



Les réclamations

A photograph of a rafting team in a blue and yellow inflatable raft navigating white water rapids. The team members are wearing helmets and life jackets.

Ucpa

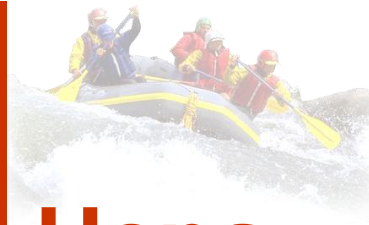
L'association Ucpa



quelques données

- ▶▶ ... **3** Métiers (Vacances / Loisirs / Formation)
- ▶▶ ... **220 000** clients vacances
- ▶▶ ... **800** collaborateurs permanents
- ▶▶ ... **2000** à **3000** salariés saisonniers (hiver /été)
- ▶▶ ... **60** activités sportives
- ▶▶ ... **150** sites dont **21** à l'étranger + **4** Antilles
- ▶▶ ... **140** programmes itinérants dans **45** pays

Le service réclamations



Ucpa

l'histoire

▶▶ **10 ans** d'existence

▶▶ **9 ans** au sein du Service Qualité (rattaché DG),
depuis **1 an** à la **Direction Client**

▶▶ **1** responsable + **2** etp + renfort ponctuel

▶▶ le **périmètre d'action**



les objectifs

▶ **Traiter 100 % des réclamations dans le respect des délais**

Avant Stage < 7 jours

Pendant Stage < 24 heures

Après Stage < 15 jours

[**tout en** maîtrisant les coûts de compensation]

▶ **Apporter une réponse personnalisée**

▶ **Anticiper les réclamations potentielles**

▶ **Harmoniser notre discours vis à vis des clients**

▶ **Analyser les causes des réclamations pour proposer des actions correctives**

- ▶▶ une **charte de réponse** aux réclamations
- ▶▶ un glossaire - des lettres types (environ 120 lettres)
- ▶▶ une grille d'attribution des avoirs et remboursements
- ▶▶ un système **d'imputation des avoirs**
- ▶▶ un **manuel de référence**
- ▶▶ un logiciel de traitement des réclamations
- ▶▶ des **indicateurs de pilotage** et de mesure de la qualité de service du client mécontent
- ▶▶ un suivi des **actions correctives**
- ▶▶ un lien avec les clients blessés _ un remerciement de la consommation des avoirs

la dynamique

- ▶▶ une **veille juridique** : exploration des jurisprudences
- ▶▶ une **veille concurrentielle** : étude des réponses apportées
- ▶▶ **benchmarking** : comparaison par rapport aux meilleures pratiques pour se remettre en cause et s'étalonner
- ▶▶ membre fondateur de l'**AMARC**

Les réclamations | **en chiffres**



le service réclamations centre de profit

le service réclamations est un véritable contributeur de profit de l'entreprise :

1. Génère des revenus
2. Évite les coûts
3. Est garant de l'image de marque

le service réclamations centre de profit

1. les revenus mesurables (1/2)

l'enquête de satisfaction suite à réclamation mesure

- > le **niveau de satisfaction** par rapport au traitement de la réclamation
- > la **pertinence** / **l'impact** du geste commercial
- > **l'intention** de ré-achat
- > la **recommandation** à un tiers

le service réclamations centre de profit

1. les revenus *non mesurables* (2/2)

- > le service réclamations joue un **rôle d'alerte** pour remédier aux **dysfonctionnements** : actions correctives et préventives
- > contribue à **améliorer les processus internes** et valorise l'expertise professionnelle
- > contribue à **adapter** les processus de l'entreprise aux **besoins** et aux évolutions du **marché**
- > le service réclamations fait connaître la **vision du client** dans l'entreprise

le service réclamations centre de profit

2. les coûts évités *mesurables* (1/2)

> prise en charge **centralisée** du mécontentement le plus en amont possible avant escalade :

- ▶ Réduction du délai et des coûts de traitement
- ▶ Limitation du coût global de recrutement de nouveaux clients

> limitation des **procédures juridiques** / litiges

- ▶ Honoraires / dommages et intérêts
- ▶ Évaluer le delta entre coût de la procédure et le dédommagement négocié

> diminuer les **réclamations récurrentes** liées aux produits et services améliorés

- ▶ Baisse des coûts de traitement des réclamations et des dédommagements

le service réclamations centre de profit

2. les coûts évités *non mesurables* (2/2)

- > réduire le risque d'**image** et de **réputation** (médias / associations de consommateurs / forum de discussion / AG actionnaires)
- > coûts d'une gestion de crise et communication de crise

le service réclamations centre de profit

3. *la notoriété*

- > l'existence d'un service réclamations est **rassurant** pour un client lui **démontre l'intérêt** que l'entreprise lui porte
- > le service réclamation **optimise le bouche à oreille**
- > Il **renforce l'image** de marque de l'entreprise

la réclamation : un engagement client

Ex : REFERENTIEL DE CERTIFICATION DE SERVICES

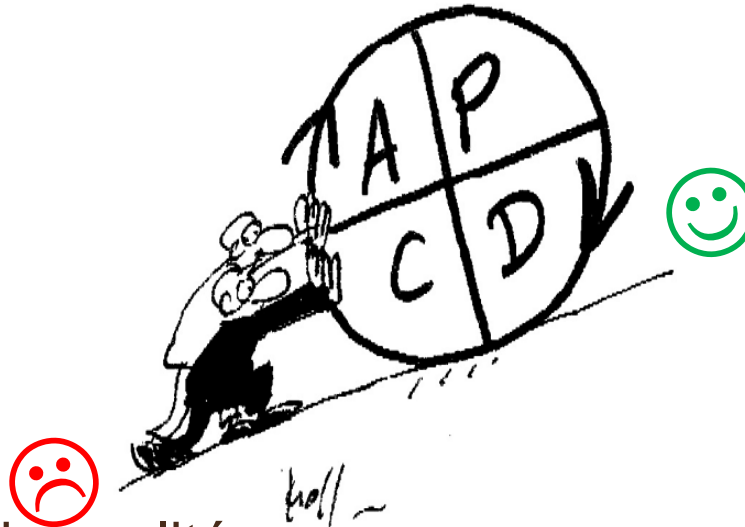
Activités de loisirs sportifs dans un centre sportif animé et géré pour le compte d'une collectivité publique ou à titre privé [Réf. : RE/UCP/01]

Caractéristique Certifiée	Détail de la caractéristique
17) Une réponse systématique aux suggestions et réclamations* des usagers dans un délai de 10 jours.	En cas de mécontentement, le personnel invite l'utilisateur à s'exprimer. Des fiches de suggestions / réclamation * sont à disposition des usagers au point Accueil du site.
	Les conditions générales d'inscription mentionnent les moyens de formuler des réclamations*.
	Toute suggestion ou réclamation écrite fait l'objet d'une réponse (accusé de réception, lettre d'attente, réponse définitive) : <ul style="list-style-type: none">• dans un délai maximum de 10 jours calendaires dans le cas d'un courrier,• dans un délai de 48 heures dans le cas les réclamations transmises par courriel.

l'amélioration continue

Une réunion mensuelle Direction Client et Service Qualité pour :

- ✓ analyser les retours clients issus de la force de vente / réclamations / audits qualité / résultats de satisfaction...),
- ✓ proposer et suivre des actions correctives,
- ✓ réunir les producteurs pour trouver des solutions.



Un réseau de relais qualité pour :

- ✓ remonter les dysfonctionnements,
- ✓ trouver des solutions,
- ✓ capitaliser sur les bonnes pratiques.

Conclusion



les facteurs clés de succès

[Dans la mise en place du système de traitement des réclamations **UCPA**]

- Soutien **inconditionnel** de la Direction Générale
- **Centralisation** des opérations **pour libérer** les autres services
- Formations, **expériences variées** et **qualité des échanges** avec les opérationnels
- **Autonomie** de gestion des chargés réclamations
- Exemplarité sur **l'amélioration continue** (Plan Do Check Act)

A group of four people in a raft navigating white water rapids. The raft is blue and yellow, and the people are wearing colorful gear and helmets. The water is turbulent and white with foam.

Merci de votre écoute