#BPAMARC

LES BONNES PRATIQUES DU
MANAGEMENT DE L'INSATISFACTION CLIENT

Comparer son taux de réclamations au taux réel de problèmes

Les clients qui réclament ne représentent qu'une petite partie des clients insatisfaits. Or l'un des objectifs premiers d'un service réclamations est de permettre au plus grand nombre d'insatisfaits de s'exprimer auprès de la marque. Pour pallier en partie à cet écart, un groupe hôtelier demande dans une enquête de satisfaction envoyée à tous ses clients, dans les deux ou trois jours suivant leur séjour à l'hôtel, s'ils ont rencontré des problèmes pendant leur séjour et s'ils ont exprimé ces insatisfactions. Le but de cette enquête est de comparer ce taux à celui des réclamations exprimées.
Ensuite le groupe hôtelier évalue le degré de satisfaction sur la résolution des problèmes sur trois niveaux :
-En dessous de leurs attentes
-A la hauteur de leurs attentes
-Dépassement de leurs attentes

AVANTAGES ENTREPRISE

Bénéficier de pistes d'améliorations très concrètes en terme de collecte et de traitement des réclamations
Permettre de vérifier que l'entreprise propose et favorise réellement différents canaux d'expression d'insatisfaction
Profiter d'un nouvel échange avec le client pour enrichir sa base de données

CONSEILS DE MISE EN PLACE

S'assurer que derrière le mot problème et réclamation le client donne les mêmes définitions

Mail : contact@amarc.asso.fr
Téléphone : +33(0)1 48 24 52 97
Adresse postale : AMARC 67 rue de Chabrol 75010 Paris

Cette bonne pratique a été partagée par Elendil Boulaire (Best Western), dont les coordonnées sont disponibles sur l'extranet.