



# LA GESTION DES PLAINTES

Benchmark et forum  
de discussions ARGP



SERVICES  
**TRIAD**<sup>INC.</sup>



# Le point de vue des consommateurs

## Mise en contexte

- Sondage client effectué auprès de 1000 consommateurs situés au Québec
- Les données ont été recueillies au cours du mois d'avril 2019

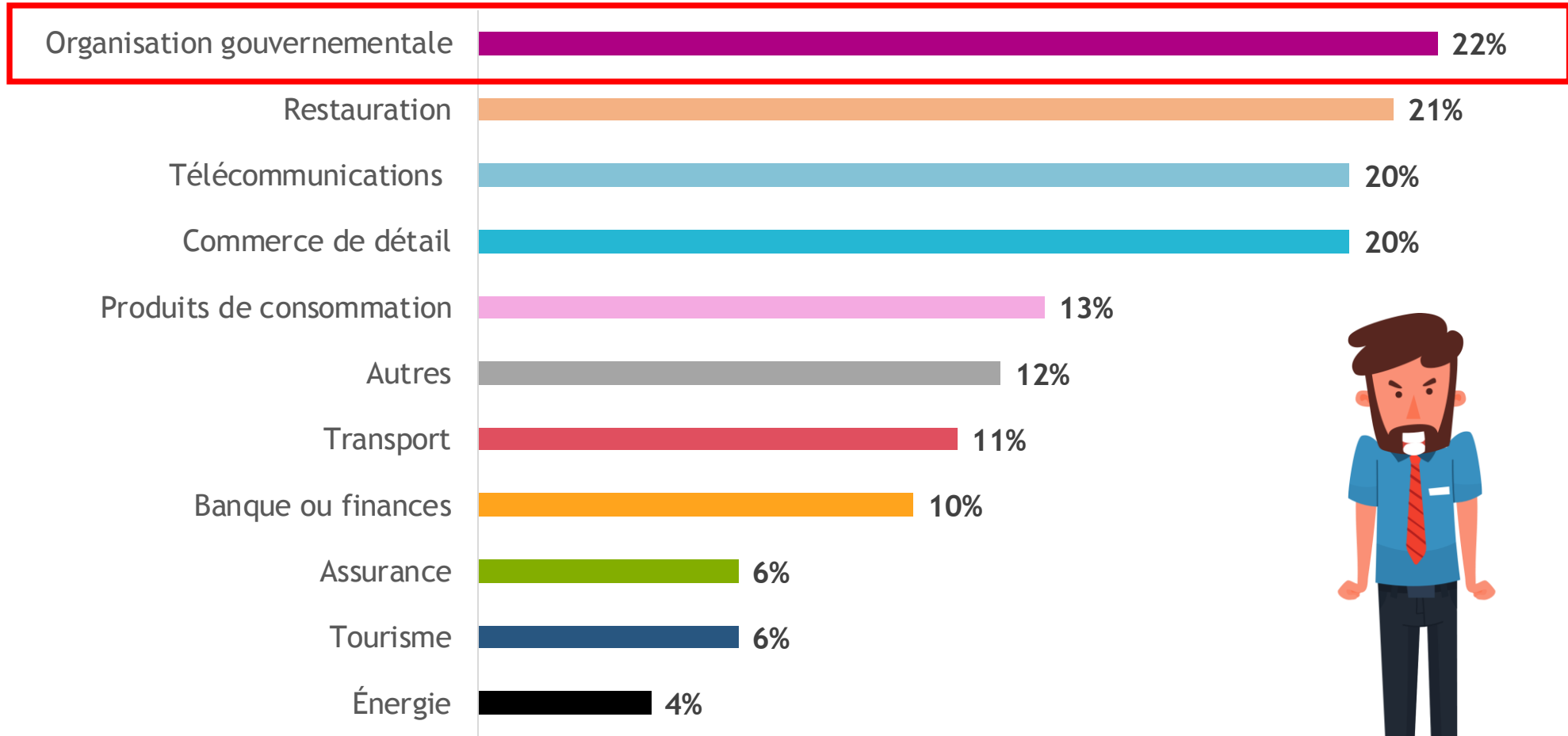


## Détails des répondants

Sur 1000 consommateurs interrogés :

- **335 (33.5%)** des répondants ont vécu une situation avec un produit ou un service au cours de la dernière année qui a donné lieu à une ou des insatisfactions
- **90 (26.9%)** de ces 335 répondants n'ont posé aucun geste et n'ont pas émis de plainte
- **56 (16.7%)** de ces 335 répondants ont débuté un processus de plainte sans se rendre au bout de leur démarche
- **189 (56.4%)** ont logé une plainte officielle auprès du fournisseur

# Après de quelles secteurs avez-vous déposé une ou plusieurs plaintes officielles au cours des 12 derniers mois ?



Pour quelles raisons avez-vous déposé votre plus récente plainte officielle ? / Quels sont les principaux types de plaintes qui sont les plus souvent reçus à votre CCC?

## Réponses des consommateurs



**31%** La qualité et/ou fiabilité des services/ produits achetés ou reçus



**27%** La tarification des services/ produits



**15%** Pratique commerciale déloyale

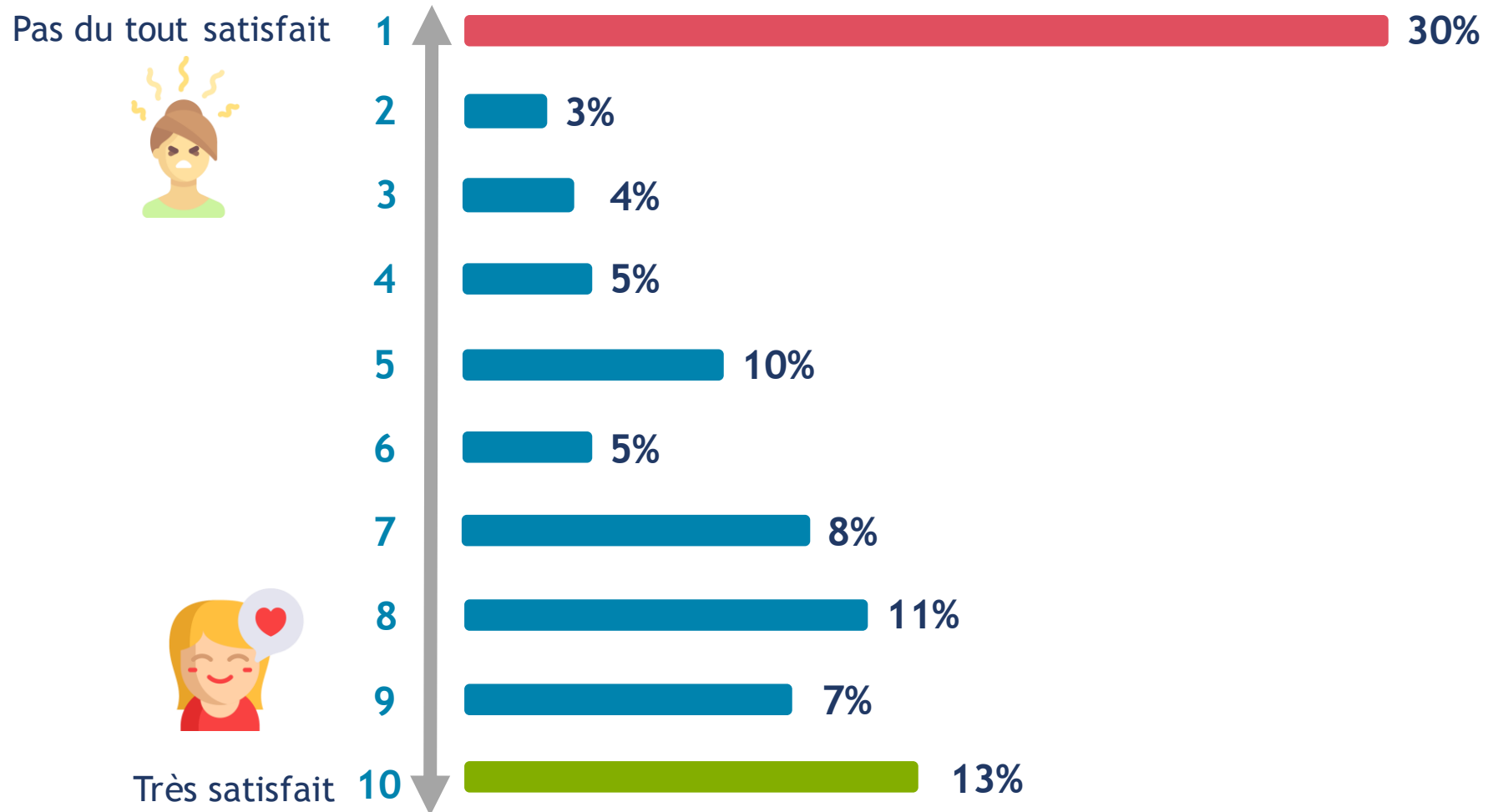


**14%** Promesses de l'organisation non tenues / non respectées

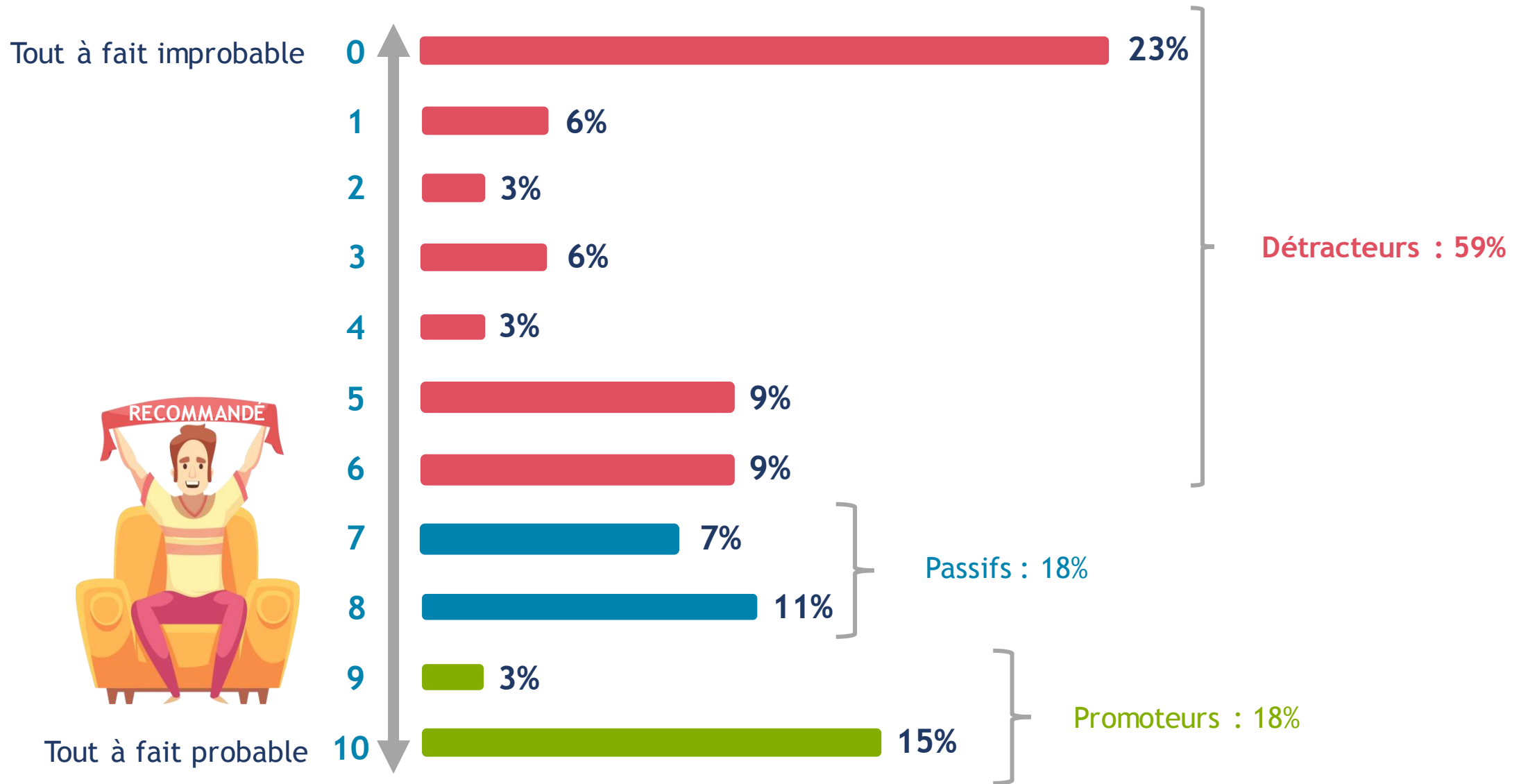
## Plaintes envers les organismes gouvernementaux

- Autorisation refusée
- Dédommagement refusé
- Dossier rejeté
- Explications insuffisantes
- Préjudice - manque d'équité
- Lenteur administrative

Quel a été votre niveau de satisfaction envers le traitement reçu, à la suite de la dernière plainte officielle que vous avez déposée ?



Quelle est la probabilité que vous recommandiez à un parent ou un ami l'organisation envers laquelle vous avez déposé votre dernière plainte ?



- Assumez-vous que le client est satisfait parce que vous avez résolu une plainte selon vos procédures internes?
- Est-ce que vous avez pensé à organiser une table de discussions avec des clients insatisfaits afin d'approfondir la résolution de certaines situations?
- A quand remonte la dernière révision du processus de gestion des plaintes pour votre clientèle?





Benchmark réalisé  
auprès des  
organisations

## Thèmes de l'étude

- Gestion globale
- Volumétrie
- Connaissance et support
- Dédommagements
- Indicateurs de gestion
- Exploitation des résultats

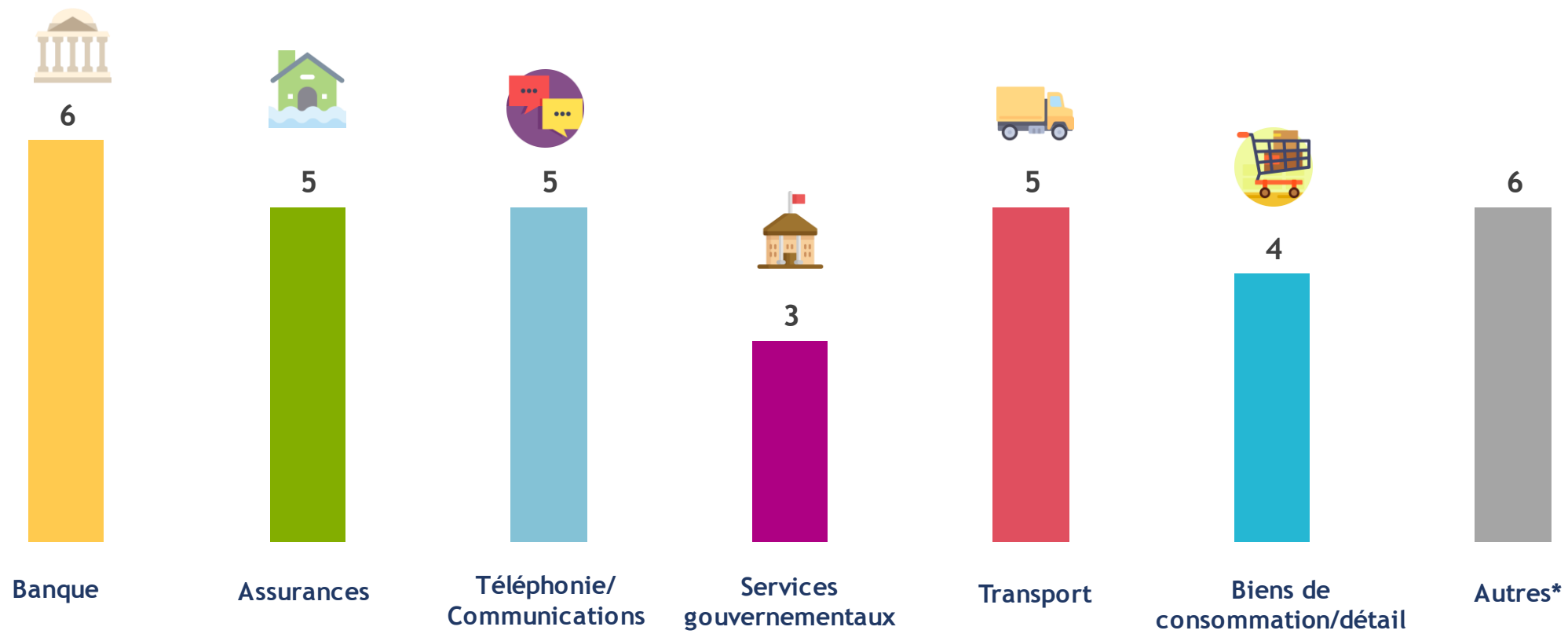


## Mise en contexte

- Cette étude a été menée auprès de 33 participants dont les Centres Contacts Clientèle (CCC) sont basés majoritairement au Québec
- La cueillette des données s'est effectuée via un sondage comportant 29 questions
- L'analyse comparative est illustrée en tableaux et graphiques, des relations et liens sont faits lorsque pertinent
- Les données recueillies sont à jour en date du mois d'avril 2019



Sur les **33** organisations répondantes, nous pouvons observer la répartition suivante :



\* La catégorie « Autres » regroupe les sous secteurs suivants : Services et Jeux. Tous ces secteurs ont en commun les activités transactionnelles ainsi que le service clientèle.

# Canaux offerts aux clients pour signifier une plainte



100%  
Le téléphone



88%  
Le courrier postal



79%  
Le courriel



70%  
Le formulaire virtuel



67%  
Les médias sociaux



55%  
Visite/Face à face

Autres canaux utilisés :

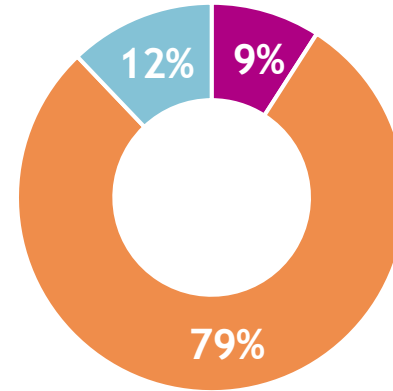


Le fax



Le clavardage

Pour répondre aux plaintes, utilisez-vous le même canal que celui utilisé par vos clients ?



■ Systématiquement  
■ Souvent  
■ Rarement



Selon une étude de l'AMARC (2018) auprès de 118 répondants, les 3 principaux canaux privilégiés par le client sont :

- le téléphone (88%),
- le courrier postal (88%),
- le courriel (77%)



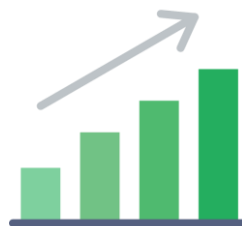
Selon un sondage de la SOCAP (2019), les 3 principaux canaux privilégiés sont le téléphone, le courriel et le formulaire web.

- Pour ceux qui sont présents sur les médias sociaux, êtes vous sensibles aux plaintes formulées sur ce canal.....ou est-ce seulement un “dévidoir” émotionnel?



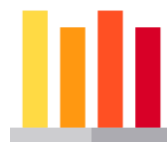
# Évolution du volume global de plaintes reçues ces dernières années

Les entreprises diraient que le volume global de plaintes reçu est :



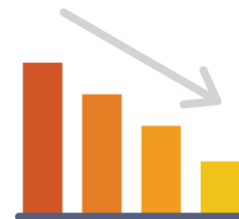
**37%**

Croissant depuis quelques années



**36%**

Stable



**27%**

Décroissant depuis quelques années



Une croissance relevée dans les secteurs assurances, téléphonie/communication, services publics

Une décroissance relevée dans les domaines des biens de consommation/vente au détail et aliments et breuvages



Selon une étude de l'AMARC (2018), la croissance est perçue plus importante dans les secteurs des services publics et parapublic, les transports, l'agro-alimentaire, l'immobilier et l'énergie.



Selon une étude de la SOCAP (2019), 46% des 22 organisations interrogées diraient que le volume global de plaintes reçu est croissant dans le domaine des transports et téléphonie

# Quels sont les principaux types de plaintes qui sont les plus souvent reçus à votre CCC?



**64%**

Les services/produits offerts par l'entreprise (disponibilité, usage, défektivité, etc.)



**58%**

La tarification des services/produits



**45%**

Les délais de livraison du produit ou du service



**39%**

La prestation du CCC (l'accessibilité, l'usage d'un canal, la personnalité d'un agent, etc.)



**39%**

Le service à la clientèle après-vente (facturation, garantie, service, accessibilité, etc.)



Selon une étude de la SOCAP (2019), le type de plainte le plus souvent reçu concerne aussi les services et produits offerts (77%).



**36%**

Les erreurs dans la commande reçue



**36%**

Promesses de l'entreprise ou de l'agent non tenues / non respectées



**12%**

La sollicitation (appels de téléventes)



**6%**

Visite / Face à face

Autres : Problèmes liés aux promotions et concours

- Vos organisations ont-elles mis les efforts nécessaires afin de mieux comprendre le motif principal d'une plainte dans votre contexte d'affaires?
- Quels sont les éléments « préventifs » à la formulation d'une plainte sur lesquels l'agent a un certain contrôle?



podastock.com - 9544761

# Délai standard moyen de résolution complet d'une plainte traitée par le CCC

Sur 33 entreprises participantes



Téléphone



Courriel



Médias sociaux

Moins d'1 jour

15%

3%

31%

Entre 1 et 2 jours

52%

48%

29%

Entre 3 et 5 jours

9%

9%

6%

Entre 5 et 10 jours

15%

18%

24%

## Delai moyen de résolution tous canaux confondus



Entre 1 et 2 jours



7 jours



0 à 24 heures

En 2014, le délai moyen était de 4,6 jours (Étude Triad 2014-02)

# Existe-t-il un service ou département dédié spécifiquement au traitement des plaintes ?



**64%** des organisations ont un service dédié au traitement des plaintes



**15%** des organisations ont un service de plaintes qui est décentralisé dans l'organisation



**15%** des organisations n'ont pas de service qui s'occupe des plaintes et réclamations. C'est l'affaire de tous.



Selon l'étude l'AMARC (2018), **88%** des 135 entreprises interrogées disposent d'un service dédié au traitement des réclamations.



- Politique de gestion des plaintes
  - 1. Préambule
  - 2. Objectifs
  - 3. Qui peut porter plainte?
  - 4. Champ d'application
  - 5. Principes directeurs
  - 6. Plaintes traitées par le Ministère
  - 7. Plaintes non traitées par le Ministère
  - 8. Agir en concertation
  - 9. La mise en œuvre, le suivi et la révision

- La Déclaration de services aux citoyens constitue l'engagement du ministère du Tourisme quant à la qualité des services qu'il offre et à laquelle les clientèles touristiques et les intervenants de l'industrie touristique **sont en droit de s'attendre** en réponse à leurs besoins.

Une plainte est fondée lorsque l'analyse des faits démontre l'un des éléments suivants :

- Un **manquement** à l'engagement énoncé dans la Déclaration de services aux citoyens;
- Un manquement aux **normes d'usage** en matière de service à la clientèle.
- Généralement, une telle plainte appelle un correctif ou une intervention de la part d'un intervenant du Ministère.
- Une plainte est également fondée lorsque, sans qu'il ait été possible de conclure à un des manquements énoncés précédemment, le Ministère détermine que les informations disponibles permettent de conférer le bénéfice du doute au client et de régler la plainte dans une approche de conciliation. **Dans ce cas, le tout est effectué sans admission aucune de la part du Ministère.** ????????????

- Est-ce que vos énoncés sont rédigés de façon clairs auprès du consommateur qui veut se plaindre?
- Est-ce que votre procédure est bien présentée selon le type d'intervention?
- Est-ce qu'il existe une gouvernance claire sur la gestion des plaintes dans votre organisation?



52%

logiciel uniquement utilisé par les unités responsables du traitement.

12%

logiciel utilisé par l'ensemble de l'organisation pour suivre l'évolution du processus de traitement de la plainte

64%

des entreprises interrogées disposent d'un logiciel pour répertorier une plainte et connaître l'évolution du processus de son traitement afin de renseigner le client.



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

OUI

42%

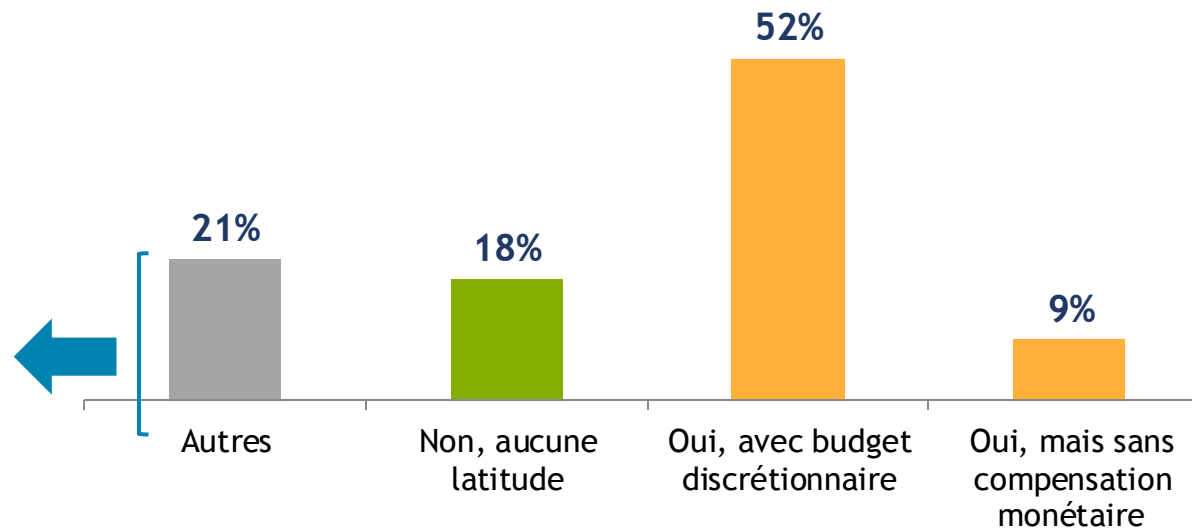
NON

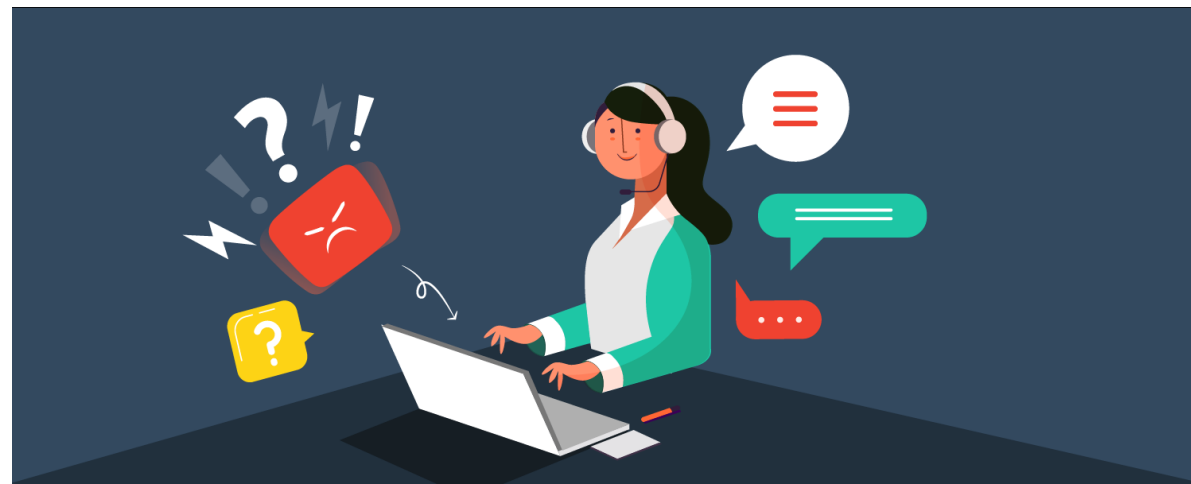
58%



Selon l'étude l'AMARC (2018), 85% des 135 entreprises interrogées disposent d'un outil de gestion des réclamations. Pour 71% d'entre elles l'outil est connectée à leur base de données.

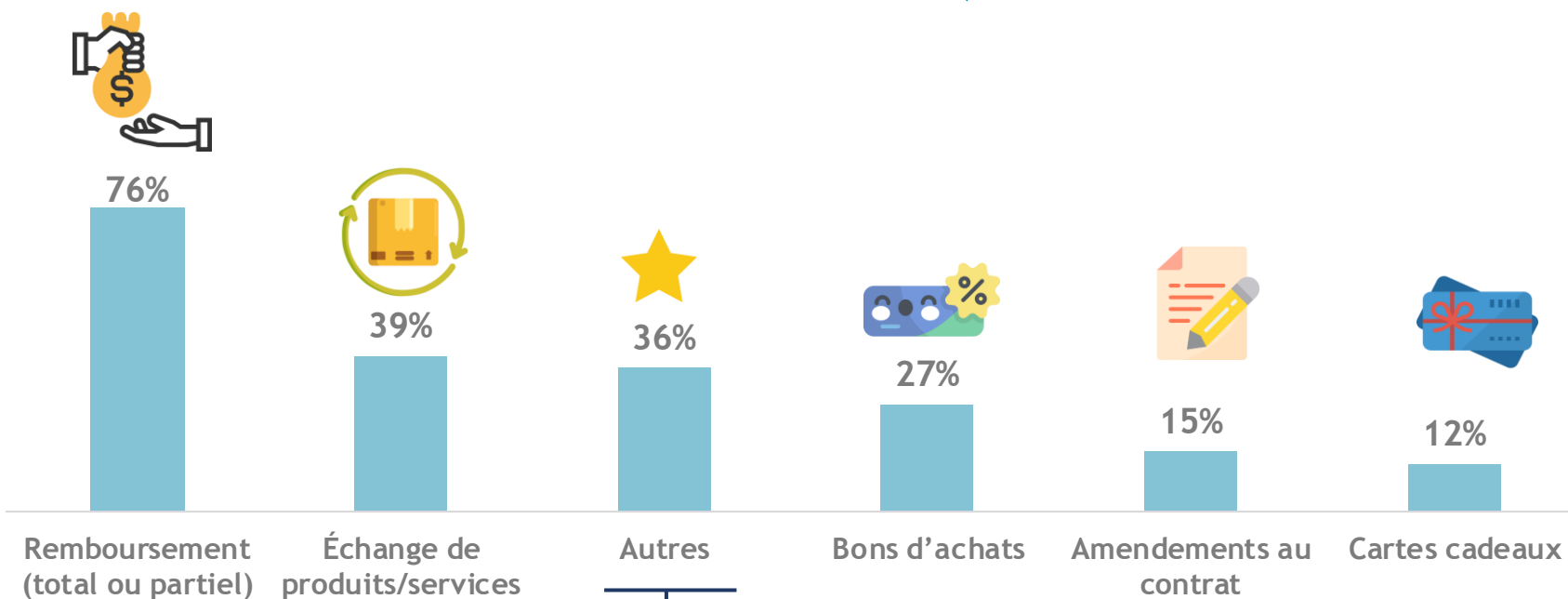
- Ce sont les employés de l'équipe légale gérant les plaintes qui ont une latitude décisionnelle et non les agents
- Les agents décident de la gravité versus la compensation selon des critères précis
- Les agents ont un pouvoir de recommandation





- Est-ce que vous avez développé une liste des clients qui se plaignent fréquemment?
- Est-ce que vos agents comprennent les abus et savent comment dire « non » à une réclamation?

# Quels différents types de compensations accordez-vous à vos clients ?

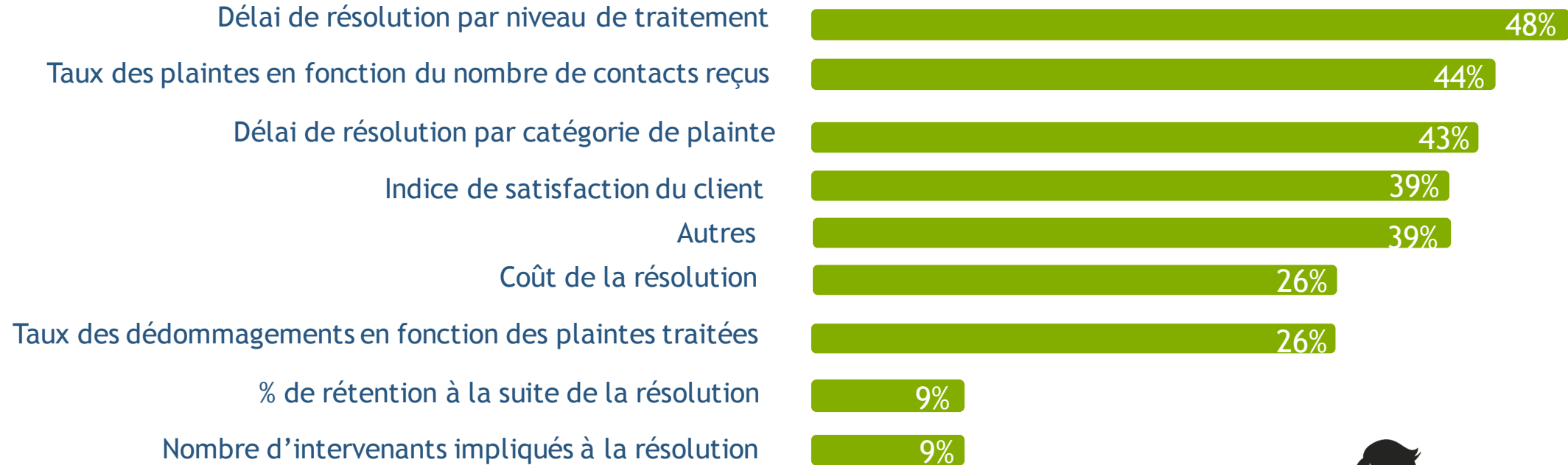


- Titres de courtoisie, crédits non monnayable
- Corriger une erreur ou reconsidérer une décision
- Aucune compensation

Selon l'étude l'AMARC (2018), les principaux types de dédommagements identifiés sont :

- Remboursement (68%)
- Avoir (38%)
- Bon d'achats (32%)
- Échange de produit (20%)
- Cadeau chèque (7%)

# Quels indicateurs de performance utilisés pour mesurer la gestion des plaintes ?



 Selon l'étude l'AMARC (2018), les principaux indicateurs de performance utilisés sont :

- Mesure de satisfaction
- Coût moyen
- Taux de réachat
- Retour sur investissement

Autres indicateurs utilisés :

- Taux des escalades en fonction du nombre d'appels
- Taux de plainte par polices d'assurance en force
- Délais de prise en charge
- Sondage post-résolution



Quel est le pourcentage de personnes déposant une plainte formelle se déclarant satisfaites du processus de gestion de leur requête?



**55%**

Des entreprises interrogées ne mesurent pas ce pourcentage



**33%**

Des répondants ne connaissent pas ce pourcentage



**13%**

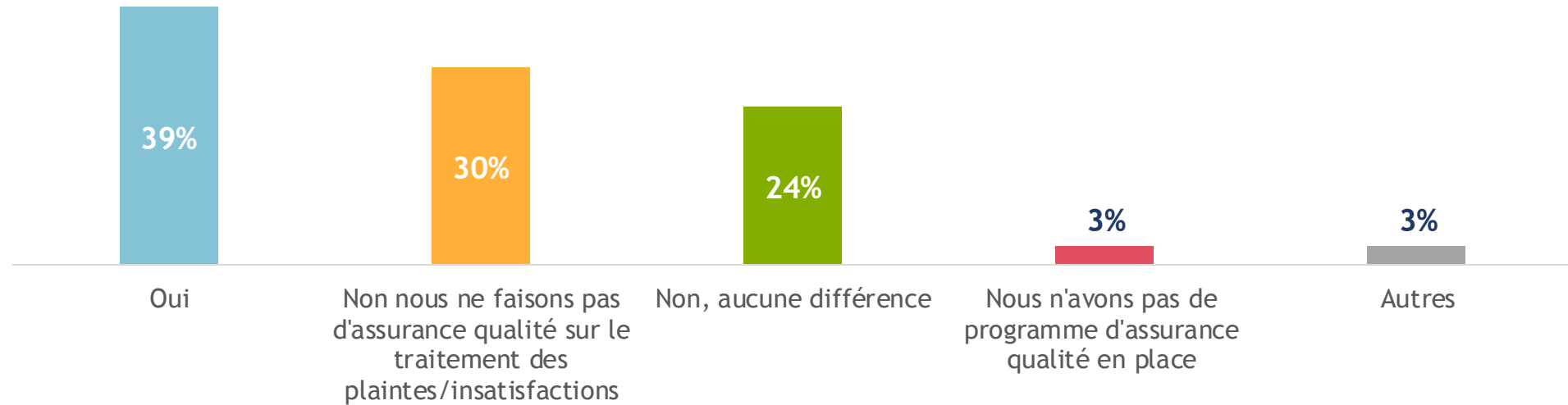
Des entreprises mesurent ce pourcentage

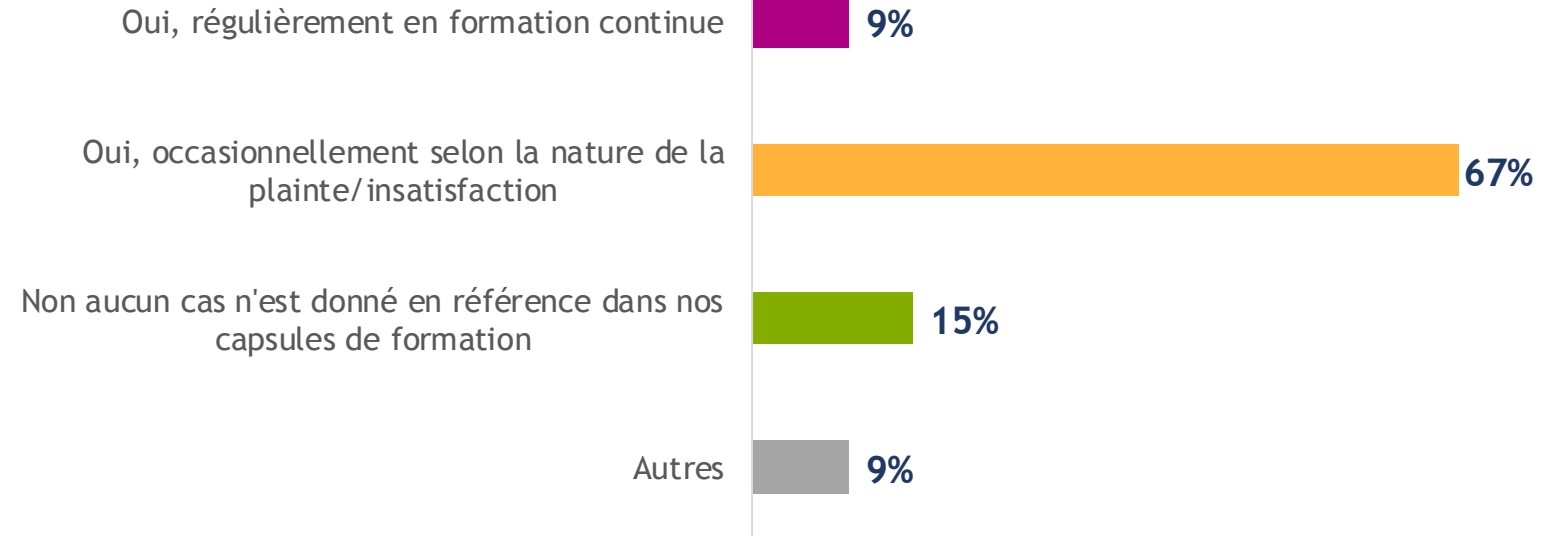


Dans l'étude l'AMARC (2018), sur 128 entreprises interrogées, 63% mesure la satisfaction des réclamants.

En moyenne **88%** des personnes déposant une plainte formelle sont satisfaites de leur processus de gestion

Est-ce que le processus d'évaluation de la qualité du traitement des plaintes est différent de votre processus d'assurance qualité standard?





Doit-on systématiquement partager les détails de résolution avec les acteurs principaux et/ou le reste de l'entreprise ? Un test afin de définir le retour sur investissement serait facile à mettre en place.

**EXEMPLE :** Prenez l'une des plaintes qui a le volume le plus élevé dans votre entreprise, et pour laquelle vous avez une solution réactive (dont l'indice de répétition est assez élevé). Préparez et diffusez une capsule de formation pour vos agents ou pour un groupe d'agents, et mesurez le taux de résolution au premier contact pour ce groupe ou cette activité témoin. Vous pourrez alors décider de l'importance ou non de former ponctuellement vos agents.

- Les 3 signaux à transmettre :

## RESPECT

" Je prends attention à ce que vous me dite "

## EMPATHIE

" Je comprend que c'est une situation désagréable "

## PRISE EN CHARGE

" Je vais prendre en charge afin de donner suite à cette situation "





# Suggestions de lectures

## 10 Tips For Dealing With Customer Complaints

<https://www.forbes.com/sites/nicoleleinbachreyhle/2015/01/08/10-tips-for-dealing-with-customer-complaints/#679a3dd96002>

## Inbound Call Center Strategy to Deal with Customer Complaints

<https://3contactservices.com/inbound-call-center-strategy-to-deal-with-customer-complaints/>

## Best Practices for Handling Customer Complaints

<https://www.nintex.com/blog/best-practices-customer-complaints/>

## 21 Ways to Improve Complaints Handling in Your Contact Centre

<https://www.callcentrehelper.com/21-ways-to-improve-complaints-handling-in-your-contact-centre-84947.htm>

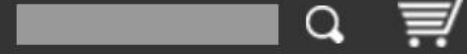
## Bien traiter les réclamations clients, ça ne s'invente pas !

<https://www.qualiblog.fr/principes-generaux-de-la-qualite/traitement-des-reclamations-clients/>

## Comment gérer l'insatisfaction client et transformer le pépin en pépète? 7 bonnes pratiques pour gérer les clients mécontents !

<https://www.conseilsmarketing.com/livres-de-marketing-gratuits/comment-gerer-linsatisfaction-client-et-transformer-le-pepin-en-pepette-7-bonnes-pratiques-pour-gerer-les-clients-mecontents>



[COURSE DESCRIPTION](#)[PURCHASE](#)[ONLINE TRAINING](#)[REVIEWS](#)[JOIN MPC](#)

## *The Right Words at the Right Time...* *Customer Service Recovery for Government* GOVERNMENT SPECIFIC

Finally, an outstanding customer service video **specifically for government**. Engaging, and using convincing scenarios covering real-world customer service dilemmas, *The Right Words at the Right Time* demonstrates practical solutions to the most difficult customer interactions.



*Octobre 2019*



## La communication et l'interaction avec vos agents

Comprendre l'usage et les performances des divers canaux utilisés pour entretenir une relation d'échange, exercer une démarche de mobilisation ou une mise à jour informationnelle.

### Instigateurs de l'étude :



**Josée Bourdages**  
Présidente, Services Triad Inc.

[jbourdages@servicetriad.com](mailto:jbourdages@servicetriad.com)  
Tel.: (514) 992 1544





**Pierre-Marc Jasmin**  
Vice-Président, Services Triad Inc.

[pmjasmin@servicetriad.com](mailto:pmjasmin@servicetriad.com)  
Tel.: 514-931-0663 #226

### Collaborateurs :

Mérodie Joseph  
Alaeddine Daghar

 **Services Triad Inc.**  
2360, rue Notre-Dame ouest  
Bureau 312  
Montréal, Québec  
H3J 1N4

 (514) 931 0663

 [info@servicetriad.com](mailto:info@servicetriad.com)

 [www.servicetriad.com](http://www.servicetriad.com)