



un service



UNE AUTRE IDÉE DU SERVICE

FICHE PRATIQUE / Tous professionnels

Savoir accueillir en toutes situations

GÉRER LES RÉCLAMATIONS



Certaines réclamations sont fondées. D'autres ne le sont pas. Néanmoins, toutes empoisonnent la vie des entreprises commerciales, qui doivent les prendre en compte et y répondre. Un exercice dont on peut néanmoins sortir gagnant à condition de garder à l'esprit que rien ne remplace la diplomatie.

BON À SAVOIR

*DES ÉTUDES INDIQUENT
QUE SI LES PROBLÈMES
DES CLIENTS
MÉCONTENTIS SONT
RÉSOLUS, 90% D'ENTRE
EUX REVIENNENT FAIRE
DES ACHATS*



Pour plus d'informations :

CCI AVEYRON -

www.aveyron.cci.fr

Vous faites le plus beau métier du monde car vous êtes les premiers ambassadeurs de la destination France !

Votre CCI vous propose de suivre son nouveau programme High Hospitality.

Un programme fait pour vous...

Vous pourrez améliorer votre qualité d'accueil, renforcer vos compétences et celles de vos équipes, et ainsi mieux fidéliser votre clientèle et développer votre activité.

Bienvenue à la High Hospitality Academy !

Pour aller plus loin

Il est important de savoir qu'aujourd'hui, les clients insatisfaits utilisent la « viralité » pour le faire savoir.

En fait, ils utilisent un réseau social sur internet, ou un forum pour raconter leurs petites histoires, lesquelles se propagent à toute allure.

Mieux vaut donc gérer toutes les réclamations afin que le client reste sur une bonne impression et positive ses commentaires sur internet.

Formez-vous à la CCI :

[Gérer les clients mécontents ou difficiles](#), [gérer sa e-reputation](#)



Pour plus d'informations, contactez le [Pôle Tourisme](#) ou le [Pôle Commerce](#) de la CCI en fonction de votre activité :
05 65 77 77 00
info@aveyron.cci.fr

Un client se plaint et assombrit votre journée par ses plaintes. Pire, il émet des réclamations. Ce qui n'est pas la même chose. Mais, attention, la palette des réclamations est vaste et mérite des réponses diverses selon leur forme, leur contenu, leur ton.

Les différents types de réclamations

1. Il existe plusieurs types de réclamations : **orales** (par téléphone ou en face à face), **écrites** (par courrier, fax, emails).
2. Certaines réclamations portent **sur le service, sur le produit, sur les prix**.
3. Les réclamations peuvent porter sur des problèmes de natures diverses : **ceux sur lesquels vous avez une prise directe** (service, tarifs, produits...) ou **ceux dont vous n'êtes que des intermédiaires** (marchandises...).
4. Le ton sur lequel est formulé une réclamation est important ; **il peut être agressif et chercher le conflit ou de bonne foi, cherchant l'arrangement**.

Comment réagir ?

1. **Evaluez le ton sur lequel est formulée la réclamation** et le moment où elle est formulée (exemple : un plat renvoyé en fin de repas, une fois qu'il est presque terminé, peut être douteux).
2. **Quelle que soit la situation, restez diplomate** à travers une grande disponibilité, de la compréhension, du calme et de la patience, une courtoisie inébranlable, une volonté d'arranger les choses.
3. **Répondez aux réclamations de toutes les clientèles touristiques** : les clientèles étrangères ou de proximité, fidèles ou occasionnelles, jeunes ou âgées.
4. **Valorisez le client, quelle que soit la situation** : efforcez-vous de valoriser le client qui se plaint en le flattant et le remerciant, tentez de valoriser son problème même si celui-ci est dérisoire et donnez lui l'impression qu'il est au cœur des préoccupations de l'établissement.
5. **Faites en sorte que l'issue soit positive** par le remplacement d'un produit, une réparation, une réduction, un geste commercial, une invitation à revenir... Sur place ou par correspondance, il est indispensable d'**effectuer un suivi afin de vérifier que le client a bien obtenu réparation de son préjudice**.
6. **Le mot d'excuse** : en toutes circonstances, oralement, par courrier ou mail, finissez par vous excuser quels que soient les torts.

Profitez-en pour vous remettre en question. Il convient également de tirer le meilleur parti d'une réclamation, en remettant en question la qualité de vos produits, de vos fournisseurs, de votre personnel... Une réclamation doit être vue comme une opportunité d'améliorer votre offre et non pas comme une simple critique.