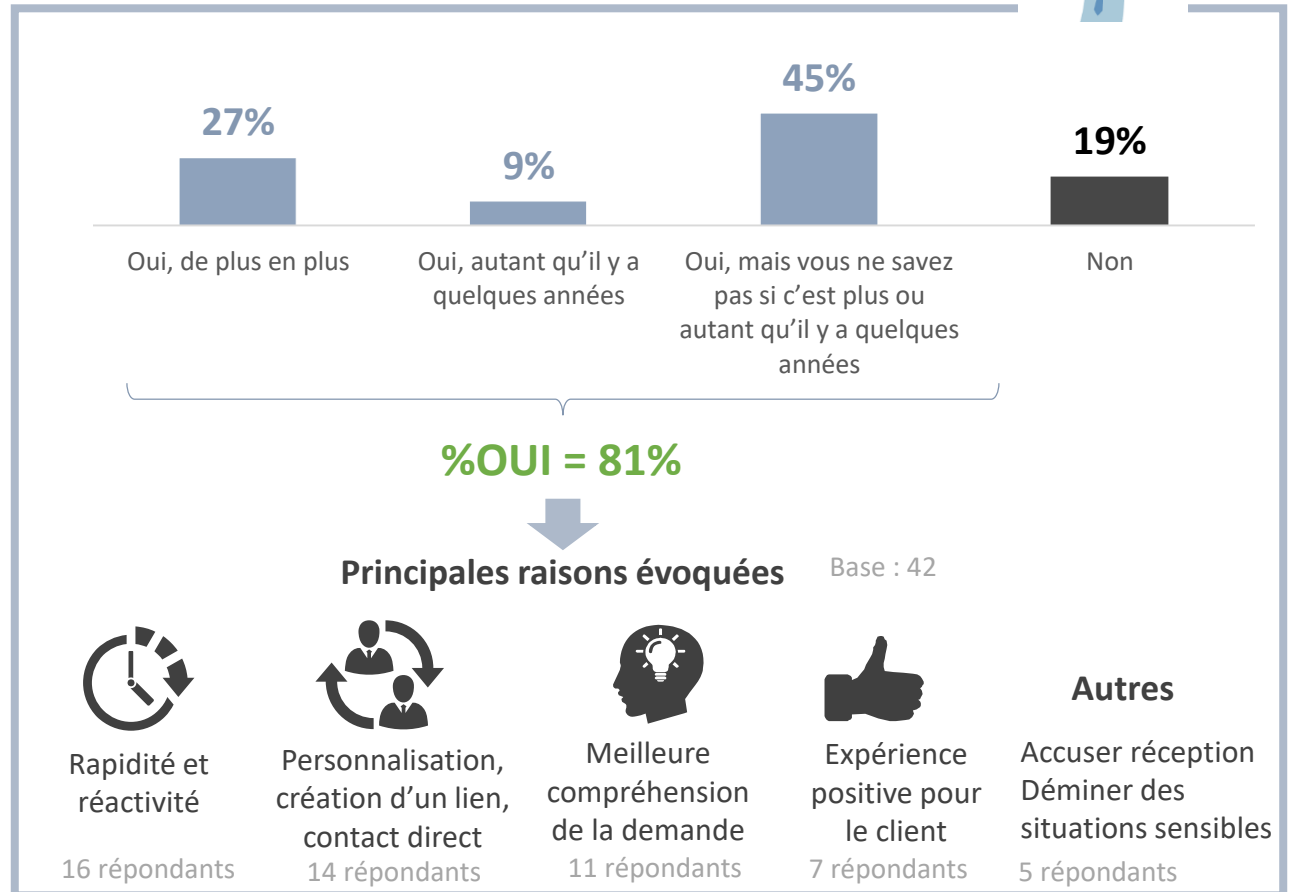
Entreprises privilégiant le même canal que ses clients pour répondre à leurs réclamations

Base : 135



Utilisation du canal téléphonique pour répondre à une réclamation écrite

Base : 134



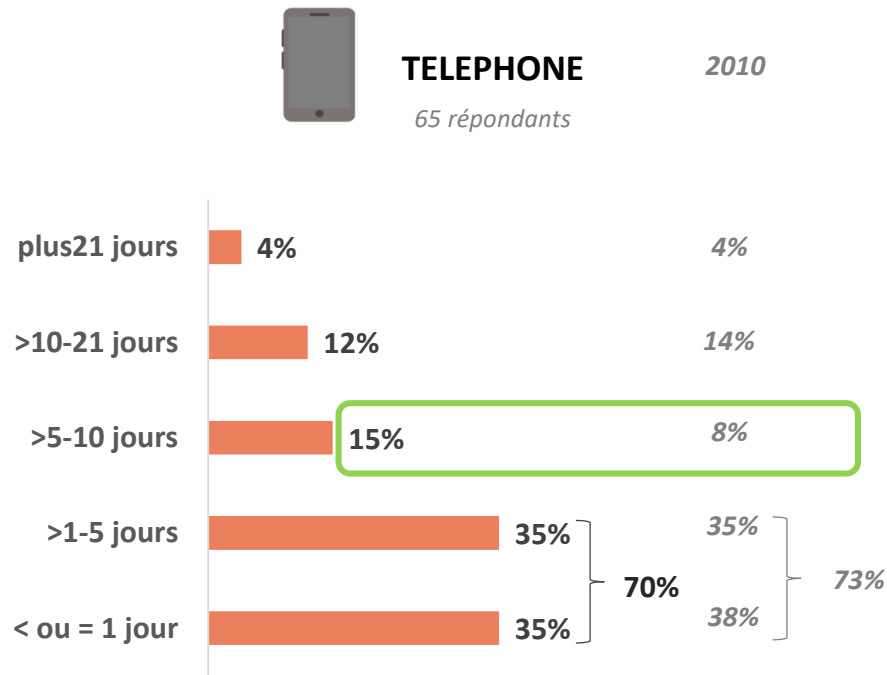
Q27 - Pour répondre aux réclamations, privilégiez-vous le même canal que celui utilisé par vos clients ? Diriez-vous ...

Q28 - Vous arrive-t-il d'utiliser le canal téléphonique pour répondre à une réclamation écrite, qu'elle soit par mail ou courrier ?

Q29 - Pour quelles raisons ?

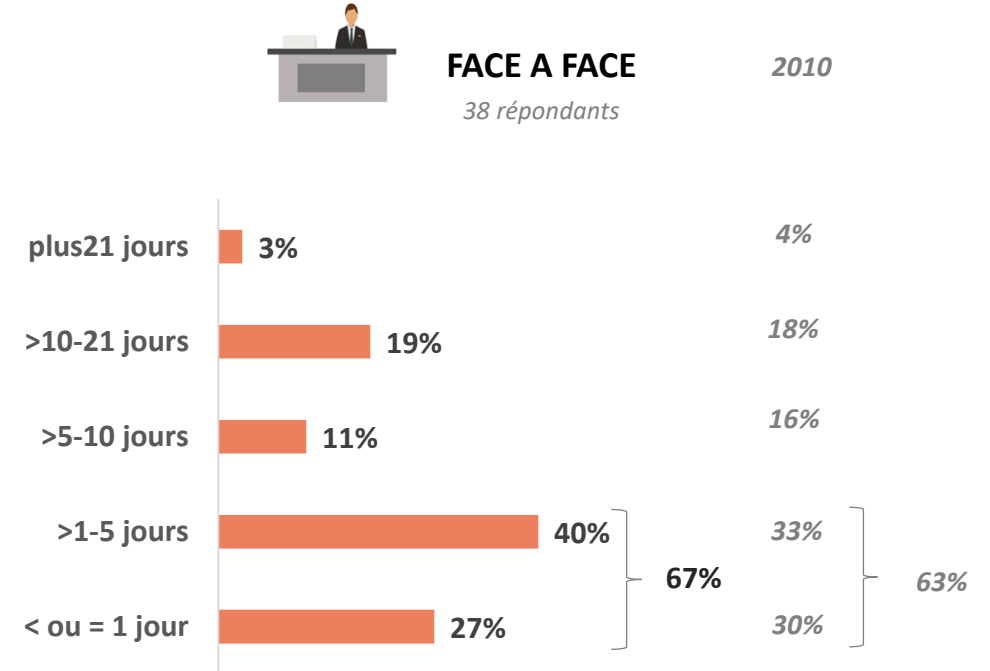
Délai moyen de traitement d'une réclamation (1/3)

Délai moyen de traitement d'une réclamation par canal



Délai moyen par téléphone (en jours)

5



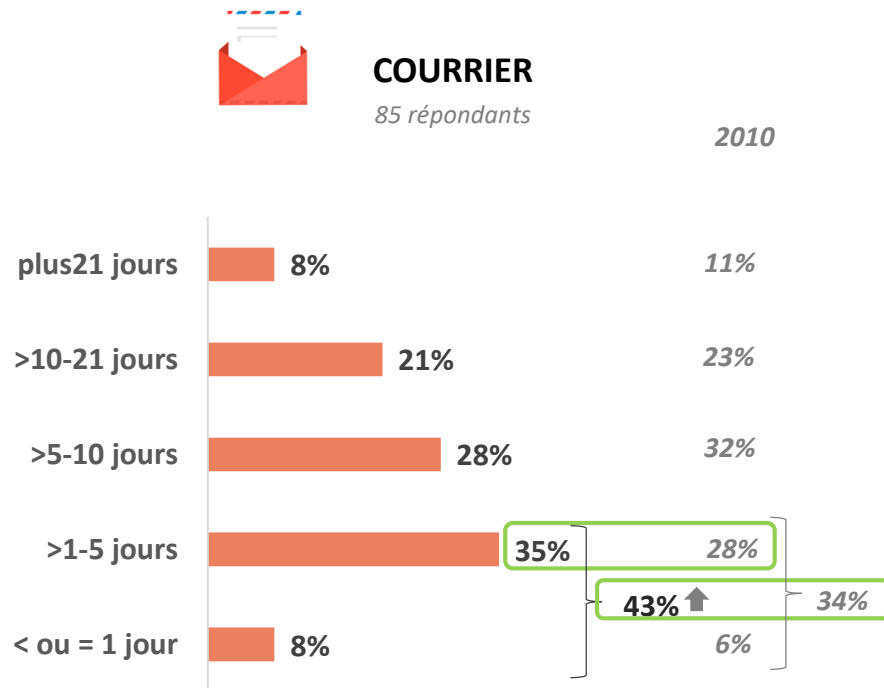
Délai moyen en face à face (en jours)

6

Q36 Quel est le délai moyen, de réponse d'une réclamation en 2017 ?

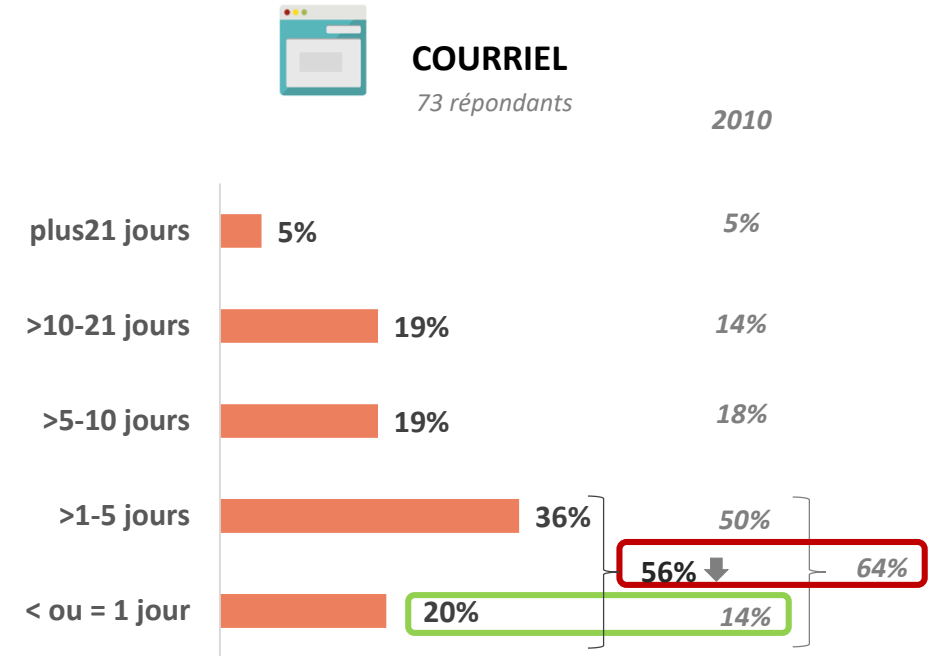
Délai moyen de traitement d'une réclamation (2/3)

Délai moyen de traitement d'une réclamation par canal



Délai moyen par courrier (en jours)

10



Délai moyen par courriel (en jours)

7

Q36 Quel est le délai moyen, de réponse d'une réclamation en 2017 ?

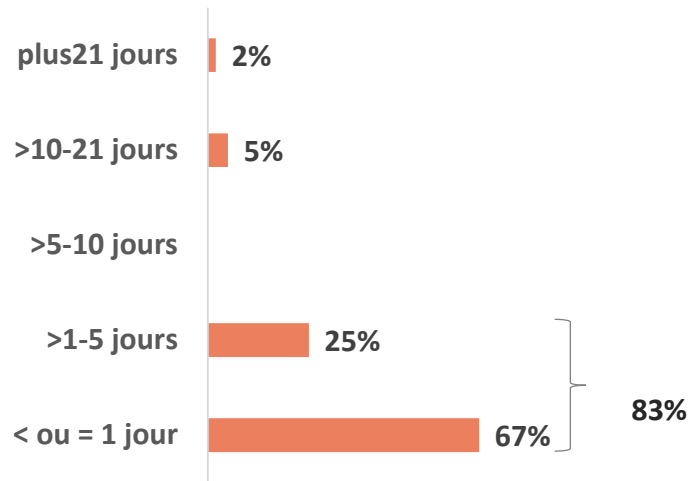
Délai moyen de traitement d'une réclamation (3/3)

Délai moyen de traitement d'une réclamation par canal



RESEAUX SOCIAUX

50 répondants



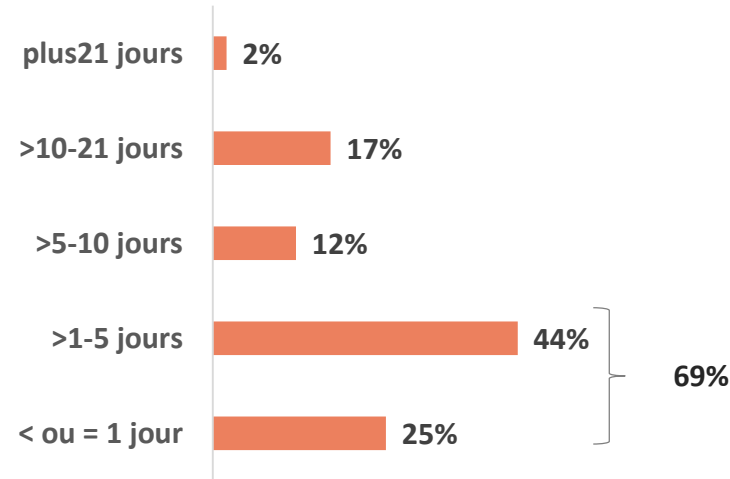
Délai moyen sur les réseaux sociaux (en jours)

2,5



FORMULAIRE SUR LE SITE WEB

50 répondants



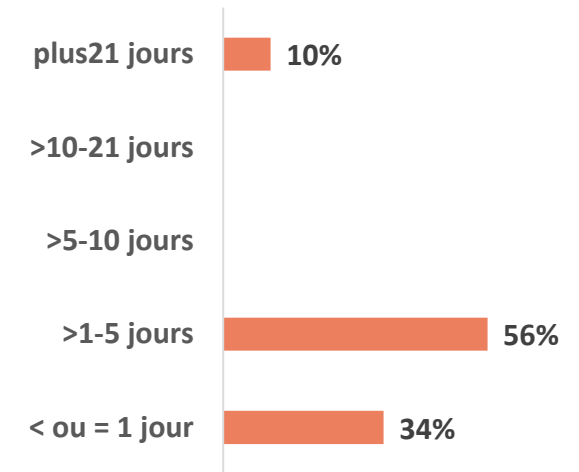
Délai moyen par formulaire en ligne (en jours)

6



AUTRES SITES

11 répondants (base faible)



Délai moyen par autres sites (en jours)

5

Q36 Quel est le délai moyen, de réponse d'une réclamation en 2017 ?

Clôture des réclamations et médiateur

60%

des réclamations ont été clôturées dès le premier contact en 2017

(% calculé sur la base des réclamations traitées)

Base : 66



63%

de réponses favorables données aux clients

Base : 59

Secteurs Banque, Assurance, Mutuelle : 65%



Autres secteurs d'activités : 57%

Secteurs Banque, Assurance, Mutuelle : 57%



Autres secteurs d'activités : 69%



78%



des entreprises disposent d'un médiateur

Base : 124

Rappel 2010 : 36%, +42 pts

Sectoriel 50%

Non-sectoriel et externe 13%

Interne à l'entreprise 21%

En moyenne 365 saisines du médiateur par entreprise en 2017

Base : 90

En moyenne 84 avis ont été rendus par ces médiateurs

Base : 73

Q6 – Vos clients peuvent-ils faire appel à un médiateur ?

Q12 Combien de réclamations en 2017 ont été clôturées dès le 1er contact ?

Q13 Quelle est la proportion de réponses aux réclamations favorables à vos clients ?

Q14 Combien y-a-t-il eu de saisines du médiateur en 2017 (éligibles ou non) ?

Q15 Combien d'avis ont été rendus par votre médiateur en 2017 ?

Fréquence et type de dédommagement

Pour **32%** des entreprises interrogées, 50% et plus des réclamations ont donné lieu à un dédommagement

Base : 77

Rappel 2010 : 28%, + 4 pts

Secteurs Banque, Assurance, Mutuelle : 16%



Autres secteurs d'activités : 39%



Types de dédommagements accordés

Base : 107



68%

Remboursement (total ou partiel)



38%

Avoir



32%

Bon d'achat



20%

Echange de produit



7%

Cadeau chèque



7%

Prolongation de contrat

Autres 19%

Cadeaux (invitations, coupons repas / boutiques)
Geste commercial

Le coût des dédommagements et / ou gestes accordés sont supportés par ...

Base : 104

39%

Le décideur

39%

Service qui a « provoqué » la réclamation

31%

Autre

Q39 En 2017, quelle est la proportion de réclamations donnant lieu à un dédommagement ?

Q40 Quels différents types de dédommagements avez-vous accordés en 2017 ?

Q41 Quel service supporte le coût des dédommagements et/ou gestes accordés ?

Analyse des motifs et actions d'amélioration



1

Enregistrement des motifs de réclamation dans un outil

97% des entreprises interrogées enregistrent les motifs et causes de réclamation dans un outil

Base : 134



2

Réalisation d'une analyse des motifs de réclamations

86% ↑ des entreprises interrogées réalisent une analyse des motifs de réclamation

Base : 135

Rappel 2010 : **62%**, **+26 pts**



3

Transformer les réclamations en leviers d'amélioration

75% des entreprises interrogées disent pouvoir utiliser les réclamations comme leviers d'amélioration. Une tendance déjà présente en 2010 mais qui se généralise.

Rappel 2010 : **< 50%** **+25 pts minima**



Q31 – Les motifs / causes des réclamations sont-ils enregistrés dans un outil ?

Q32 – Une analyse des motifs / causes des réclamations est-elle réalisée ?

Q33 – Cette analyse conduit ou peut-elle conduire à une ?

Satisfaction des réclamants

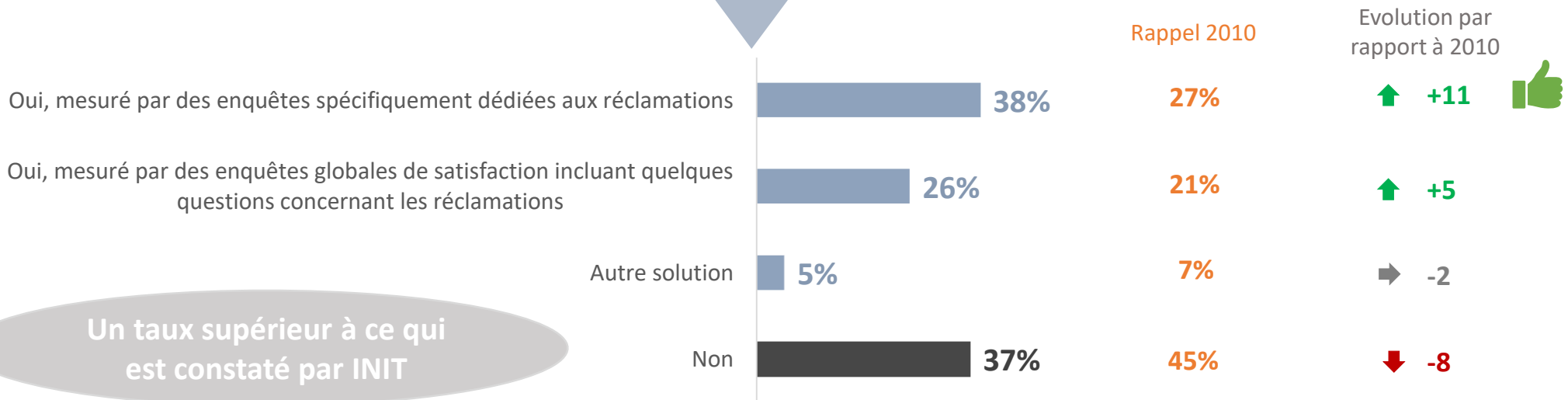


63%

des adhérents déclarent mesurer la satisfaction des réclamants. Des progrès restent à réaliser, bien qu'en hausse de 8 points par rapport à 2010.

Base : 128

Rappel 2010 : 55%, +8 pts



Un taux supérieur à ce qui est constaté par INIT

65%

des réclamants se déclarent satisfaits du traitement de leurs réclamations selon les entreprises

Base : 44

Q50 – Disposez-vous d'enquêtes de satisfaction auprès des réclamants à l'issue du traitement de leur réclamation ?

Q51 – Quel est le pourcentage de réclamants se déclarant satisfaits de la gestion de leur réclamation ?

Distinction entre réclamation et insatisfaction



Base : 127

Seulement **34%** des entreprises interrogées disent faire
une distinction entre réclamation et insatisfaction.

→ Une proportion qui est équivalente pour les entreprises ayant une définition formalisée

Sur ces entreprises là, seulement **67%** disent que cette distinction est claire.

Base : 39



■ Pas claire du tout ■ Pas tellement claire ■ Assez claire ■ Très claire

Soit **23%** des entreprises
au final jugent cette
distinction claire

Distinction

“L'insatisfaction est prise en charge par le service qualité, alors que la réclamation reste au service réclamation.”

“Notre responsabilité n'est pas forcément mise en cause dans une insatisfaction.”

“Réclamation est sur qualité produit et services. Insatisfaction - opportunité d'amélioration - action d'amélioration continue.”

“Le fait que ce soit lié à nos engagements contractuels ou pas.”

Q53 – Dans votre entreprise, faites-vous une distinction claire entre ce qui relève de ma réclamation et ce qui est de l'ordre de l'insatisfaction ?

Q54 – Cette distinction entre réclamation et insatisfaction semble-t-elle claire au sein de votre organisation ?

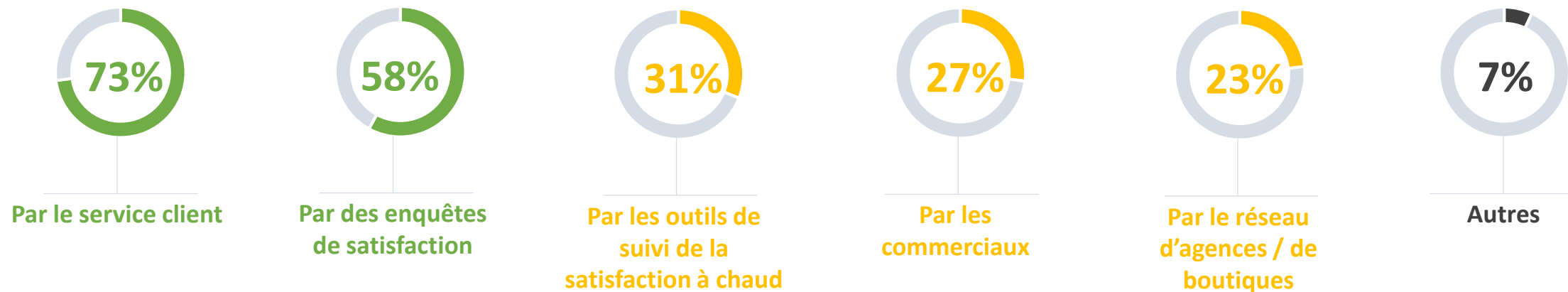
Q55 – Quelle est cette distinction ?

Gestion des insatisfactions



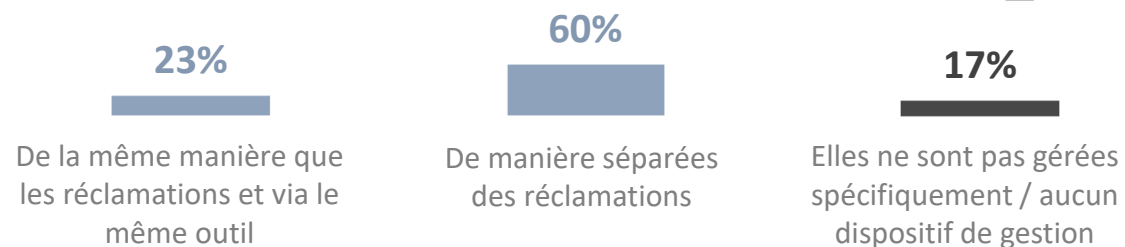
Canaux de remontées des insatisfactions

Base : 42

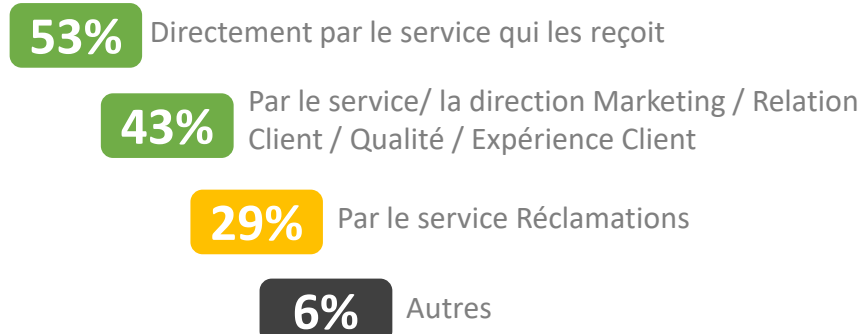


Les insatisfactions sont gérées :

Base : 41



Les insatisfactions sont traitées : Base : 33



Q56 – Comment les insatisfactions sont-elles remontées / recueillies ?

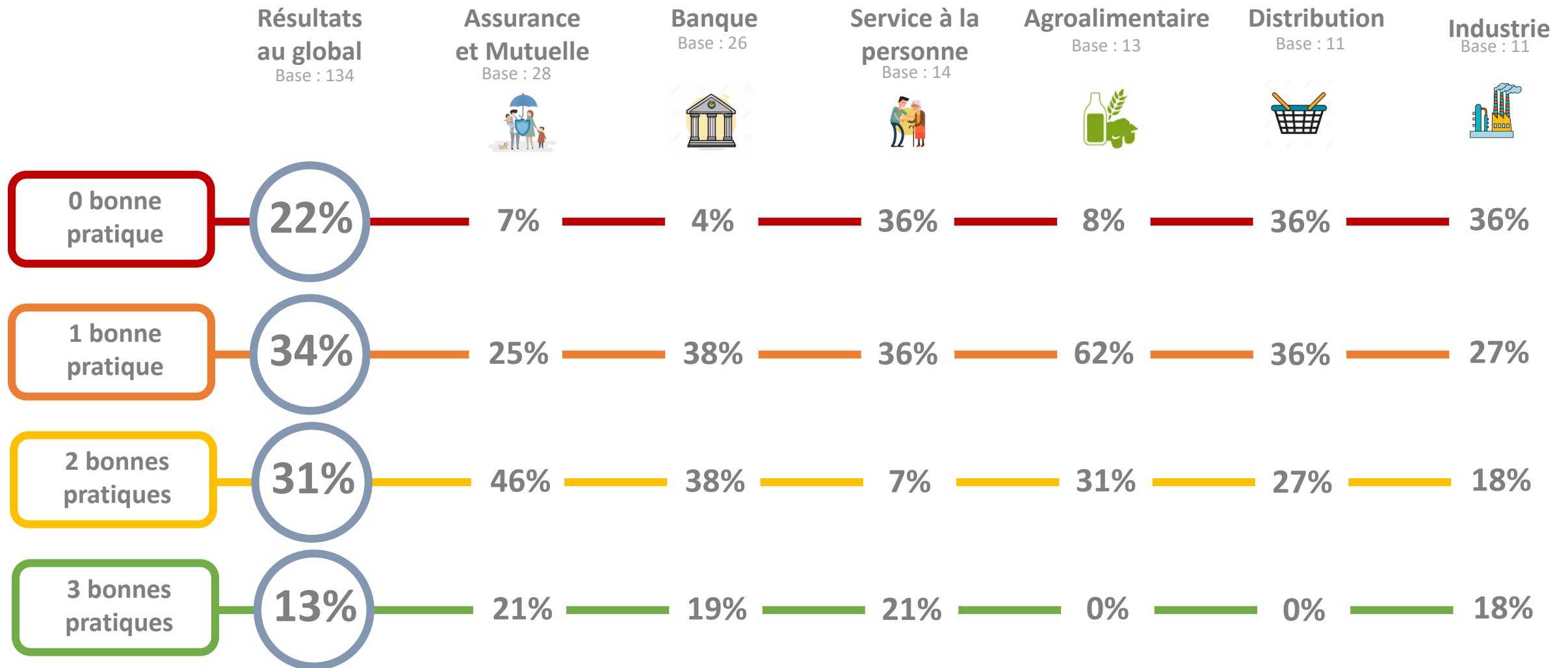
Q57 – Ces insatisfactions sont-elles...

Q58 – Comment ces insatisfactions sont-elles traitées ?



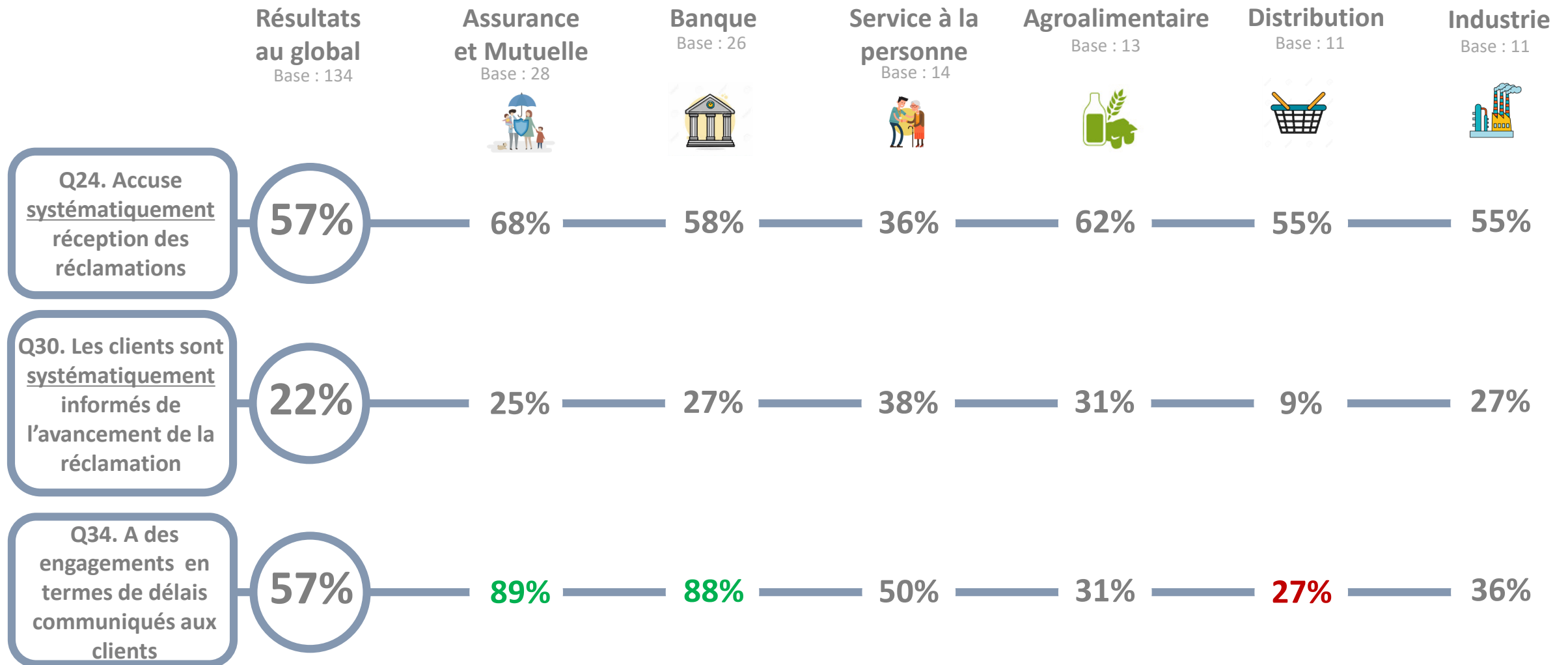
BONNES PRATIQUES ET TYPOLOGIE

Détails des bonnes pratiques par secteur*



* Les 3 bonnes pratiques sélectionnées sont listées en page 16. Seuls les résultats des secteurs comptant au moins 10 répondants sont présentés

Détail des bonnes pratiques par secteur*



* Seuls les résultats des secteurs comptant au moins 10 répondants sont présentés

Construction d'une typologie

Classification en 5 types distincts permettant de distinguer les entreprises en fonction de leur niveau de maturité dans la gestion des réclamations

Une typologie construite à partir de 3 dimensions

CULTURE CLIENT

L'entreprise sensibilise-t-elle ses collaborateurs aux enjeux de la réclamation ?

Une politique de la Culture Client est-elle impulsée au sein des différents départements / services ?

Question utilisée :

Dans votre entreprise, les collaborateurs ont-ils reçu une formation ou tout du moins une sensibilisation aux réclamations ?

- Oui, à une partie du personnel en contact avec les clients
- Oui, à l'ensemble du personnel en contact avec les clients
- Oui, à l'ensemble du personnel de votre entreprise
- Non

AMÉLIORATION DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

Les réclamations sont-elles utilisées comme un levier d'action ?

Le traitement des réclamations permet-il d'améliorer les produits et services ou les process de gestion ou commerciaux ?

Question utilisée :

L'analyse des motifs / causes des réclamations conduit-elle à une ?

- Modification de vos produits / services
- Modification de vos process de gestion
- Modification de vos pratiques commerciales
- Autre modification
- Aucune modification

BONNE PRATIQUE

Les réclamations sont-elles bien gérées, en interne et en externe ?

Les clients sont-ils informés de l'avancement du traitement de leur réclamation ?

Questions utilisées :

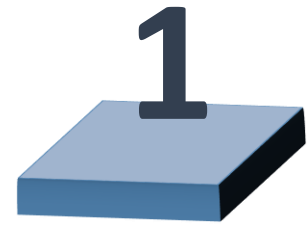
Accusez-vous réception des réclamations ?

En cas de traitement non immédiat, le client est-il informé de l'avancement du traitement de sa réclamation ?

Avez-vous un (ou des) engagement(s) communiqué(s) à vos clients en termes de délai de réponse aux réclamations ?

La typologie

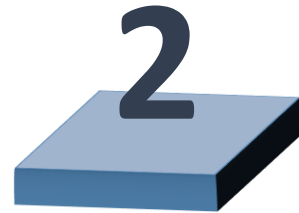
Degré de maturité



Vase clos

13%

Des entreprises qui ne sensibilisent pas leurs collaborateurs



Inactif

17%

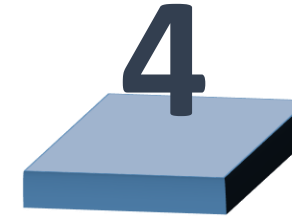
Des entreprises qui sensibilisent un minimum leurs collaborateurs Mais qui n'utilisent pas les réclamations comme levier d'optimisation



Standard

32%

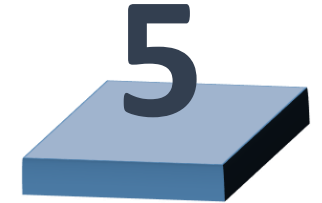
Des entreprises qui sensibilisent un minimum leurs collaborateurs Et qui utilisent les réclamations comme levier d'optimisation



Perfectible

16%

Des entreprises qui sensibilisent tous leurs collaborateurs en contact avec le client Et qui utilisent les réclamations comme levier d'optimisation Mais dont les pratiques sont à améliorer (0 ou 1 bonnes pratiques sur 3)

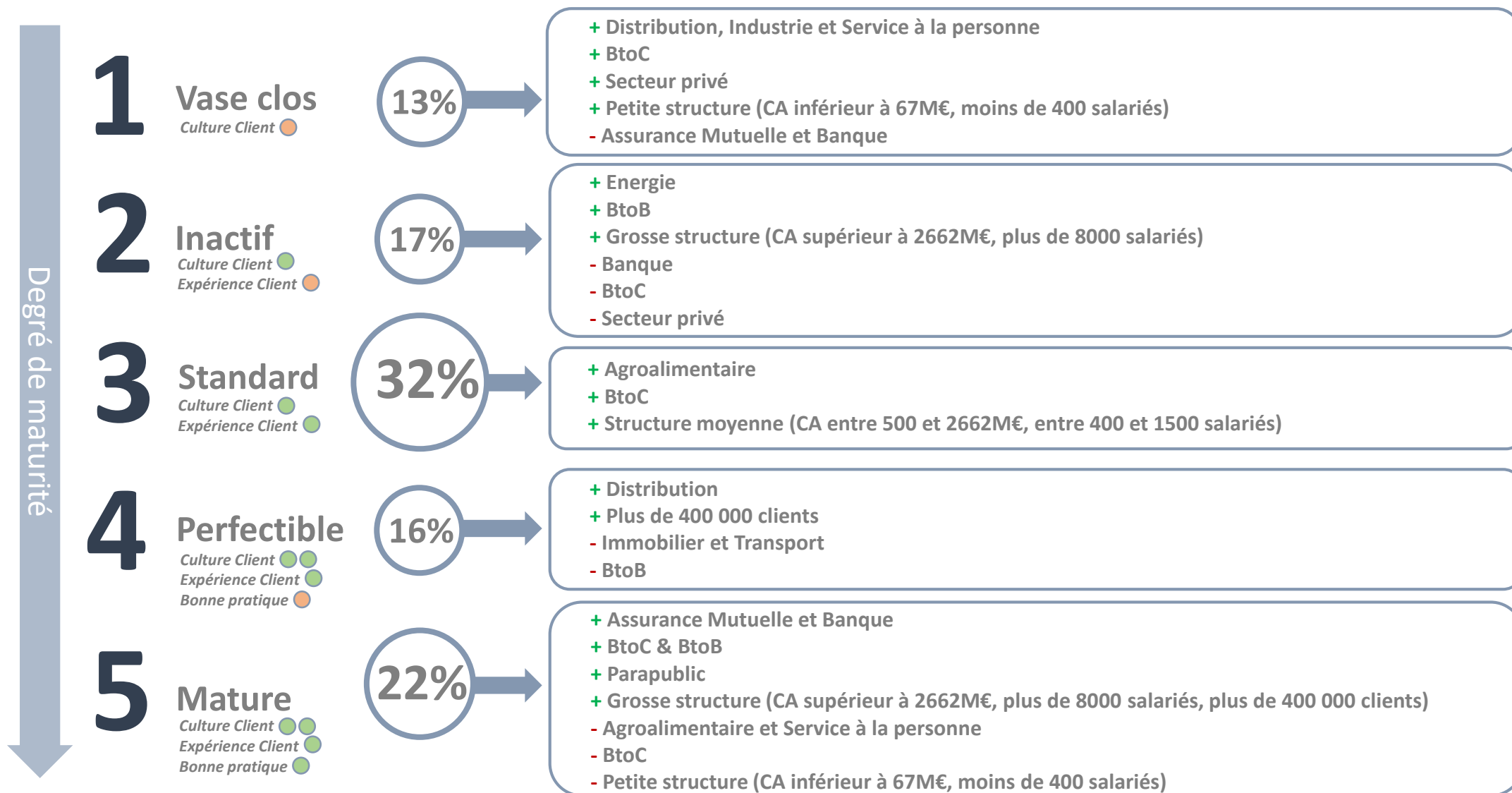


Mature

22%

Des entreprises qui sensibilisent tous leurs collaborateurs en contact avec le client Et qui utilisent les réclamations comme levier d'optimisation Et dont les pratiques sont bonnes (2 ou 3 bonnes pratiques sur 3)

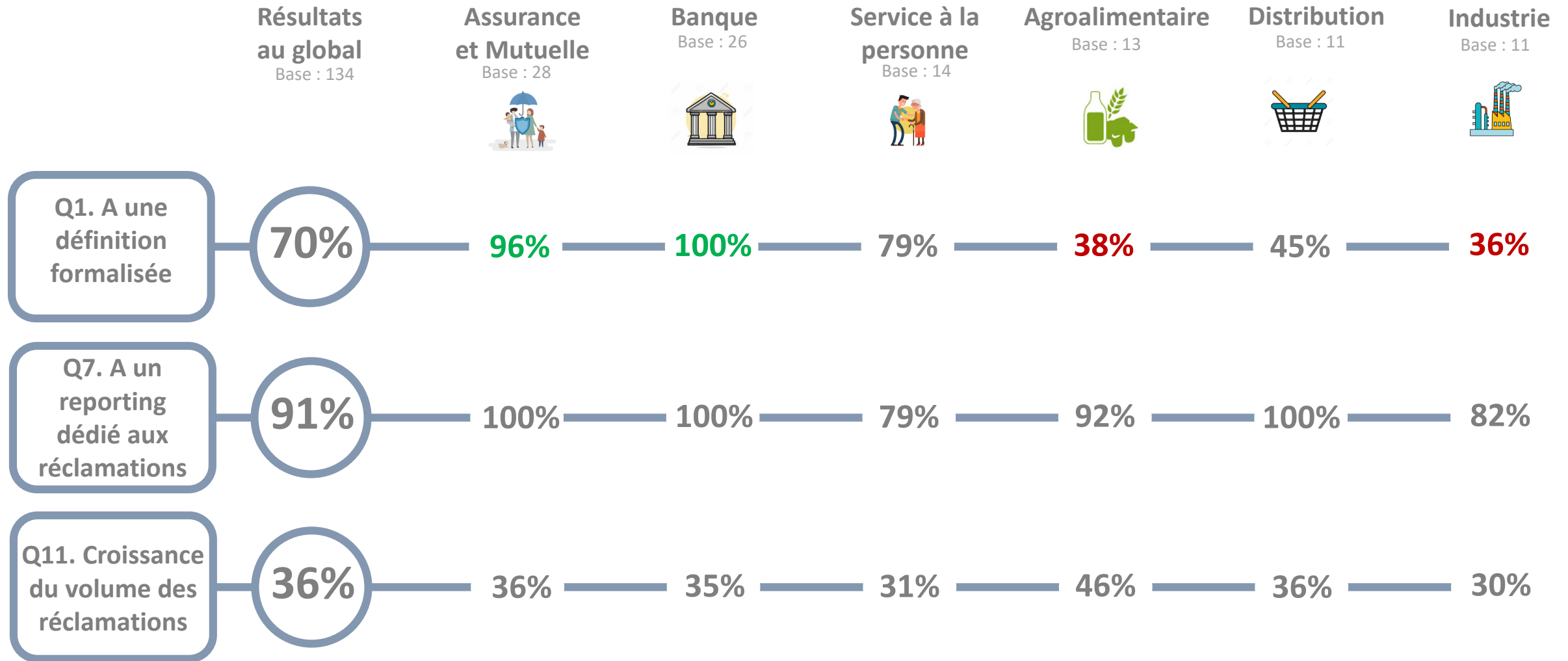
Qui sont-ils ?





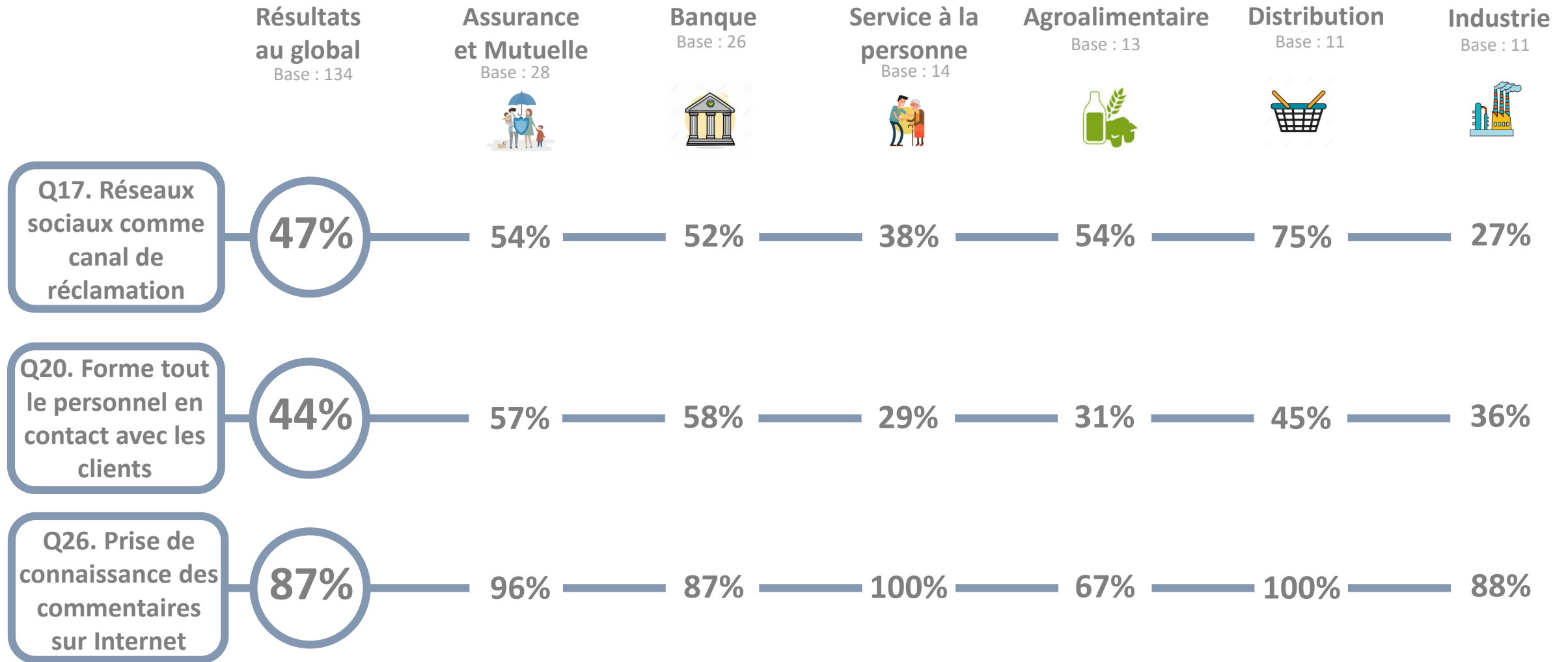
KPI PAR SECTEUR

KPI par secteur*



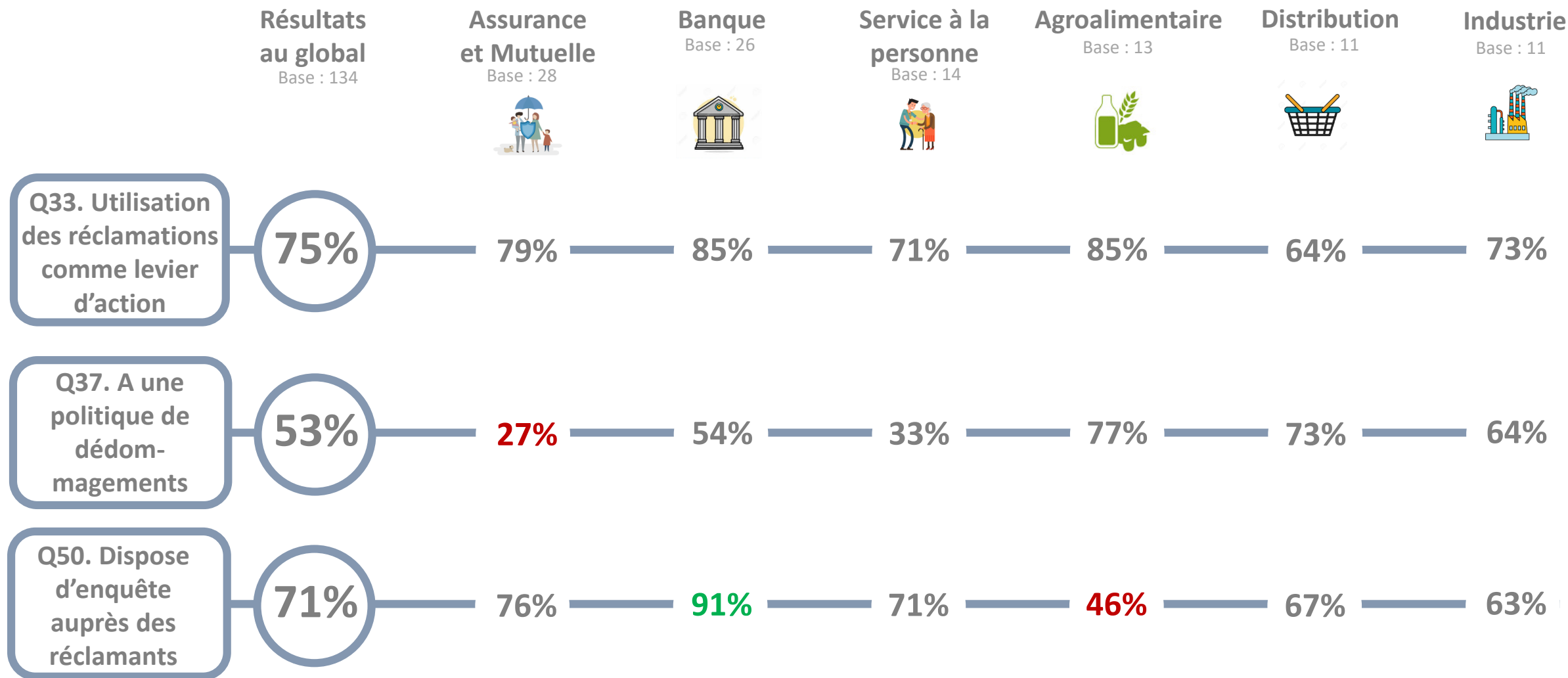
* Seuls les résultats des secteurs comptant au moins 10 répondants sont présentés

KPI par secteur*



* Seuls les résultats des secteurs comptant au moins 10 répondants sont présentés

KPI par secteur*



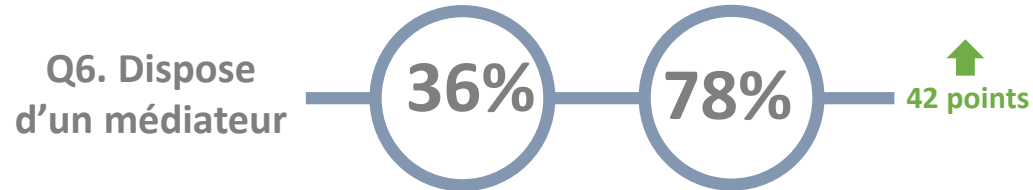
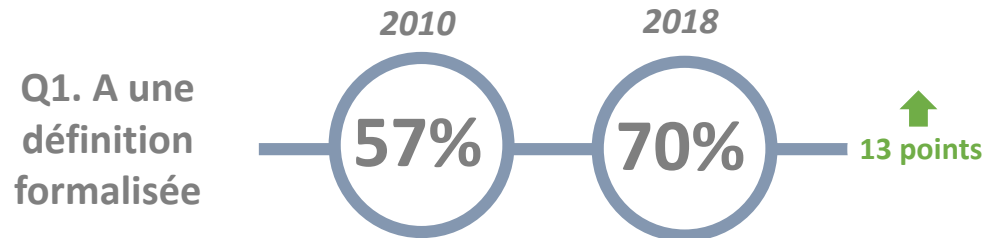
* Seuls les résultats des secteurs comptant au moins 10 répondants sont présentés



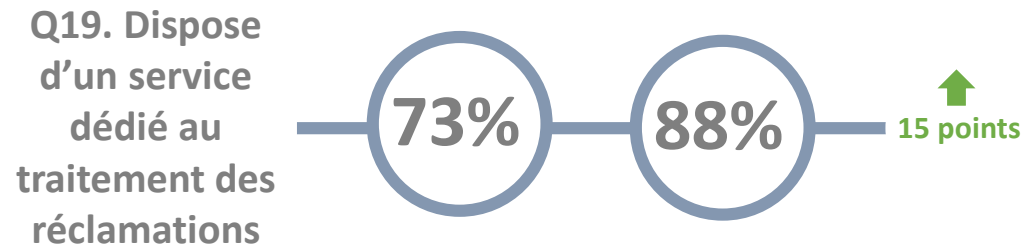
SYNTHESE EVOLUTIONS 2010-2018

Evolutions entre 2010 et 2018

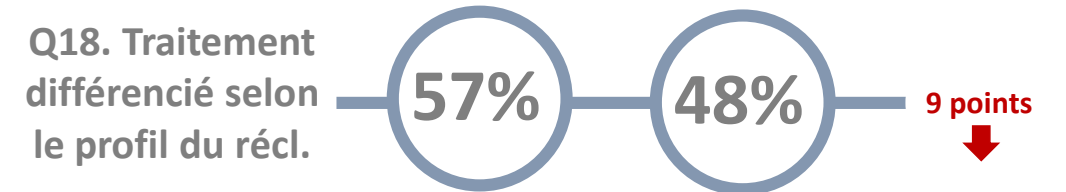
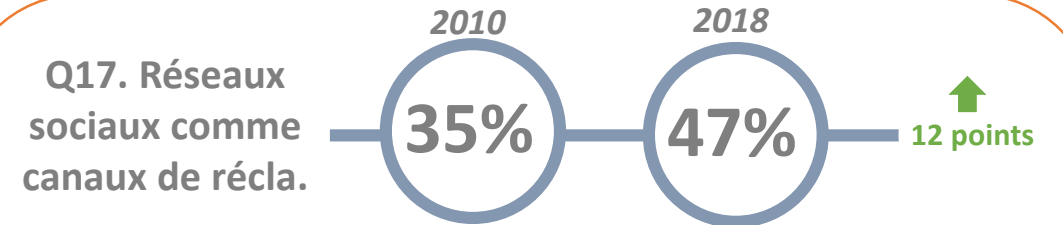
GESTION GLOBALE



ORGANISATION

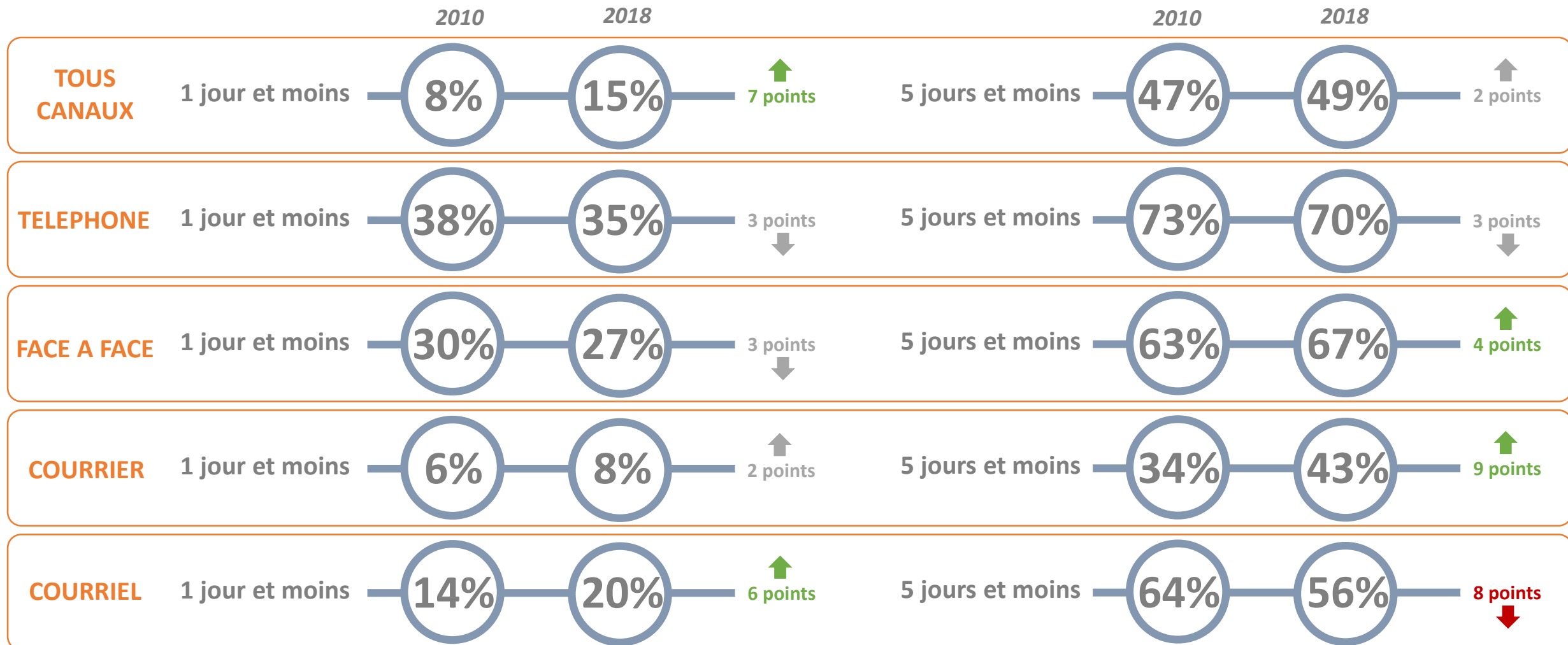


TRAITEMENT



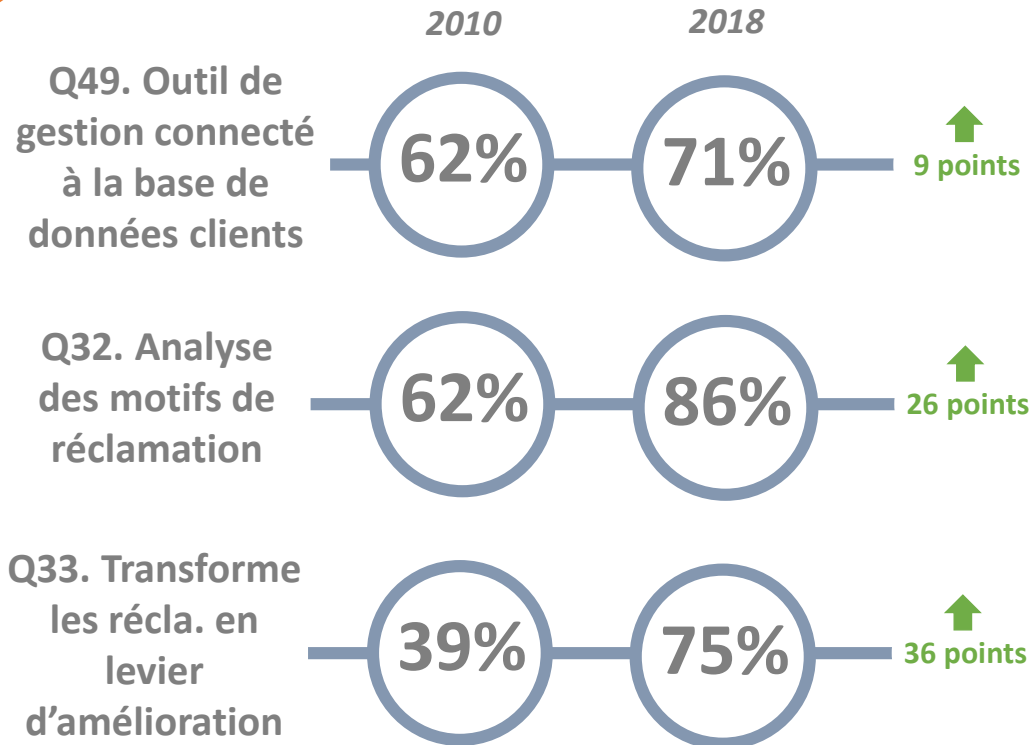
Evolutions entre 2010 et 2018

DELAIS DE REPONSES AUX RECLAMATIONS PAR CANAUX

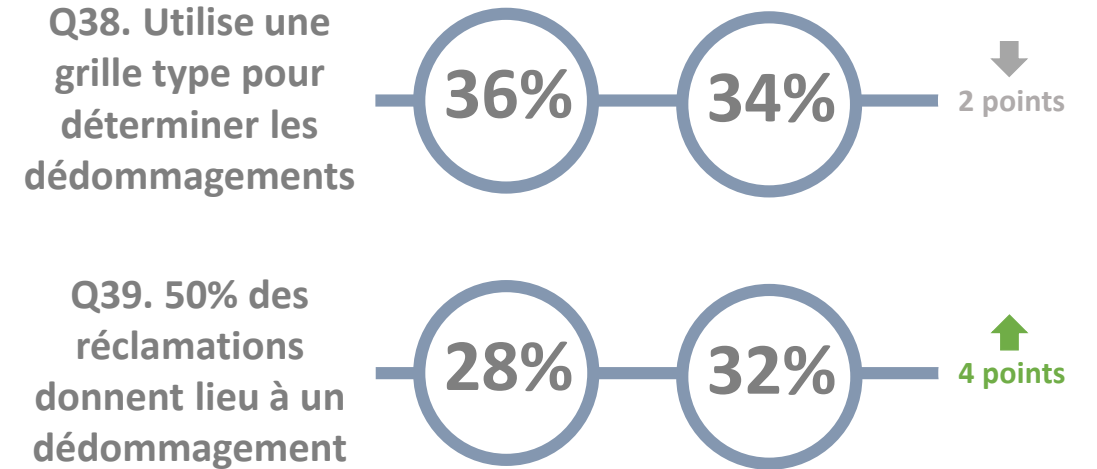


Evolutions

EXPLOITATION DES RECLAMATIONS



DEDOMMAGEMENT



MESURE DE LA SATISFACTION



INIT, Expert des études clients

INIT est le 1er institut français spécialiste des études de satisfaction clients et d'optimisation de l'expérience client



Stéphanie Passareira
Directrice Générale Adjointe



Nadine Garrabet
Directrice Générale Adjointe



Alexandre Clame
Directeur de Clientèle



Suzane Capitaó
Directrice de Clientèle



Julie Dutour
Directrice de Clientèle



Virginie Mollet-Bauer
Consultante Expérience Client



Magali Joulie
Directrice de Production



Antoine Buisson
Directeur d'Etudes



Simon Allard
Directeur d'Etudes

30
Collaborateurs

23
ans
d'expérience

5,1
millions
CA

545
Entreprises
Clientes

4 200
études réalisées

75% Quanti
25% Quali

50% BtoC
50% BtoB

1 Parcours Client

2 Performance
de la satisfaction

3 Feedback
à chaud

4 Conseil
Expérience Client

5 Culture Client



INIT a rejoint le pôle Armatis Innovation, filiale du Groupe Armatis-lc.

Le groupe Armatis-lc est un acteur majeur du marché de la Relation clients et des centres de contacts en Europe : 200 millions € de CA, 8500 collaborateurs, 12 sites en France, 3 sites à l'international,...



Nous suivre



- › L'AMARC réunit 300 entreprises qui ont pris le parti de "transformer le pépin en pépite®".
- › Depuis 2004, l'association accompagne ses adhérents dans la **professionnalisation** et la **promotion** du management de l'insatisfaction client.
- › Dans un esprit convivial, l'AMARC favorise le **partage de bonnes pratiques** et les **échanges entre acteurs**, issus de la relation client, marketing, qualité, satisfaction, expérience client...
- › Quelques activités : **conventions thématiques**, clubs métiers, groupes de travail, Club Grand Ouest, **guide collaboratif de bonnes pratiques**, formations...
- › Infos et contact : www.amarc.asso.fr & contact@amarc.asso.fr
- › Retrouvez-nous sur   
- › Téléchargez [la plaquette](#)



Pour toute question ou accompagnement !

amarc

ASSOCIATION POUR LE MANAGEMENT
DE LA RÉCLAMATION CLIENT

INIT études marketing
& capital clients



Marie-Louis JULLIEN

Délégué Général AMARC

mljullien@amarc.asso.fr

Tel.: 06 63 87 11 99



Nadine Garrabet

Directrice Générale Adjointe INIT

ngarrabet@init-marketing.fr

Tel.: 01 45 15 26 03

Contacts