



1

Identifier le type de réclamation en analysant la nature du problème rencontré.

2

Déterminer la provenance pour adapter le traitement selon le canal utilisé.

3

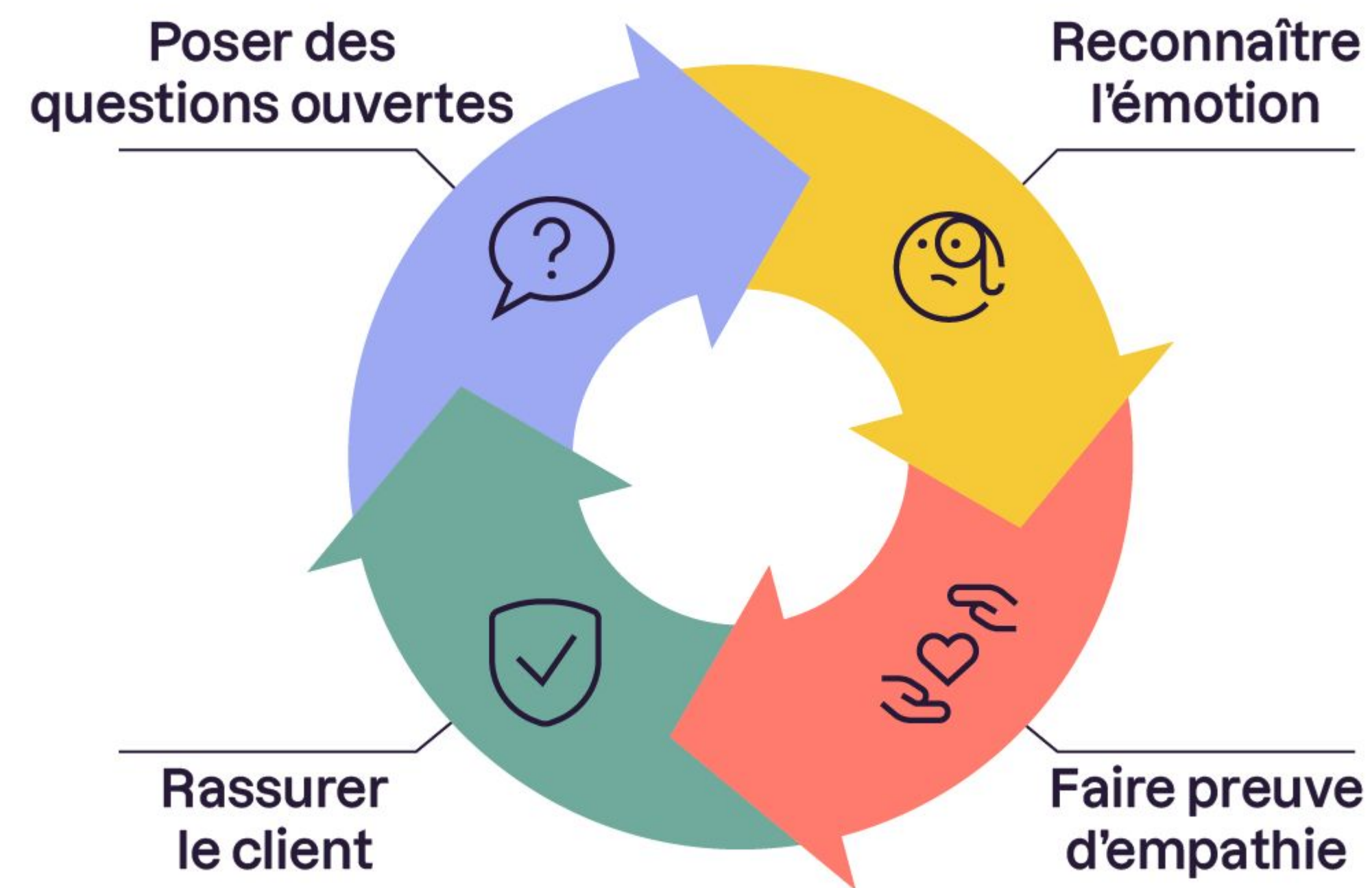
Prioriser et assigner la réclamation en fonction de son urgence et de son impact.

4

Traiter la demande efficacement en suivant un processus structuré et transparent.

5

Assurer un suivi pour vérifier la satisfaction et améliorer le service.



Bonnes pratiques 👍

- ✅ Écouter activement les clients sans interruption pour bien comprendre leur besoin.
- ✅ Reformuler la réclamation pour valider la compréhension du problème.
- ✅ Prioriser les demandes avec une matrice d'urgence et d'importance.
- ✅ Proposer des solutions adaptées en tenant compte des politiques internes.
- ✅ Assurer une communication proactive avec des mises à jour régulières.
- ✅ Utiliser un langage positif pour maintenir une bonne relation client.
- ✅ S'appuyer sur des outils CRM pour suivre l'historique des demandes.
- ✅ Vérifier la satisfaction client avant de clôturer la réclamation.

Erreurs classiques 🙄

- ❌ Ignorer ou minimiser l'émotion du client.
- ❌ Demander au client de se calmer, ce qui peut aggraver la situation.
- ❌ Interrompre le client avant qu'il ait terminé d'expliquer son problème.
- ❌ Proposer une solution inadaptée sans analyser le contexte.
- ❌ Transférer la réclamation sans explication claire.
- ❌ Négliger le suivi après la résolution du problème.
- ❌ Utiliser un ton impersonnel ou automatique dans les réponses écrites.
- ❌ Ne pas documenter la réclamation dans le CRM pour les futures interactions.

Définitions 🔍

Réclamation client

Expression d'un mécontentement concernant un produit ou un service.

Écoute active

Technique de communication qui consiste à reformuler et valider la compréhension du problème.

Matrice d'Eisenhower

Outil de priorisation qui classe les tâches selon leur urgence et importance.

Service Level Agreement (SLA)

Engagement de l'entreprise sur un délai de traitement d'une demande.

CGV (Conditions Générales de Vente)

Document contractuel définissant les droits et obligations entre un vendeur et un acheteur, incluant les modalités de paiement, de livraison, de retour et de garantie.

CRM (Customer Relationship Management)

Outil permettant de centraliser et gérer les interactions avec les clients.