



la certification ISO9001 du processus de traitement des réclamations au CA Anjou Maine Une démarche qualité utile pour nos clients et notre entreprise

17 mars 2016, réunion AFOPE

Jean François BOUTOUX, responsable PEPS Crédit Agricole Anjou Maine



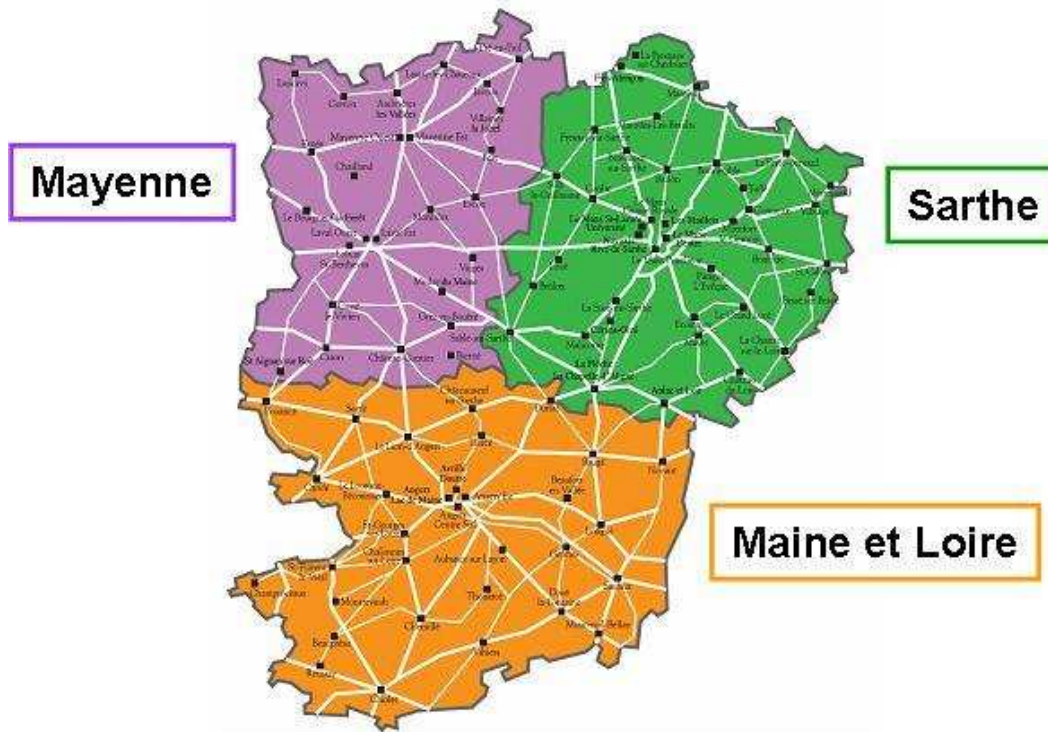
Le bon sens a de l'avenir.

sommaire



- La Caisse du Crédit Agricole Anjou Maine .. en quelques chiffres
- Une construction de notre démarche Qualité réalisée « step by step »
- La certification ISO 9001
- Périmètre de notre certification ISO 9001
- Conditions de réussite pour obtenir la certification iso 9001
- Le pilotage et l'animation
- Les apports pour nos clients
- Les apports pour l'entreprise
- Conclusion

La Caisse Régionale du crédit Agricole Anjou Maine... en quelques chiffres (base 2014)



- 2002 collaborateurs dont 1144 équipiers dans le réseau de proximité
- 202 points de ventes
- 416 automates bancaires
- 434 points verts
- 3 sites administratifs

- 793 000 clients
- 318 000 sociétaires
- Encours de collecte: 19 Mds €
- Encours de crédits : 14 Mds €
- PNB : 462 millions €
- Résultat Net : 114 millions €
- Fonds propres : 2,5 Mds €
- Investissement de 53 millions d'euros sur 5 ans pour rénover 202 points de vente.

Une construction de notre démarche Qualité réalisée « step by step »



2010 – Création d'un secteur Qualité avec équipe PEPS (Performance et Efficacité des Processus et Solutions)

- Recrutement externe d'un Responsable Qualité : expérience industrielle des outils et modes de management de la Qualité
- Création des Correspondants Satisfaction Client des Agences
- Remise à plat des processus en mode « Lean office »
- Lancement des revues semestrielles de processus

2012 – Projet PMT VISEO lancé

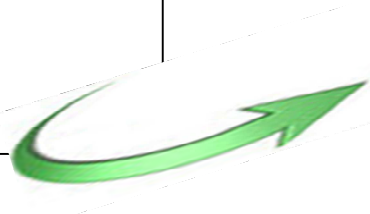
- 6 nouveaux chantiers d'Excellence Opérationnelle réalisés
- PEPS certifié Green Belt six sigma
- Lancement des travaux de Certification du processus demandes clients avec intervention du siège

2011 – Construction du nouveau PMT

- Prise de conscience de la nécessité de la Très Grande Satisfaction
- Lancement de la démarche d'Excellence Opérationnelle
- Lancement de 5 IRC événements mensuels

2013 – Processus Demandes clients avec intervention du Siège certifié ISO 9001

- Resp PEPS certifié Black Belt six sigma
- 3 nouveaux chantiers d'Excellence Opérationnelle



Une construction de notre démarche Qualité réalisée « step by step »

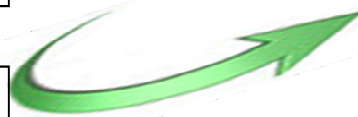


2014

- **1^{er} audit de suivi AFNOR**
- Formation à l'audit qualité interne
- Mise en œuvre d'un dispositif de gestion de projets
- 4 nouveaux chantiers d'Excellence Opérationnelle

2016

- **1^{er} audit de renouvellement**
- Nouvelle équipe d'auditeurs
- Seulement 3 points sensibles
- Travaux en cours pour passage norme iso 9001 version 2015 sur audit 2017
- Projet d'extension du périmètre de la certification sur prêts agri et pro



2015 : Co construction du nouveau PMT AGILEO

- Projet Co construit avec administrateurs et équipiers
- **4 dimensions :**
- L'utilité pour nos clients et sociétaires
- L'action et le développement sur le territoire
- L'expertise et le comportement des femmes et des hommes
- La compétitivité et l'agilité
 - Le « bien faire du 1er coup » ressort comme un point important
- **20 projet prioritaires** sont lancés pour atteindre ces objectifs

la certification ISO 9001



La certification ISO 9001 - Qu'est-ce que c'est ?

- C'est le moyen d'attester, par l'intermédiaire d'un organisme certificateur qui représente nos clients, de **notre aptitude à fournir un service conforme** aux exigences de nos clients et aux exigences réglementaires.

"C'est comme si nos clients avaient le pouvoir de venir voir ce que l'on fait pour répondre à leurs exigences et comment on le fait"

- Elle permet de renforcer l'organisation en "obligeant" l'Entreprise à :
 - Formaliser son organisation pour répondre aux attentes de nos clients (= Système de Management de la Qualité ou SMQ),
 - Décrire nos modes de fonctionnement internes (= processus),
 - Déterminer les ressources nécessaires au fonctionnement et au pilotage de l'Entreprise,
 - Examiner les résultats vis-à-vis de la satisfaction client,
 - Mettre en place une démarche d'amélioration continue afin de s'assurer d'apporter toujours le service attendu par le client.

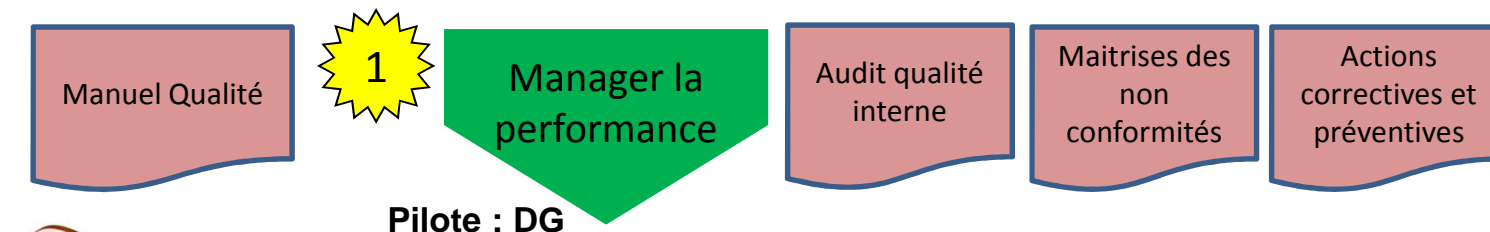




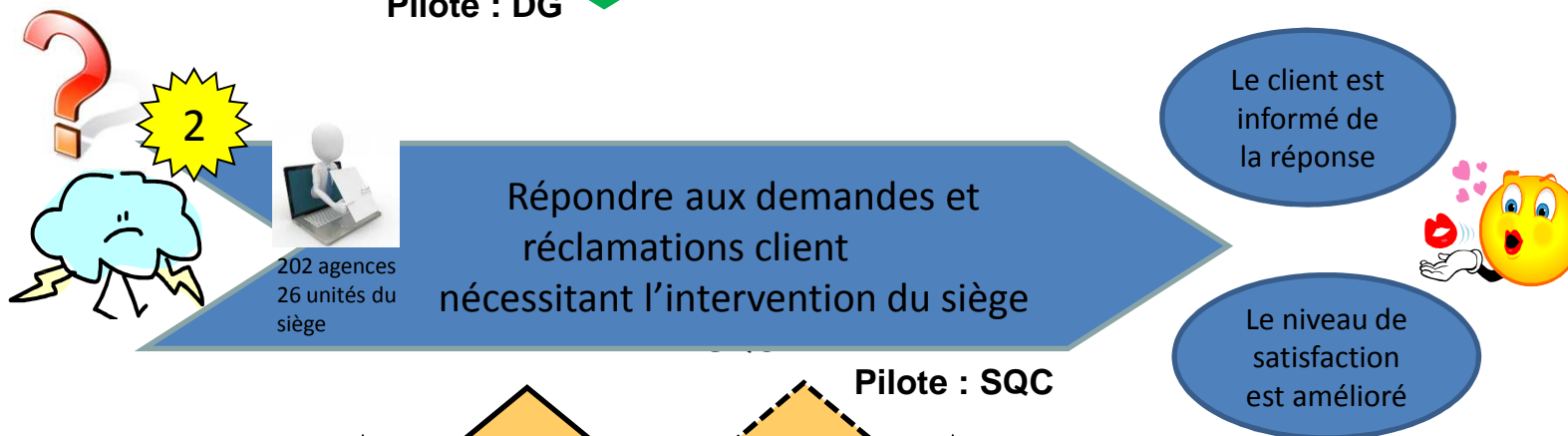
Périmètre de notre certification ISO 9001



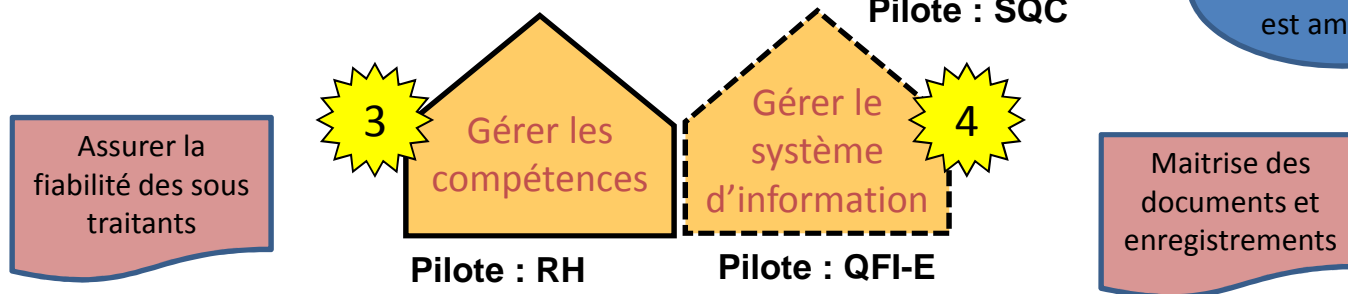
management



réalisation



support



= procédures



Conditions de réussite pour obtenir la certification iso 9001



- Sponsor au bon niveau (niveau DG)
- Pilotage en mode projet
- Appropriation des « attendus » de la norme
- Ressources disponibles
- Un dispositif qualité mature :
 - Un responsable de processus nommé et bien embarqué
 - Une Carte d'identité du processus certifié
 - Un suivi régulier des indicateurs de pilotage
 - Une amélioration continue du processus (plan d'actions vérifiées efficaces)
- Des auditeurs internes formés pour les Audits Qualité Interne
- Un audit « à blanc » sécurisant le passage des auditeurs de l'organisme certificateur

Répondre aux demandes et réclamations clients nécessitant l'intervention du Siège						
Emploieement informatique - ID Doc						
Référence : CIPR		Pilote		Fabienne HALLEAUX		
Finalité du processus : Garantir une réponse à la demande exprimée par le client dans le délai annoncé		Responsable		Bernice TARDIVEL		
Version numéro 10						
Mise à jour des objectifs pour 2016 : ordonnance du 20 août 2015 relative au régime d'extrajuridiction des litiges de consommation (dont médiation)						
Les clients et autres parties prenantes			Exigences et attentes			
Les clients de la Casse ANJOUAINE, ayant formulé une demande (R), non-clients qui, successivement peuvent à la fois formuler une demande			Une réponse à leur demande dans le délai qui leur a été annoncé			
Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR), Médiateurs (auprès de la FOF, assurances, AMP), Direction de la Casse ANJOUAINE			Recommandation ACPR 2011.05 relative au traitement des réclamations applicable au 1 ^{er} septembre 2015 et modification AMP Lettre jointe CA la du 19/07/2012 et du 4/10/2015, Ordonnance du 20/08/2015, et décret du 10/10/2015 relatif au régime extrajuridiction des litiges de consommation (dont médiation)			
Sous-traitants : C&I TECHNOLOGIES sur WDRIC, cabinet G&A sur enquêtes clients, Cédex agence client d'Amor sur le traitement des lettres ACA			Sociétés ACH (CR2) : Convention de coopération et PREE			
Indicateurs de résultat (suivi mensuel par la direction générale)			Indicateurs d'attente (suivi mensuel par la direction générale)			
Note enquêtes mensuelles TGS client sur la rubrique « Demandes »			Suivi AFNOR 48h (2 semaines)			
→ Objectif intermédiaire 2016 : 3 / 10			Prise en charge sous 48h (2 jours ouvrés) d'une réclamation/demande par les unités de siège (sous la validité et sous le contrôle)			
→ Objectif 2016 : 4 / 10			Suivi AFNOR 2 mois			
→ Objectif 2016 : 5 / 10			Suivi au contrôle hebdo par SQC sur les réclamations non closes (en cours de traitement) au terme des 2 mois ACPR			
→ Objectif 2016 : 6 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 7 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 8 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 9 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 10 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 11 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 12 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 13 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 14 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 15 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 16 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 17 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 18 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 19 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 20 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 21 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 22 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 23 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 24 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 25 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 26 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 27 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 28 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 29 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 30 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 31 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 32 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 33 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 34 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 35 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 36 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 37 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 38 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 39 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 40 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 41 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 42 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 43 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 44 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 45 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 46 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 47 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 48 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 49 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 50 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 51 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 52 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 53 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 54 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 55 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 56 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 57 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 58 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 59 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 60 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 61 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 62 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 63 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 64 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 65 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 66 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 67 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 68 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 69 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 70 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 71 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 72 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 73 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 74 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 75 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 76 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 77 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 78 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 79 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 80 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 81 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 82 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 83 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 84 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 85 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 86 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 87 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 88 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 89 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 90 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 91 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 92 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 93 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 94 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 95 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 96 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 97 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 98 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 99 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			
→ Objectif 2016 : 100 / 10			→ Objectif : 100 % des clients clients concernés sont destinataires d'une lettre			



Le pilotage et l'animation



- Un suivi hebdomadaire du correspondant qualité et du manager sur les réclamations en cours



- Un tableau de bord mensuel qui reprend les volumes, les délais moyens et motifs de réclamations

PILOTAGE MENSUEL du traitement des demandes et réclamations clients saisies par les agences DEPUIS LE 1er JANVIER 2016

Indicateurs sur lesquels l'agence doit agir en relevant les demandes et réclamations dans CESAME 2 (demandes ou réclamations de FEDS)

En vert ok Pour action

REGION	AGENCE	POINT DE VENTE	ANALYSE DU CAS EN 1er JOURNALE (100%)	SANS RECLAMATION	DOSSIS COMPLETS AU BUREAU	DOSSIS EN COURS A LA DATE	DOSSIS EN COURS DE TRAITEMENT (EN %)	DOSSIS EN COURS DE TRAITEMENT (EN %)	RECLAMATIONS EN COURS DE TRAITEMENT (EN %)	RECLAMATIONS EN COURS DE TRAITEMENT (EN %)	RECLAMATIONS EN COURS DE TRAITEMENT (EN %)	RECLAMATIONS EN COURS DE TRAITEMENT (EN %)
SON ANGE	ANGERS S MAR	ANGERS MAR	86	81	1	2	96%	2%	1	96%	0	0
SON ANGE	ANGERS S MAR	ANGERS MAR	20	20	0	0	100%	0%	1	95%	0	0
SON ANGE	ANGERS S MAR	ANGERS MAR	110	110	1	2	97%	2%	1	95%	0	0
SON ANGE	ANGERS S MAR	ANGERS MAR	40	40	1	1	100%	0%	0	96%	0	0
SON ANGE	ANGERS S MAR	ANGERS S MAR	125	123	1	1	98%	1%	2	94%	0	0

- Un suivi mensuel en Comité de Performance Opérationnelle des indicateurs et plans d'actions qualité

Point d'avancement

Indicateur	Objectif	Actuel	Écart	État
INDICATEUR QUALITE				
Respect du délai de traitement des réclamations	95%	94%	-1%	Orange
Respect du délai de traitement des réclamations	90%	89%	-1%	Orange
Classement des réclamations en cours de traitement	4 points	3,5	-0,5	Orange
INDICATEUR PERFORMANCE				
Proportion des réclamations traitées en moins de 24h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 48h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 72h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 96h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 120h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 144h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 168h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 192h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 216h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 240h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 264h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 288h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 312h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 336h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 360h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 384h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 408h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 432h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 456h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 480h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 504h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 528h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 552h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 576h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 600h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 624h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 648h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 672h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 696h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 720h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 744h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 768h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 792h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 816h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 840h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 864h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 888h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 912h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 936h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 960h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 984h	1	0,8	-0,2	Orange
Proportion des réclamations traitées en moins de 1008h	1	0,8	-0,2	Orange

- Des réunions régulières avec les correspondants qualité



Les apports **pour nos clients** de la certification du processus traitement des réclamations clients



- Une augmentation de la TGS sur les items mesurés et l'IRC



+11 points sur IRC en 2 ans

- Des engagements de délai dans la réponse apportée selon les motifs traités avec une remise d'un AR

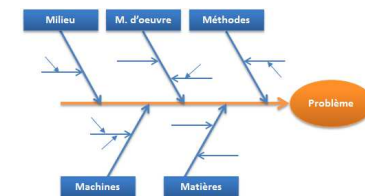


Délai moyen : 6 J contre 12j en 2012
Respect délai : 90%

- Un suivi et traçabilité des réclamations dans n'importe quel point de vente



- Un traitement des causes profondes pour les récurrences



© www.managingo.com

Les apports pour l'entreprise de la certification du processus traitement des réclamations clients



- Meilleure synergie entre réseau de proximité et unités du siège



- Un des points forts ressorti par les auditeurs de l'AFNOR
- Des compétences en progression

- Une dynamique de progrès continue qui s'installe



- 159 actions d'amélioration suivies depuis 2013

- Une baisse des réclamations clients depuis 2013



- 8% de réclamants en 2012 contre 4,5% en 2015
- 29000 réclamations traitée en 2014 contre 25000 en 2015

- Une démarche qui nous a permis de bien anticiper les contraintes réglementaires (délai des 2 mois ACPR)



- Un suivi centralisé à SQC des réclamations de plus de 2 mois

Conclusion

