

2. Traiter une réclamation

Une réclamation est une chance : elle permet non seulement d'exercer votre professionnalisme et soigner la fidélité de votre clientèle, mais surtout d'améliorer votre pratique.

La première chose à mettre en place est de proposer différents canaux pour obtenir ces retours clients. Concrètement, cela peut être simplement par sa présence lors d'événements ou de marchés, en laissant son adresse e-mail ou sa page Facebook, voire son numéro de téléphone sur ses produits.

Dès que vous recevrez une réclamation, il est important d'accuser réception et d'éventuellement annoncer un délai de résolution (p.ex. votre message m'est bien parvenu et vous en remercie. J'y répondrai dans les 2-3 prochains jours.). Vous pouvez également y répondre immédiatement, mais il est parfois utile de se donner le temps de réaliser une analyse sereine de la situation selon la gravité de la

**« Quelle que soit la réclamation, fondée ou infondée,
gardez toujours votre empathie, calme et politesse ! »**

réclamation.

Lors de l'analyse de la situation, il est nécessaire de laisser le bénéfice du doute au client jusqu'à ce que la preuve du contraire soit apportée.

Si une erreur se situe de votre côté, ou si l'origine de l'erreur ne peut être identifiée, dans les cas bénins, nous vous recommandons de réaliser un geste vis-à-vis de votre client mécontent. Il peut s'agir d'un remboursement, d'un échange de produits ou d'une prestation complémentaire.

Il peut être également utile de garder toute trace des réclamations que vous glanez au fur et à mesure de vos exercices. Elles vous permettront de garder un suivi, de vous améliorer constamment et de repérer les comportements opportunistes.