#BPAMARC

LES BONNES PRATIQUES DU MANAGEMENT DE L'INSATISFACTION CLIENT

Faire remonter les réclamations clients exprimées sur le terrain à la Direction Générale

Dans le secteur de la Distribution, les tendances clients peuvent varier de mois en mois, voire de semaine en semaine.
Dans un souci de rester proche du terrain, Carrefour France a mis en place plusieurs actions concrètes. L'une d'elles est de munir chaque caissier d'un carnet afin qu'il puisse noter les réclamations clients entendues / vécues lors des passages des clients en caisse.
Dès qu'une insatisfaction est écrite, le caissier envoie une photo à une boucle WhatsApp dédiée aux remontées des insatisfactions en caisse.
Tous les samedis soir, le Directeur Général de Carrefour France, Rami Baithiéh, consulte un condensé de l'ensemble des verbatims clients de la semaine et le top 3 des réclamations clients les plus remontées.
Par exemple, en novembre 2022, une des trois réclamations les plus remontées était l'impression des tickets de caisse. Elle semblait inutile pour les clients, notamment dans un souci écologique. Carrefour France a donc arrêté d'imprimer systématiquement les tickets de caisse.
En février 2023, la première réclamation remontée était l'incompréhension des clients face à la non impression de leur ticket de caisse. Cette situation s'explique par l'inflation croissante qu'il y a eu en 4 mois et le besoin client de vérifier le prix de ses achats. Carrefour France a donc remis en place l'impression systématique des tickets de caisse.
En étant en proximité immédiate avec le terrain, l'entreprise a pu orienter ses pratiques pour répondre au besoin client.

AVANTAGES CLIENT

Être pris en compte dans l'expression de sa réclamation, directe ou indirecte

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

#BPAMARC

LES BONNES PRATIQUES DU MANAGEMENT DE L'INSATISFACTION CLIENT

AVANTAGES ENTREPRISE

Être en proximité directe avec le client
Être à l'écoute des besoins / attentes clients et ajuster ses pratiques
Calibrer sa stratégie client en fonction des remontées perçues
Avoir la Direction Générale impliquée dans les réclamations clients

CONSEILS DE MISE EN PLACE

Expliquer aux collaborateurs les objectifs des pratiques mises en place
Définir un processus clair
Mettre en place une boucle de messagerie directe dédiée aux réclamations
Analyser en amont les réclamations
Ritualiser la pratique dans le temps

Cette bonne pratique a été partagée par Rami BAITIEH (Carrefour France) lors de la 58e convention AMARC.

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