

## **LA GESTION DES RECLAMATIONS DES CLIENTS**

### **CONSTAT :**

Réclamation : toute expression de mécontentement adressée à une entreprise, concernant ses produits ou services. Le processus même de traitement des réclamations, duquel une réponse ou une solution est explicitement ou implicitement attendue.

Le consommateur, l'utilisateur final, le détaillant, le bénéficiaire ou l'acheteur qui reçoit le produit. Un client mécontent est un client "perdu".

### **OBJECTIF :**

La gestion des réclamations clients est un outil au service de la communication et de la gestion de la relation client. Elle démontre au client qu'il peut compter sur la détermination de la PME pour résoudre ses problèmes. Si la majorité des réclamations clients est justifiée, il faut toutefois identifier les réclamations prétextes dont le seul objectif est d'obtenir un avantage de l'entreprise.

### **POPULATION CONCERNEE :**

Toutes les personnes en contact avec du public.

### **PRINCIPAUX THEMES ETUDIES :**

- Traiter les réclamations
- Écouter la réclamation du client
- L'analyse des réclamations
- Répondre à la réclamation
- Assurer le suivi du dossier client
- Le rapport de suivi des réclamations
- Relancer les clients mécontents qui ne se plaignent pas.

### **METHODE PEDAGOGIQUE :**

Exercices, études de cas des participants et du formateur. Autodiagnostic. Chaque participant met en œuvre un plan d'action de gestion des réclamations.

### **DURÉE RECOMMANDEE :**

**1 jour – 7 heures.**

**HONORAIRES : La mise en œuvre donne lieu à l'établissement d'un devis.**