

Quels stratégie, moyens et outils de communication pour prévenir et traiter les réclamations.

Club Marketing et Qualité 28/05/09 - ARRA

Rappel des résultats des enquêtes de satisfaction 2008 ...

- Taux de satisfaction concernant la réclamation technique en Rhône Alpes : 63,6 % en 2008 (contre 51,3 % en 2005)
- Une progression, fruit de nombreuses actions menées par les organismes : Organisation / Procédures / Outils (GRC ...)
- Des résultats en progression mais encore des marges de progrès autour de 2 axes de travail :
 - Management des fournisseurs/prestataires
 - **Communication autour de la réclamation**

Attentes des locataires portent sur

o Prestation de base :

réparation, intervention

+

o Services facilitants :

- Accessibilité du bailleur : horaires, lieu, ..
- Relation : disponibilité, accueil,
- Information : pertinence, clarté, précision...

***La communication contribue à la
satisfaction globale du locataire ...***

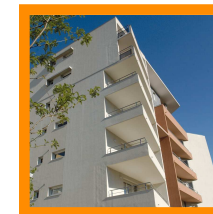
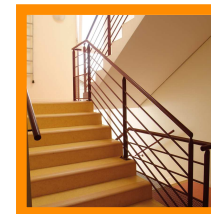
La communication, les enjeux :

- o Clarifier et accompagner le processus du traitement de la réclamation vis-à-vis du locataire
 - o Objectif : Meilleure satisfaction des locataires

- o Clarifier la responsabilité du bailleur et du locataire vis-à-vis de l'ensemble des locataires
 - o Pour prévenir et limiter la réclamation
 - o Pour impliquer, responsabiliser, engager le locataire
 - o Objectif : Vers une diminution du nombre des réclamations

Difficultés liées aux réclamations ...

- Grande diversité des demandes techniques (locatives, sous contrat d'entretien, hors contrat, par corps d'état....).
- Le volume
- Multiplicité des intervenants (internes, externes, locataires)
- Multiplicité des « canaux de communication » (téléphone, visite, courriers, internet...)
- Hétérogénéité des attentes des locataires



Objectifs du processus de gestion des réclamations par étape :.

1 - La réception et prise en charge de la demande

- Organiser la prise de réclamation en différents lieux (terrain, agence, siège, centre d'appel) et la coordination de ces acteurs
- Qualifier la réclamation (diagnostic et objectivation)

2 - Le traitement et suivi de la demande

- S'organiser en interne, avec les prestataires,
- Définir le(s) mode(s) de contrôle (aléatoire, systématique, par le locataire, le bailleur...)

3 – La clôture de la demande et la mesure de la satisfaction des locataires

- La clôture de la réclamation : facture, constat de travaux faits, quitus..
- Préciser les axes de progression du bailleur,

1 - La réception de la réclamation

Organiser la prise de réclamation en différents lieux et la coordination des acteurs

- Quel(s) mode(s) de contact ?
- Quel(s) interlocuteur(s) ?
- Quelle(s) action(s) ?

Quels modes de contacts ?



Appel
téléphonique



Visites
Gardiens /
Agences
Visites Siège



Courriers



E-mails

LOCATAIRE

Quels Interlocuteurs ?

ACCUEIL
Siège ou agence

MANAGERS

**PERSONNEL
DE PROXIMITE**

PRESTATAIRES

Pour quelle action ?

Accueil

Traitement

Contrôle

Clôture

Le choix du mode de contact (téléphone, courrier,...) dépend pour un réclamant de :

- Sa connaissance de l'existence du canal
- Sa possibilité/facilité à communiquer avec ce canal
- Son jugement de l'efficacité du canal (et donc de l'expérience vécue).

Etude de la CAF : « la satisfaction n'est pas seulement le fruit d'un résultat obtenu mais également liée aux outils de communication utilisés.

D'une manière générale si la dimension humaine n'est pas au cœur du dispositif, le niveau de satisfaction est moindre »

Multiplicité et diversité des modes de contacts

(téléphone, internet,....) :

- o Intérêt :**

Une offre de service diversifiée

- o Point d'attention :**

La **cohérence et la synchronisation** des informations sur les différents modes de contact = **motifs de satisfaction ou d'insatisfaction** importants pour les locataires



1- La réception de la réclamation : prise en charge et qualification de la réclamation :

Objectifs :

- Formuler une réponse de 1er niveau : orale (pas de trace) ou écrite (engagement) ?
- Améliorer la maîtrise du contenu de la réponse : distinction locatif/non locatif : difficile ou méconnu du locataire
- C'est rendre lisible le processus de traitement des réclamations en formulant des réponses claires.
- Construire une relation qui aide et respecte le locataire
- Homogénéiser les réponses

1 - La réception de la réclamation : prise en charge et qualification de la réclamation

Les moyens/outils :

- Formation/sensibilisation des personnels à la communication
- Élaboration de fiche par type de réclamations (rappel locatif/non locatif)
- « scripts » de réponse

Extrait d'un script de réponse d'un centre d'appel

Débit

Débit

Questions	Questions reformulées	Qui ?	Comment / Argumentaire	Outils / Formations
<ul style="list-style-type: none"> Congé 				
- "vous comptez combien de temps ?"		Centre d'appels	"Le délai normal est de 3 mois à compter de la date de réception sauf si ...auquel cas il faut joindre un justificatif"	Article de loi + liste des justificatifs
- "qu'est-ce que je dois faire ?"		Centre d'appels	"Vous devez adresser un courrier recommandé à votre agence" + envoi de mail à l'agence	
- "je suis déjà parti"		Agence		
- "je veux changer de date"		Centre d'appels	"Faites un courrier à votre agence" Envoi d'un mail à l'agence	
- "je veux annuler ma dédite"		Centre d'appels	"Faites un courrier à votre agence" Envoi d'un mail à l'agence	

2 – le traitement et suivi de la demande

Objectifs :

- Assurer la continuité de l'information au sein de l'entreprise tout au long du processus
- Tenir informé le locataire de l'état d'avancement du dossier en particulier en cas de difficulté (défaillance du prestataire.....)
- Coordonner les interventions bailleur/prestataire

2 – le traitement et suivi de la demande

Moyens :

- Outils de gestion de la relation client (GRC)
- Relance des prestataires (tél..)
- Visite sur site, appel téléphonique du locataire

3 –La clôture de la réclamation et la mesure de la satisfaction

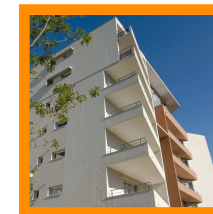
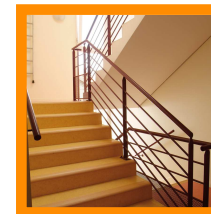
Objectifs :

- c'est marquer, signifier l'acte de clôture de la réclamation par rapport aux engagements pris (délais d'intervention et d'exécution, qualité d'intervention)
- C'est mettre en place des enquêtes de satisfaction périodiques pour mesurer les attentes et les dysfonctionnements à traiter en priorité
- C'est impliquer les prestataires de service et les associations de locataires dans l'élaboration de la communication et les campagnes de prévention.

3 –La clôture de la réclamation et la mesure de la satisfaction

Exemple d'actions mises en place :

- Courrier
- Petit questionnaire de satisfaction sous forme de carte T mis en BAL ou remis par l'organisme ou le prestataire, enquête gardien, recours à l'e-mail
- Appel téléphonique auprès des locataires



Harmonisation VS personnalisation

Meilleure efficacité interne à travers des démarches d'amélioration de la qualité, d'engagements, de certification à travers :

- Procédures

- Outils (GRC, scripts de réponse..)

Risque de standardisation des réponses ?

La « client attitude » dans la prise en compte d'une réclamation chez Orange

Orange propose **six attitudes** clés pour développer
la « client attitude » :

1. La confiance à priori
2. L'écoute active
3. L'empathie, le sourire
4. La prévenance
5. **L'intelligence dans l'application des procédures**
6. La vérification de la satisfaction effective du client

Intelligence dans l'application des procédures

=

Rechercher à concilier rigueur et homogénéité et souplesse et personnalisation

Le personnel de proximité de par sa connaissance des situations personnelles, familiales, apporte t-il une réponse ou action adaptée ou personnalisée ? Si oui comment cela est-il organisé ?

- pour les personnes âgées ou handicapées lors d'une panne d'ascenseur prolongée ?
- pour les familles avec des enfants en bas âge lors d'une panne de chauffage ?.....

Autres critères de personnalisation « le profil des réclamants » ...

