

**MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE**

**ÉCOLE NATIONALE SUPÉRIEURE DE MANAGEMENT
ENSM. Pôle Universitaire de KOLÉA**



MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

Master en Management par la qualité

**Contribution à la mise en place d'un processus de traitement
des réclamations clients dans un établissement hôtelier selon la
norme ISO 10002 version 2018
Cas : département d'hébergement - hôtel New Day Alger**

Elaboré par : ABBES Abdelhak

Encadré par : Dr NAFA Aziz

Juin2019

RESUME

La relation avec les clients est devenue un atout majeur d'un système de management de qualité pour les hôtels.

le processus de traitement des réclamations clients est l'un d'importants processus de système de management de qualité, de ce fait nous avons contribué par une étude qualitative à mettre en place ce processus au département hébergement de l'hôtel New Day selon les exigences de la norme ISO 10002 version 2018, à travers un diagnostic de l'existant, et un plan d'action et des documents proposés à mettre en place, pour mieux gérer les réclamations afin d'améliorer la qualité de service de l'hôtel.

Mots clés : Processus, traitement de réclamation, ISO 10002 version 2018.

ABSTRACT

The relationship with customers has become a major asset of a quality management system for hotels.

The customer complaint process is one of the important quality management system processes, so we have helped by qualitative study to put this process in place at the New Day Hotel Accommodation department according to the requirements of the standard ISO 10002 version 2018, through a diagnosis of the existing, and an action plan and documents to put in place, in order to better manage complaints to improve the quality of service of the hotel.

Key words: Process, customer complaint handling, ISO 10002 version 2018.

ملخص

العلاقة مع الزبائن من النقاط الرئيسية لنظام إدارة الجودة بالنسبة للفنادق. تعد عملية معالجة شكاوى الزبائن واحدة من أهم عمليات نظام إدارة الجودة ، لذلك فقد ساعدنا عن طريق دراسة كمية في وضع هذه العملية في قسم الإقامة في فندق نيو داي وفقاً لمتطلبات معيار أيزو 10002 إصدار 2018 ، من خلال تشخيص الوضع ، وخطة العمل والوثائق المقترحة الواجب وضعها ، من أجل إدارة الشكاوى بشكل أفضل لتحسين جودة خدمة الفندق.

الكلمات المفتاحية : العملية ، التعامل مع شكاوى العملاء، أيزو 10002 إصدار 2018.

REMERCIEMENT

Je remercie dieu tout puissant qui m'a donné le courage et la volonté pour mener à terme mon travail.

Je tiens à exprimer ma reconnaissance, mon respect et mes sincères remerciements :

A mon encadreur Monsieur NAFA Aziz, pour ses recommandations, ses conseils et sa disponibilité.

A tout le personnel de l'hôtel New Day Alger et notamment Monsieur BENAMOKRANE Sifeddine, qui m'a beaucoup aidé pour la réalisation du cas pratique.

Je remercie vivement, aussi, mes parents et toute ma famille pour leur aide et pour leur assistance qui m'ont permis de réaliser ce mémoire dans un climat serein et confiant.

Je remercie tout mes amis : Nafaa, Nadjib, Iyes, Ferhat, Fadéla, Belkacem, pour leurs soutiens.

Enfin mes remerciements s'adressent à tous ceux ou celles qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce mémoire.

TABLES DES MATIERES

RESUME.....	I
REMERCIEMENT	II
TABLES DES MATIERES	III
LISTE DES TABLEAUX	V
LISTE DES FIGURES	VI
LISTE DES ABRÉVIATIONS	VII
INTRODUCTION GENERALE	1
CHAPITRE I : PRESENTATION GENERALE D'ENTREPRISE D'ACCUEIL	5
Section 1 : L'hôtellerie en Algérie.....	6
1.1 Politique de l'Algérie en vers le tourisme.....	6
1.2 Généralités sur l'hôtellerie.....	7
1.3 Parc hôtelier en Algérie	9
1.4 Organisation et fonctionnement du département hébergement.....	12
1.5 Le rôle de l'hôtellerie.....	13
Section 2 : Présentation de l'hôtel New Day Alger.....	14
2.1 Présentation de l'hôtel New Day Alger	14
2.2 Organigramme de l'hôtel New Day Alger	16
2.3 Cartographie des processus proposé à l'hôtel New Day Alger	18
CHAPITRE II : LE MANAGEMENT DE LA QUALITE ET LE PROCESSUS TRAITEMENT DE RECLAMATIONS CLIENT AU SEIN DES ETABLISSEMENT HOTELIERS	20
Section 1 : Le management de la qualité.....	21
1.1 Définition du management.....	21
1.2 Le fonctionnement du management.....	22
1.3 La notion qualité	23
1.4 Le management de la qualité :	26
1.5 L'approche processus	27
1.6 Le processus en management	28
1.7 Les avantages d'un système de management de la qualité	29
1.8 La qualité dans les établissements hôteliers algériens	30
Section 2 : Le processus de traitement de réclamation client.....	31
2.1 La gestion de relation client CRM	31
2.2 Définition et caractéristique de la réclamation client.....	34
2.3 La carte de la réclamation client et les modes de sa transmission	35
2.4 les enjeux du traitement des réclamations client.....	36

2.5 Le processus de traitement de réclamation client et le système de management de la qualité.....	39
2.6 Recommandations pour réussir le processus de traitement de réclamation client	41
2.7 Les étapes pour mettre en place un processus de traitement de réclamation client selon la norme ISO 10002 version 2018.....	42
CHAPITRE III : LA MISE EN PLACE D'UN PROCESSUS DE TRAITEMENT DE RECLAMATION CLIENT SELON LA NORME ISO 10002 VERSION 2018	49
Section 1 : Diagnostic de processus de traitement de réclamation à l'hôtel New Day	50
1.1 Périmètre d'étude de cas	50
1.2 Diagnostic de traitement de réclamation client au niveau de l'hôtel par rapport à la norme ISO 10002 version 2018.....	51
Section 2 : Proposition d'un plan d'action.....	56
2.1 Communication.....	56
2.2 Réception de la réclamation.....	57
2.3 Suivi de réclamation	58
2.4 Accusé de réception des réclamations	58
2.5 Evaluation de la réclamation initiale.....	58
2.6 Etude des réclamations	59
2.7 Résolution de réclamation	59
2.8 Communication de la décision.....	62
2.9 Clôture de la réclamation.....	62
2.10 Recueil des informations	62
2.11 Analyse et évaluation des réclamations	62
2.12 Satisfaction par rapport au processus de traitement des réclamations	62
2.13 Surveillance du processus de traitement des réclamations.....	62
2.14 Audit du processus de traitement de réclamation client.....	63
2.15 Revue de direction du processus de traitement des réclamations	63
2.16 Amélioration continue	63
Section 3 : Les recommandations	64
3.1 Recommandations personnelles.....	64
3.2 Recommandations de la norme ISO 10002 version 2018	65
CONCLUSION GENERALE	66
Bibliographie	69
ANNEXES.....	71

LISTE DES TABLEAUX

Tableau N° 1: Capacité de parc hôtelier national (lits) par catégorie (2015-2017).....	10
Tableau N° 2 : Capacité d'hébergement (lits) par secteur juridique (2015-2017)	10
Tableau N° 3 : Les normes de classements des hôtels 4 étoiles Selon la législation Algérienne	11
Tableau N° 4 : les dix principes clés de CRM.....	33
Tableau N° 5 : Les caractéristiques des réclamants	35
Tableau N° 6 : Les modes de transmission d'une réclamation	36
Tableau N° 7 : Les motifs de réclamation client à l'hôtel New Day Alger.....	51
Tableau N° 8 : Check list de conformité de département hébergement aux exigences de la norme ISO 10002 version 2018.....	53
Tableau N° 9 : Tableau de suivi de réclamations	58

LISTE DES FIGURES

Figure N° 1 : Situation du parc hôtelier en Algérie par secteur juridique.....	11
Figure N° 2 : L'organigramme de l'hôtel New Day Alger	17
Figure N° 3 : Cartographie des processus de l'hôtel New Day Alger	18
Figure N° 4 : Schéma du processus de Management	22
Figure N° 5 : La Roue de Deming PDCA	25
Figure N° 6 : La qualité d'un produit	26
Figure N° 7 : Représentation d'un processus	29
Figure N° 8: La carte des réclamants	35
Figure N° 9 : Probabilité de rachat pour les client	38
Figure N° 10 : Plan d'audit interne.....	52
Figure N° 11 : Fiche de réclamation client de l'hôtel New Day	57
Figure N° 12 : Fiche de procédure de résolution de la réclamation client de l'hôtel New Day	61

LISTE DES ABRÉVIATIONS

AACC : Association des agences de conseils en communication.

AFNOR : Association Française de Normalisation.

CRM : Customer Relationship Management.

ENSM : Ecole Nationale Supérieure de Management.

ENST : Ecole Nationale Supérieure du Tourisme.

ISO : International Organization for Standardization (Organisation Internationale de normalisation).

OMT : Organisation Mondiale du Tourisme.

ONTT : Office Nationale du Tourisme Tunisien.

PDCA : Plan – Do – Check – Act.

SDAT : Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique.

INTRODUCTION GENERALE

Le tourisme représente aujourd'hui un secteur économique important dans de nombreux pays développés comme dans des pays en cours de développement, qui en font un facteur indispensable de leur développement. D'après l'O.M.T (organisation mondiale du tourisme) les voyages internationaux se situent à la troisième place dans le classement des grands secteurs du commerce mondial. Le chiffre d'affaires du tourisme n'est précédé que par ceux des industries de pétrole et de l'automobile. le secteur du tourisme en Algérie représente l'alternative du pétrole au futur. C'est pourquoi l'Algérie a décidé de donner au tourisme une dimension à la mesure de ses potentialités et de ses atouts ,et cela par le lancement de SDAT « le schéma directeur d'aménagement touristique, à l'horizon 2030 qui est un instrument d'aménagement permettant de développer la capacité contributive du tourisme à l'économie nationale dans le respect humain, identitaire, environnementale et patrimonial »¹.

L'hôtellerie représente une activité et un levier moteur pour le développement du secteur touristique, car elle constitue un soutien à la croissance et une source de création de richesses, d'emplois et de revenus durables d'où l'importance de la question de l'hôtellerie.

Pour les dirigeants des hôtels, la qualité est la première préoccupation, surtout les hôtels haute gamme qui ont une clientèle de plus en plus exigeante qui cherchent toujours une meilleure qualité, et dans le cas échéant elle exprime souvent ses mécontentements par une réclamation, ce feedback doit être vu par les hôtels comme une source d'information importante, et une chance à saisir pour améliorer la qualité de service et fidéliser les clients. Le processus de traitement de réclamation client fait partie de plusieurs processus qui constitue le système de management de la qualité qui est pour but de satisfaire le client et le fidéliser en focalisant sur une approche orientation client, ce processus stratégique permet aux entreprises de résoudre les problèmes de relation avec la clientèle de façon systématique et efficace.

L'hôtel New Day Alger est parmi les hôtels haute gamme, fraîchement opérationnel sur la capitale Alger. Cet hôtel d'affaire se situe au milieu d'un marché très concurrentiel en matière d'hôtellerie de luxe, en présence de nombreux hôtels de quatre et de cinq étoiles, locaux ou de grandes chaînes internationales qui ont déjà leurs positionnements sur ce marché tel que hôtel EL Aurassi, Lamaraz arts hôtel, hôtel Oasis, hôtel Mercure Alger

¹Mme Ammi Moussa, cours 3eme année gestion hôtelière et touristique, Aménagement touristique, Alger, ENST, 2015.

Aéroport, hôtel Hilton Algiers, et l'ouverture de nouveaux hôtels en 2019 tel que Hyatt Regency Alger Aéroport, M Suite Hotel Alger et hôtel Ferdi Lilly qui ont renforcé la concurrence sur le marché. Dans ce milieu l'hôtel New Day Alger cherche à mieux se positionner par rapport à ses concurrents pour augmenter sa part de marché, pour cela il s'appuie sur la qualité de ses services.

Dans notre cas nous nous sommes intéressé à cet hôtel, dans l'objectif d'effectuer un travail de recherche, qui nous permet d'accompagner l'hôtel dans une démarche d'amélioration de qualité à travers la mise en place du processus de traitement des réclamations clients.

Dans cet ordre d'idées, et pour connaître le périmètre de notre travail de recherche, nous avons décidé de mener ce travail afin de répondre à notre question détaillée dans la problématique.

Problématique :

L'activité hôtelière est constituée d'une composition des fonctions différentes mais cohérentes entre elles pour arriver à des objectifs communs prédéfinis. L'organisation du travail en hôtellerie a connu une évolution importante et rapide grâce à la normalisation de cette activité, et à l'émergence des nouvelles technologies. Ce développement de structures organisationnelles hôtelières a contribué dans la création des nouvelles activités et tâches.

L'approche processus est l'un de plusieurs systèmes qui aide à améliorer les tâches des hôtels pour l'optimisation des activités, en déterminant des processus clés qui répond aux besoins des clients.

Le processus de traitement des réclamations client est l'un des processus qui font la différence entre les hôtels, en améliorant la qualité de prestation hôtelière, ce qui permet de satisfaire la clientèle.

Dans ce contexte nous avons posé la problématique suivante :

- **Comment améliorer la qualité de service d'un hôtel à travers le processus de traitement de réclamation client selon la norme ISO 10002 version 2018 ?**

Pour y répondre il est nécessaire de savoir :

- Comment il est conçu un processus de traitement des réclamations clients ?
- Comment le processus de traitement des réclamations clients influence sur la qualité de service ?
- Quelle importance représente le traitement des réclamations clients à un établissement hôtelier ?

Pour répondre à ces interrogations nous avons formulé les hypothèses suivantes :

- Processus de traitement de réclamation a trois 3 phases : enregistrement – traitement – clôture.
- Le traitement de la réclamation diminue les insatisfactions d'un client et aide à améliorer la qualité de service dans un hôtel.
- Le processus de traitement de réclamation client déterminé dans la norme ISO 10002 version 2018 est un avantage pour se différencier par rapport aux concurrents.

Plan de travail :

Pour mener à bien notre travail et afin de traiter notre problématique d'étude, nous avons opté pour un plan de travail qui est devisé en trois chapitres à savoir :

Le premier chapitre : il représente le secteur d'hôtellerie en Algérie, puis une présentation générale de l'entreprise d'accueil.

Le deuxième chapitre : traite le management de la qualité et le processus de traitement des réclamations clients.

Le troisième chapitre : consacré à un cas pratique au sein de l'hôtel New Day Alger, ce chapitre contient le diagnostic de l'hôtel effectué par nous même et le plan d'action que nous l'avons proposé, et à la fin nos recommandations pour l'hôtel.

Enfin et en conclusion nous présentons les résultats de notre travail et nous répondons à la problématique.

**CHAPITRE I : PRESENTATION
GENERALE D'ENTREPRISE
D'ACCUEIL**

Afin de faciliter l'assimilation du sujet par le lecteur, nous avons jugé nécessaire d'entamer ce travail de recherche par un chapitre sur l'hôtellerie en Algérie, nous allons voir une analyse de la politique touristique algérienne, une présentation des généralités sur l'hôtellerie, aussi l'activité hôtelière en Algérie, pour arriver enfin à présenter l'hôtel où nous avons effectué notre travail de recherche.

Section 1 : L'hôtellerie en Algérie

L'hôtellerie est l'un des secteurs stratégiques du tourisme, nous allons voir avant les généralités sur l'hôtellerie et l'état de cette dernière en Algérie, la politique de l'Algérie en vers le tourisme dans sa globalité.

1.1 Politique de l'Algérie en vers le tourisme

Selon le SDAT (schéma directeur d'aménagement touristique) élaboré par le ministère du tourisme et de l'artisanat algérien, le tourisme n'est plus un choix, c'est un impératif national.

Le tourisme dans le monde est aujourd'hui de plus en plus considéré comme le moteur du développement durable par ses effets d'entraînement à des autres secteurs (Agriculture, Artisanat, Culture, Transports, Services, BTPH, Industrie...). Il constitue un soutien à la croissance et une source de création de richesses, d'emplois et de revenus durables.

Attentive aux expériences des pays voisins et de ceux considérés comme ayant enregistré des succès en matière d'activités touristiques, s'inspirant de leurs réussites mais aussi de leurs déconvenues, l'Algérie a décidé de donner au tourisme une dimension à la mesure de ses potentialités et de ses atouts.

Il s'agit désormais d'accompagner et d'encadrer la montée en puissance du tourisme national et de l'insérer dans les circuits commerciaux du tourisme mondial par l'émergence de la destination Algérie comme destination touristique de référence au plan international.

Cependant, la construction d'une Destination Nationale labellisée requiert la définition d'une démarche organisée et durable permettant de doter l'activité touristique de la lisibilité et de la visibilité nécessaires à la consécration d'une économie touristique alternative aux ressources tarissables et non renouvelables que sont les hydrocarbures.

En termes d'objectifs, et au-delà des aspirations à contenu essentiellement économique, la législation algérienne réaffirme la volonté de l'État de préserver l'environnement,

d'améliorer le cadre de vie, de valoriser et surtout de pérenniser notre capital naturel et culturel. S'inscrivant en droite ligne dans cette politique, la nouvelle politique touristique s'appuie avant tout sur la mise en valeur des régions et des territoires en se fondant sur leurs atouts et leur attractivité, tout en mobilisant les acteurs qui y vivent. La nouvelle politique touristique poursuit trois objectifs majeurs :

- 1- Améliorer les équilibres macroéconomiques: l'emploi, la croissance, la balance commerciale et financière et l'investissement.
- 2- Déclencher des effets d'entraînement sur les autres secteurs (Agriculture, Artisanat, Culture, Transports, Services, BTPH, Industrie, Emplois...).
- 3- Aider à la socialisation des échanges et à l'ouverture tant au niveau national qu'international.

De ce fait le tourisme est une priorité nationale.

Le tourisme n'est plus désormais un choix, c'est un impératif. Il constitue une ressource alternative aux hydrocarbures en tant que ressource épuisable au cours de ce siècle.

La prise de conscience nationale de l'enjeu du développement touristique en tant que vecteur de développement économique et social aux côtés des autres secteurs productifs (Industrie, Agriculture ...) impose la nécessité pour l'État de se doter d'un cadre stratégique de référence et d'une vision claire à l'horizon 2025, s'appuyant sur des objectifs chiffrés et précis.²

1.2 Généralités sur l'hôtellerie

1.2.1 L'historique de l'hôtellerie

On retrouve des traces d'activité hôtelière avec les Sumériens, un peuple qui se trouvait en Mésopotamie, en bordure du golfe Persique, en 4 000 avant J.-C. Ce territoire, qui correspond à l'Irak actuelle, est particulièrement fertile. Il bénéficie de deux cours d'eau et d'un ensoleillement important, ce qui n'est pas sans faire la prospérité des agriculteurs et des éleveurs de bétail. Le surplus agricole structurel pousse cette population à développer son commerce et son artisanat. On attribue aux Sumériens un niveau de développement prépondérant à cette époque, avec l'invention de l'écriture et l'utilisation de la monnaie. la présence de monnaie est inéluctablement corrélée à des échanges multiples et variés, même

² Ministère du tourisme et de l'artisanat, schéma directeur d'aménagement touristique 2030, 2001, Alger, P 6-7

si la lecture du code Hammurabi montre que les transactions commerciales pouvaient aussi se faire par voie de troc avec, entre autres, des denrées alimentaires. Les tavernes sumériennes sont probablement parmi les premiers établissements à proposer un service d'hébergement. Dans ces établissements, on sert des bières de toutes sortes et le code Hammurabi condamne à mort celui qui ne respecte pas les critères de fabrication du breuvage ou qui vend sans autorisation. Par ailleurs, les prix sont réglementés et les gérants d'établissement sont tenus de dénoncer à l'autorité publique d'éventuels conspirateurs ou brigands sous peine d'exécution. Autant d'éléments que l'on retrouvera en d'autres lieux et à d'autres époques, lorsque l'hôtellerie se développera.³

1.2.2 Définition de l'hôtellerie

L'hôtellerie appelée aussi industrie hôtelière a été, longtemps, la forme principale d'hébergement touristique.

« Un hôtel est un établissement commercial d'hébergement classé, qui offre des chambres ou des appartements à une clientèle de passage ou à une clientèle qui effectue un séjour caractérisé par une location à la journée, à la semaine ou au mois, mais qui n'y élit pas domicile. Il peut comporter un service de restauration. Un hôtel est exploité toute l'année en permanence ou seulement pendant une ou plusieurs saisons. »⁴

Les hôtels du parc hôtelier algérien sont très diversifiés. Les formes de propriété, les modes de gestion et de commercialisation, les services et les équipements offerts, les clientèles visées, la localisation sont autant de critères de différenciation.⁵

« L'expression « Industrie hôtelière » est utilisée en raison du nombre d'emplois fournis, du caractère industriel des chaînes hôtelières (constructions, capitaux, organisation de la production de services et stratégies commerciales), mais aussi de petites entreprises artisanales et familiales. »⁶

1.2.3 Définition d'un hôtel et/ ou établissement hôteliers

C'est un établissement commercial d'hébergement qui offre des chambres ou des appartements meublés en location à une clientèle de passage ou à une clientèle qui effectue

³ Jean-Christophe, Lefèvre. **Histoire de l'hôtellerie une approche économique**, édition publiobook, 2011, France, P251.

⁴ M.T AUDOUX PH. MAZZETTI J. BESSEY, L'hôtel théorie et pratique, 1993, P 112.

⁵ Idem, P113

⁶ G. Chapis, Le service de la Réception « des structures et des hommes », éditions J .Lanore, 2002, P 54.

un séjour à la journée, à la semaine ou au mois mais qui, n'y élit pas domicile. Il est exploité toute l'année en permanence ou seulement pendant une ou plusieurs saisons.⁷

Un établissement hôtelier est tout établissement qui exerce une activité hôtelière. Il s'agit de toute utilisation, à titre onéreux, d'infrastructure destinée principalement à l'hébergement ainsi que la fourniture des prestations qui lui sont liées. Cette infrastructure se compose d'établissements d'hébergement, définies par les articles qui sont loués à une clientèle effectuant un séjour d'une semaine à un mois mais qui n'y élit pas domicile.⁸

1.2.4 Le classement des hôtels

Les hôtels sont classés en six (06) catégories

- 1ème catégorie : 5 étoiles,
- 2ème catégorie : 4 étoiles,
- 3ème catégorie : 3étoiles,
- 4ème catégorie : 2 étoiles,
- 5ème catégorie : 1 étoile,
- 6ème catégorie : Sans étoile (non classé).⁹

1.3 Parc hôtelier en Algérie

Selon le décret exécutif n° 2000-46 du 25 Dhou El Kaada 1421 correspondant au 1er mars 2000 définissant les établissements hôteliers et fixant leur organisation, leurs fonctionnements ainsi que les modalités de leurs exploitations (journal officiel n°10 du 05/03/2000). Un établissement hôtelier est tout établissement qui exerce une activité hôtelière, et ce dernier est toute utilisation, à titre onéreux, d'infrastructure destinée principalement à l'hébergement ainsi que la fourniture des prestations qui lui sont liées. Cette infrastructure se compose d'établissements d'hébergements, définie par les articles, qui sont loués à une clientèle effectuant un séjour d'une semaine à un mois, mais qui n'y élit pas un domicile.¹⁰

⁷ Mme Berak, cours 3eme année gestion hôtelière et touristique, Management de l'hôtellerie, Alger, ENST, 2014-2015.

⁸ M.T AUDOUX PH. MAZZETTI J. BESSEY, Op.cit, P58.

⁹ Recueil des textes législatifs et réglementaires Journal officiel, (n°46 juin 2000) Algérie.

¹⁰ Journal Officiel de la République Algérienne Démocratique et Populaire, N°10 du 05-03-2000

D'après le ministère du tourisme et de l'artisanat algérien, la capacité d'hébergement en Algérie s'est développée au fil des années. Au lendemain de l'indépendance, l'Algérie hérita de capacités de production hôtelières évaluées à 5 922 lits, En 1985, la capacité totale d'hébergement s'est élevée à 39 213 lits, en 1999, le parc hôtelier a enregistré 66 902 lits pour atteindre les 112 264 lits, à fin de l'année 2017.

Voici un tableau récapitulatif d'évolution de la capacité d'hébergement hôtelier des années 2015, 2016 et 2017, élaboré par la direction plan qualité du ministère du tourisme et de l'artisanat.

Tableau N° 1: Capacité de parc hôtelier national (lits) par catégorie (2015-2017)

Années	2015	2016	2017
Hôtel 5*	4 242	6 734	6 734
Hôtel 4*	1 800	2 810	4 508
Hôtel 3*	5 829	7 045	5 678
Hôtel 2*	4 605	4 425	4 565
Hôtel 1*	11 295	11 295	11 335
Hôtel Sans étoile	8 533	8 533	8 533

Source : direction plan qualité du ministère du tourisme et de l'artisanat Algérie.

D'après la même source (Ministère du tourisme et de l'artisanat), le secteur privé domine sur l'activité hôtelière en Algérie, voici en chiffre les capacités d'hébergement par secteur, entre l'année 2015 et 2017.

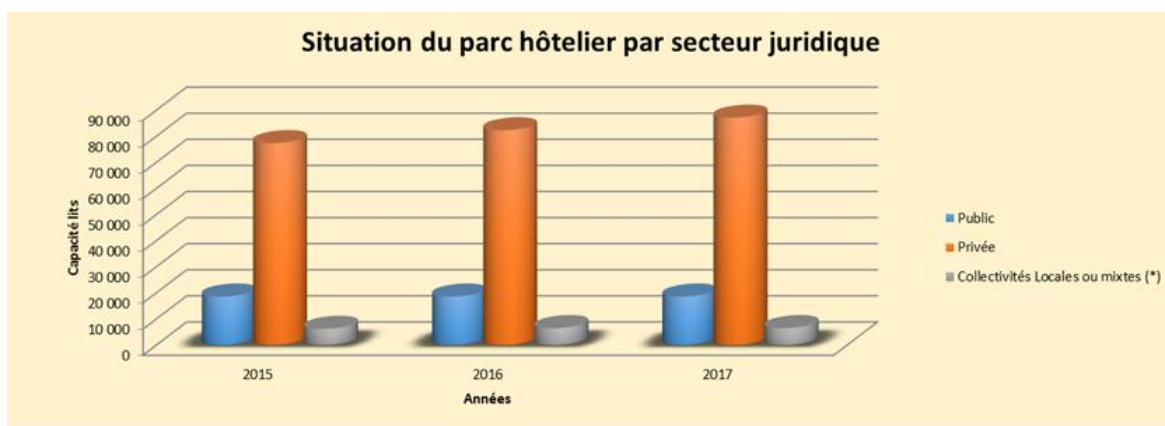
Tableau N° 2 : Capacité d'hébergement (lits) par secteur juridique (2015-2017)

Années	2015	2016	2017
Public	18 613	18 613	18 613
Privée	77 383	82 301	87 145
Collectivités Locales ou mixtes (*)	6 248	6 506	6 506
Total	102 244	107 420	112 264

Source : Direction plan qualité du ministère du tourisme et de l'artisanat Algérie.

(*) À partir de 2008, la catégorie des collectivités locales a été remplacée par la catégorie mixte (il s'agit du partenariat) et pour le public, il s'agit des chaînes hôtelières internationales.

Voici une représentation graphique qui montre la situation du parc hôtelier en Algérie par secteur juridique, nous y voyons clairement la domination du secteur privé.

Figure N° 1 : Situation du parc hôtelier en Algérie par secteur juridique

Source : direction plan qualité du ministère du tourisme et de l'artisanat Algérie.

La législation algérienne détermine les normes de classement des hôtels. Nous allons voir les normes qu'un hôtel de catégorie de 4 étoile doit respecter. Cette catégorie correspond à la catégorie de l'hôtel où nous avons effectué notre travail de recherche.

Tableau N° 3 : Les normes de classements des hôtels 4 étoiles Selon la législation Algérienne

Les normes	Détails
1-Condition générale	Etablissement caractérisé par un ameublement et des installations de très bonne qualité ainsi qu'un parfait état d'entretien et un comportement irréprochable de son personnel
2-Nombre des chambres au minimum	10
3-Entrée de l'hôtel	Entrée de la clientèle indépendante Signalée, d'accès facile et éclairée la nuit
4- Garage et parking	Emplacements en rapports avec la capacité de l'hôtel.
5- Hall de la réception	Hall d'accueil avec salons (fauteuils + tables basses) de très bon confort, d'une superficie de 1 m ² par chambre (d'au moins 20 m ² et un maximum exigible de 120 m ²) et comprenant réception + Conciergerie + caisse + cabines téléphoniques insonorisées +cendriers + fax + musique d'ambiance + décoration adaptée.
6- Restaurant	1 restaurant de très bon confort
7- Salon de thé/ cafétéria	De très bon confort
8- Bar	De très bon confort
9- Salle de conférence / salle de banquets	Une salle de conférence / salle de banquets
10 – Boutiques	Vitrines pour Exposition des produits de Artisanat, des cartes et des photographies des sites touristiques Boutiques pour vente de tabac, journaux, cartes postales. Produits d'artisanat et produits de toilette
11- Toilettes communs	WC publics séparés pour hommes et dames Installations sanitaires de très bonne qualité et en parfait état de propreté et de fonctionnement avec eau courante chaude et froide et papier hygiénique + lave- mains, miroir, savon, essuie-mains ou sèche- mains + corbeille à déchets + urinoirs
12- Ascenseurs	A partir du 2ème étage : 1 ou plusieurs ascenseurs réservés pour la clientèle

	Monte- charge ou ascenseurs de services
13-Couloirs	Éclairés en permanence Largeur minimale 1.6 m Couverts de tapis ou moquette ou matériaux insonorisés
14- Sports/ divertissements	Discothèque + piscine
15-Climatisation des locaux communs	Climatisation (chaude et froide)
16- Normes requises pour les chambres surface minimale	14 m ²
17-Mobilier et équipement	Mobilier de très bonne qualité avec : lit individuel (100cm x 200 cm) ou grand lit (200cm x 200 cm) + moquette ou tapis au sol + 1table de Chevet avec luminaire par occupant + armoire/penderie avec cintres +coiffeuse/secrétaire avec chaise et abat- jour + 1 fauteuil ' par occupant + 1 table basse + 1 porte bagages + 1 miroir+ corbeille à papier+ cendriers +téléphone + téléviseur + réfrigérateur minibar + décoration adaptée
18- Fenêtres	Occultation extérieure ou intérieure
19-Qualité de linge	Très bonne qualité
20- Installations sanitaires	Toutes les chambres doivent être dotées de salle de bain privée complète (lavabo + baignoire ou douche + WC), d'une surface minimale de 4.5 m ² Installations sanitaires de bonne qualité et en bon état de propreté et de fonctionnement avec eau .chaude et froide- et papier hygiénique + 'miroir et luminaire au- dessus du lavabo, prise pour rasoir électrique, savon, shampooing
21-Suites / appartements	Au minimum : 5% de la totalité des chambres
22- les documents de la chambre	Règlement intérieur + instruction de secours + guide téléphonique + liste et tarifs des prestations + papier à lettres pancarte « ne pas déranger »
23-Services petit déjeuner	Servi à la sale ou dans la chambre
24-Services de chambres (room service)	Service permanent
25-Service de réception	Service permanent 24h/24h Personnel de réception parlant la langue arabe + l'anglais et le français au moins Porteurs + portiers
26-Le change de monnaie étrangère	Service change
27-Service touristique	Informations sur transports, voyages et divertissements
28-Téléphone	Téléphone dans toutes les chambres et salles communes.

Source : République algérienne démocratique et populaire, le journal officiel, (décret exécutif N^o 2000-130, 11 juin 2000), Alger.

1.4 Organisation et fonctionnement du département hébergement

le département d'hébergement avec ses services est le périmètre de notre travail de recherche, nous allons voir des généralités sur ce département avant de passer aux résultats de notre travail.

1.4.1 Définition de l'hébergement

L'hébergement est une action d'héberger et de loger. Ainsi, la fonction hébergement est appliquée traditionnellement à tous les établissements d'hébergement, à but commercial et

qui offre à la journée, à la semaine, ou au mois des chambres ou des Appartements à louer, qui sont dotés d'équipements et de services communs à une clientèle de passage qui effectue des séjours variables.¹¹

1.4.2 Les différents services d'hébergement ¹²

L'organisation et l'articulation des services accueil/hébergement, varient d'un établissement à un autre, exception pour certaine chaîne intégrée, qui pour des raisons d'image de marque et de standardisation du produit, adopte une disposition identique dans leurs établissements mais généralement, le département d'hébergement coiffe les services suivants :

- L'accueil et la Réception
- Service SPA
- Service d'étage
- Service lingerie et buanderie
- Service conciergerie
- Service caisse
- Service réservation

En c'est qui concerne l'hôtel New Day, il dispose de quatre premiers services qui figure dans la liste au dessus.

Les différents services doivent fonctionner avec harmonie et une étroite collaboration, car l'accueil du client dans un hôtel est l'affaire de tous.

1.5 Le rôle de l'hôtellerie

L'hôtelier, qui accueille et héberge un touriste étranger, collecte des devises étrangères qui pèsent d'une manière appréciable sur la balance des comptes de notre pays. Dans les pays à vocation touristique, l'hôtellerie participe activement à la vie économique et sociale, en raison de son volume d'affaires. De par la nécessité de s'adapter constamment au marché, l'hôtellerie est inventive et crée de nouveaux produits, de nouveaux concepts (exemple : la thématissations...) répondant à l'évolution de la clientèle.

¹¹ M. TAUDOUX. PH. MAZETTI et J. BESSEY. **L'hôtel théorie et pratique**, édition. Jaque LANOR. P15.

¹² Mme Berak, Cours 3GHT, **Management Hôtelier**, ALGER, ENST, 2014-2015

Section 2 : Présentation de l'hôtel New Day Alger

Nous avons choisi New Day Alger pour faire notre travail, car il est un hôtel fraîchement opérationnel sur Alger qui est considéré comme un marché très concurrentiel en matière d'hôtellerie, aussi ce choix est justifié par le fait que c'est un hôtel local et il ne fait pas partie des hôtels des chaînes internationales qui ont généralement tous le système de management de qualité, donc cela donne de la valeur à notre travail de recherche et aide l'hôtel dans sa démarche d'amélioration continue.

2.1 Présentation de l'hôtel New Day Alger

L'Hôtel New Day a été inauguré en 2017 à Alger, L'ouverture officielle en date du 07 juillet 2017, il est situé à boulevard Mokhtari, 34 Rue des frères, Hussein Dey 16040 dans un cadre calme et agréable près de l'espace Sablette à Alger.

Il dispose de 226 chambres insonorisées dont : 145 doubles, 40 twins, 29 suites « exécutive », 10 suites « de luxe », 2 suites « prestige », Chaque chambre est climatisée et dispose d'un lit douillet, d'une salle de bain privative, d'un téléviseur à écran plat câblé, d'un minibar, d'un téléphone, d'un bureau et d'un placard. Les suites comportent des coins salons meublés et équipées de WIFI (connexion internet sans fil), dont 05 chambres avec accès handicapés, où l'on est aussi bien que chez soi chaleureuse, modernes et confortable avec Navette aéroport gratuite de 7 heures à 22 heures toutes les 30 minutes rendez-vous au desk de conciergerie.

2.1.1 Hébergement

Chambre standard / double	133
Chambre de luxe	12
Chambre Twin	40
Suite Senior City View	16
Suite Junior	16
Suite Senior de Luxe	3
Suite Junior de Luxe	4
Suite de Luxe	1
Suite Présidentielle	1

Les chambres sont protégées par une isolation phonique et thermique avec climatisation, téléphone direct, TV Satellite écran plasma plus de 80 chaînes, sèche-cheveux, connexion WIFI, Minibar, service réveil, plateau de courtoisie, service blanchisserie, 3 ascenseurs.(voir annexe A)

2.1.2 Restauration

le méditerranéen propose une gastronomie internationale et traditionnelle totalement réinventée, qui, propose sa carte, aux accents méditerranéens et aux assiettes ensoleillées.

Le méditerranéen a la capacité de recevoir jusqu'à 250 personnes. Modulable, cet espace est idéal pour accueillir les groupes, séminaires ou repas de familles.

2.1.3 Autre services

- **Le lobby snack :** Bénéficiant d'un décor unique et contemporain, le Lobby Snack est un lieu élégant, idéal pour rencontrer des amis, une large sélection de cocktails, et snacks tentants.
- **Salles (événementiel) :**

a) Djanet

Salle de conférence adapté aux événements professionnels et personnels (conférence, conseil d'administration, lancement de produit, déjeuner, diner, cocktail), sur une surface de 80 m².

b) Le centre d'affaire Djurdjura

Situé au 13ème étage avec une très belle vue sur la baie d'Alger, le centre dispose de cinq salles pouvant accueillir jusqu'à quinze personnes, chaque salle est dotée d'équipements techniques mises à la disposition de la clientèle.

- **Fitness**

L'hôtel NEW DAY est doté d'une salle de fitness proposant une fitness personnalisé pour un style de vie équilibré, avec la dernière génération d'équipement de cardio-training et de musculation, la salle adopte une approche personnalisée pour aider les clients à sentir leur meilleur pendant leur séjour.

- **Espace bien être, SPA et beauté**

C'est un espace dans lesquels des soins du visage et du corps y seront prodigués, ainsi que des massages à la demande des clients, cet espace est doté d'un hammam, un sauna, un salon de beauté et un chambre pour le massage.

- **Détente et loisirs**

L'hôtel NEW DAY est doté d'une piscine agréable ouverte pendant la saison estivale, de nombreuses activités s'offrent aux clients au niveau de cette piscine avec une très belle animation assurée par le personnel sur place.

Le contact de l'hôtel

Télé : +213 (0)23 77 47 47

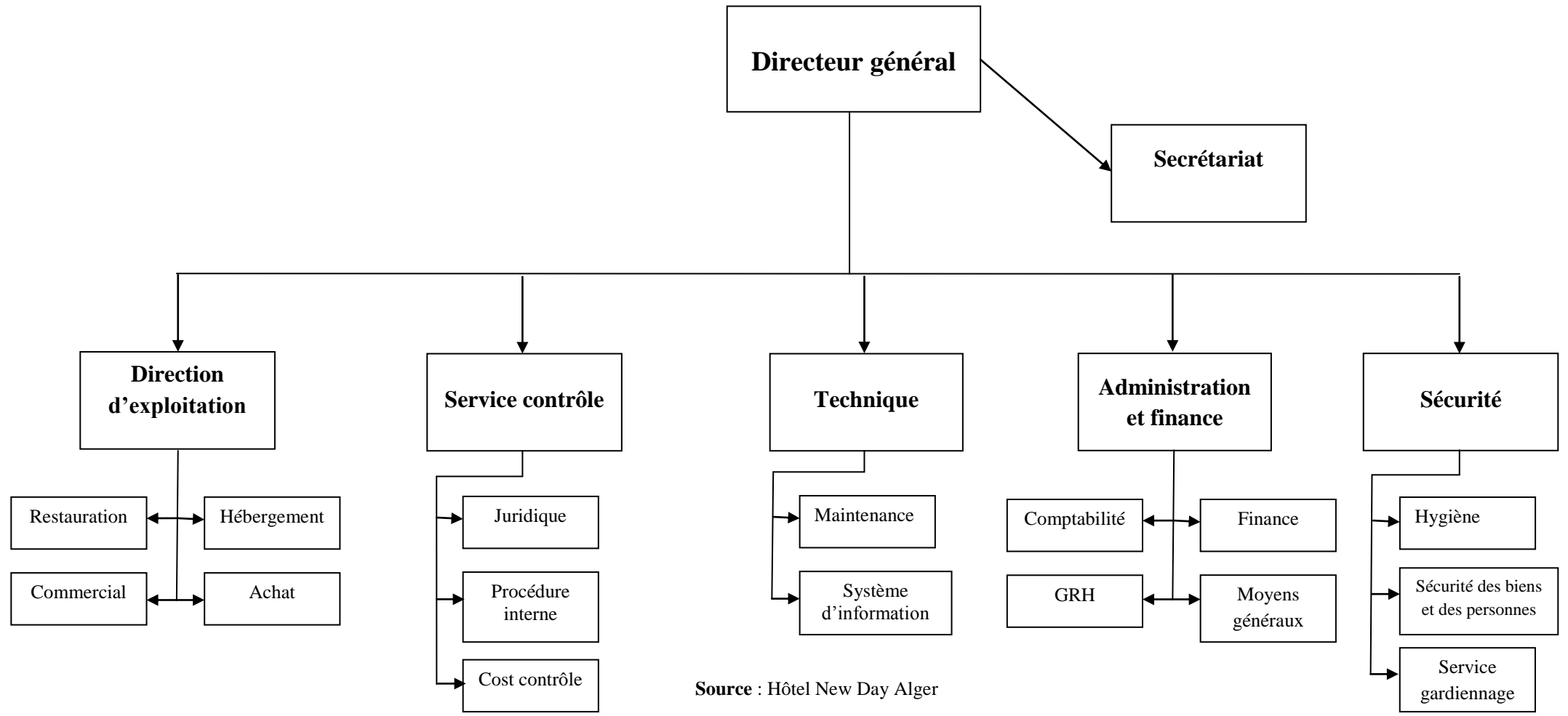
Fax : +213 (0)23 77 48 48

Email : reservations@hotel-newday.com

Site web : www.hotel-newday.com (voir annexe B)

2.2 Organigramme de l'hôtel New Day Alger

Figure N° 2 : L'organigramme de l'hôtel New Day Alger



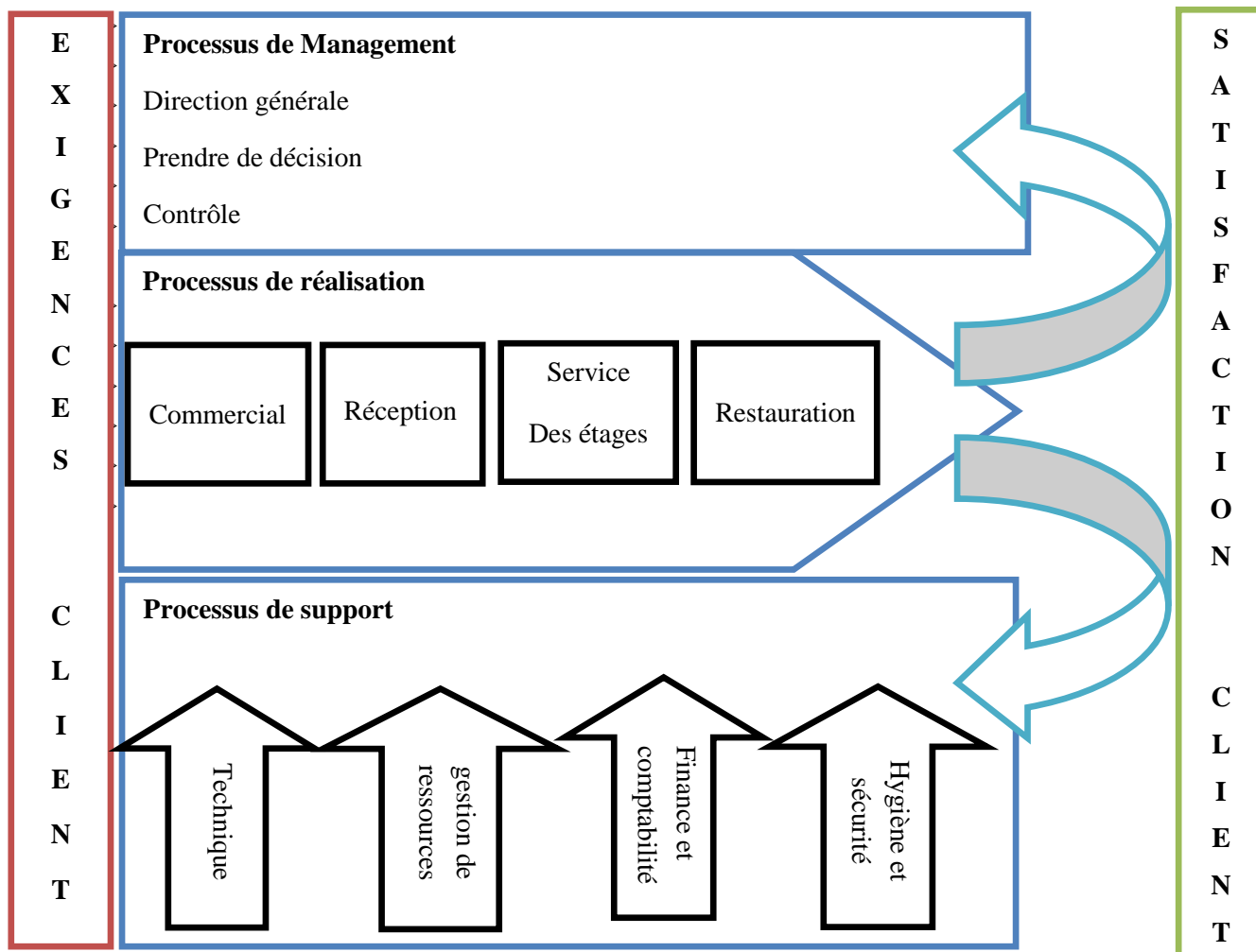
Source : Hôtel New Day Alger

2.3 Cartographie des processus proposé à l'hôtel New Day Alger

La cartographie des processus est une étape essentielle à la réussite de la mise en place de la démarche qualité. Présentée sous forme d'un schéma complet et exact des processus, elle permet de comprendre comment les processus actuels sont exécutés au niveau de l'entreprise. Elle offre une vue globale du fonctionnement de l'organisme et permet de visualiser les différents processus ainsi que leurs interactions. Ainsi, cela permet de cerner la source des inefficacités des processus et de fournir des lignes directrices à l'amélioration de ceux-ci et du suivi des performances. Cette représentation aide à implanter d'autres processus, comme nous allons faire dans la cas pratique de notre travail.

Nous avons proposé la cartographie des processus suivante à l'hôtel New Day, pour pouvoir implanter dans le cas pratique le processus de traitements de réclamations clients, cette cartographie représente un élément nécessaire pour la réalisation de notre travail.

Figure N° 3 : Cartographie des processus de l'hôtel New Day Alger



Source : élaboré par nous même

Malgré que l'hôtellerie contribue, enfin, à la réputation et au prestige de l'Algérie, terre d'accueil et de tradition, dont il n'est nul besoin de rappeler les richesses et les beautés naturelles, ainsi que les trésors et les grandes réalisations artistiques, mais elle reste faibles et de mauvaise qualité, selon le SDAT (le schéma directeur d'aménagement touristique) élaboré par le ministère du tourisme et de l'artisanat Algérien l'hébergement et l'hôtellerie est très insuffisants et de mauvaise qualité, dont cette activité représente l'un des onze points faibles de secteur du tourisme algérien.

Selon Ayache Salim, secrétaire général de la Fédération nationale Algérienne des hôteliers La différence entre l'Algérie et la Tunisie ne réside pas dans l'infrastructure en elle-même, mais dans la gestion du parc hôtelier. Le manque de formation et l'amateurisme de gestion sont le problème N°1 du secteur de l'hôtellerie. Dans ce contexte de compétitivité, l'amélioration de l'efficacité et l'efficience est devenu une préoccupation permanente des dirigeants des hôtels.

Le marché algérien du tourisme est fortement concurrencé par les pays voisin qui absorbe plus de 05 millions de touristes algériens par an, l'offre de service constitue un frein pour le tourisme en Algérie, ce qui affaibli considérablement la compétitivité, d'où la nécessité d'aller vers un management de qualité.

**CHAPITRE II : LE MANAGEMENT DE
LA QUALITE ET LE PROCESSUS
TRAITEMENT DE RECLAMATIONS
CLIENT AU SEIN DES
ETABLISSEMENT HOTELIERS**

L'approche processus qui est l'un des principes de management de la qualité, nous permet de visualiser les différents processus d'un organisme, le processus traitement de réclamation client est l'un de ces processus qui contribue à un système de management de qualité dans un hôtel, il contribue aussi à la satisfaction et à la fidélisation des clients. Dans le cadre de ce chapitre nous allons expliquer les notions relative au management de la qualité et voir par la suite l'un des ses processus qui est le processus de traitement de réclamation client.

Section 1 : Le management de la qualité

le système de management de la qualité contient plusieurs principes, dont l'approche processus en fait partie, avant de détailler sur le processus de traitement des réclamations clients, nous jugeons nécessaire d'expliquer le management de la qualité et ses notions.

1.1 Définition du management

Le Management est une science qui exerce des passions et des fascinations importantes sur les dirigeants, les responsables ou les professionnels en général. En effet, la maîtrise de cette science permet le succès et la réussite des organisations ou des entreprises. Mais les défaillances dans son application entraineraient des résultats négatifs qui pourront mettre en péril l'avenir même de ces organisations ou de ces entreprises. Le Management a connu un développement important depuis le début du siècle précédent et une accélération de son évolution durant ces dernières années avec l'avènement des sciences exactes, de l'économétrie avec l'introduction des modèles calculables en particulier. Le Management c'est l'art de faire réaliser les objectifs d'une organisation ou d'une entreprise par d'autres personnes.¹³

Le Management est aussi défini comme étant la capacité de fixer des objectifs, de réunir les ressources nécessaires, et d'impulser leur réalisation dans l'entreprise ou l'organisation¹⁴

Le Management est peut être définie comme le processus par lequel des résultats sont réalisé d'une façon efficace ou performante.

Le Management fait référence à trois facteurs : les objectifs, les ressources et l'impulsion.

¹³ GHEDJGHOU DJ, El Hadi. Le Management théorie et pratique, office des publications universitaires, Alger, 2012, P17

¹⁴ Idem, P18.

1.1.1 Les objectifs

Le Management repose sur la capacité des responsables de fixer des objectifs à réaliser dans le temps, avant d'entreprendre toute activité. Le degré de réalisation des objectifs permet d'évaluer l'efficacité du Management d'une entreprise ou d'une organisation.

1.1.2 Les ressources

Nécessaire à la réalisation de ces objectifs doivent être rassemblées et disponible pour pouvoir exercer les fonctions du Management. Ces ressources concernent les moyens humains (le personnel nécessaire en nombre et en compétence), les moyens matériels (les immeubles, les machines et les outils de production), les moyens financiers (les capitaux nécessaires), matières premières, les méthodes (les processus de production, l'organisation) et le marché (le fonds de commerce, les parts du marché)

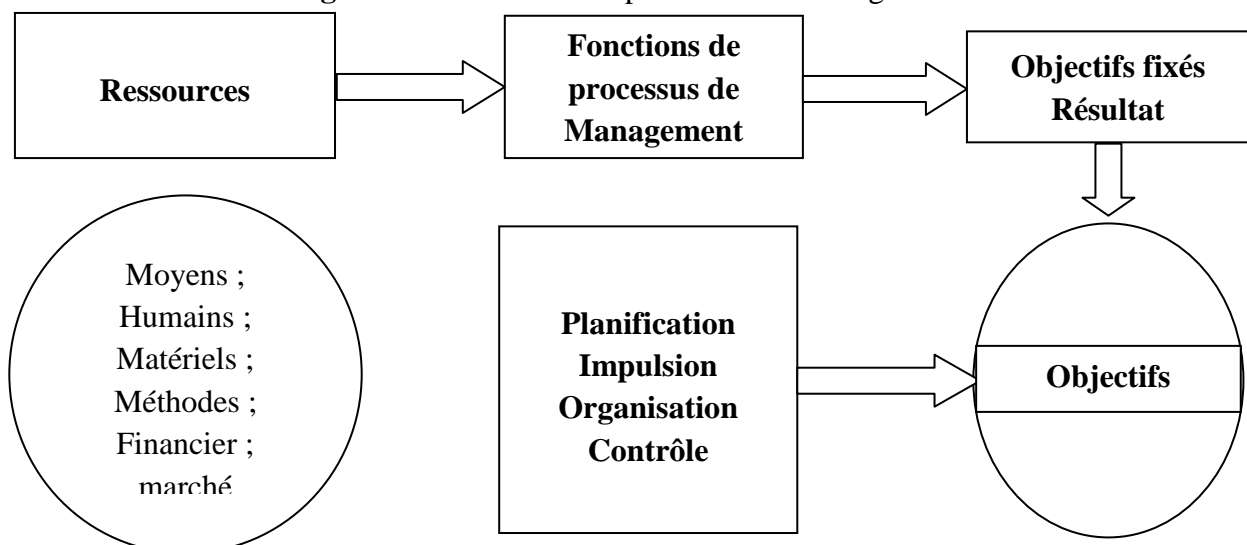
1.1.3 L'impulsion

La fonction d'impulsion consiste à orienter les efforts des ressources humaines vers la réalisation des objectifs qu'on leur fixe. C'est une fonction déterminante de l'efficacité du Management.

L'exercice du Management consiste donc à conjuguer ces trois facteurs, auxquels on ajoutera des fonctions de prévision d'organisation et de contrôle, au sein d'une entreprise ou d'une organisation.

1.2 Le fonctionnement du management

Figure N° 4 : Schéma du processus de Management



Source : GHEDJGHOUDJ, El Hadi. Le Management théorie et pratique, office des publications universitaires, Alger, 2012, P22

Nous voyons que le management utilise les ressources disponible ; moyens, humains, matériels et financier avec tout les méthodes en fonctions de processus pour atteindre les objectifs fixés par les organismes.

1.3 La notion qualité

Selon AFNOR ¹⁵ « un produit ou service de qualité est un produit dont les caractéristiques lui permettent de satisfaire les besoins exprimés ou implicites des consommateurs ». Autrement dit la qualité est une notion relative, et chaque client comment la perçoit, donc il pourrait y avoir un produit ou service qui correspond aux spécifications exigées et qui remplit toute les conditions techniques mais le client le trouve pas satisfaisant à cause de sa forme, son utilisation ou pour d'autre raison liée a la perception de client à propos de ce produit ou ce service, Edward FUCHS (Sussland 1996) considère un produit de qualité si il est « bon pour l'usage et vaut son prix », cela confirme la première définition, on peut comprendre par « bon pour l'usage » que ce produit/service répond aux besoins exprimés ou implicites des clients.

Donc la qualité est une notion extrêmement variable car elle n'a pas le même sens pour chacun. Elle nécessite d'être définie de manière à lui permettre d'être reconnue et évaluée, elle n'a rien d'absolue, elle est relative et mouvante. Elle est liée aux évolutions industrielles, aux mouvements économiques et plus largement à l'histoire des sociétés.¹⁶

Selon les experts de la qualité, la qualité est définit comme suit :

- **ISHIKAWA** : « La qualité est l'aptitude à satisfaire le client »
- **DEMING** : « la qualité est le degré de la satisfaction »
- **CROSBY** : « c'est la conformité aux spécification »

La qualité peut être représentée par un cycle du progrès permanent il s'agit d'un cycle d'actions correctives et préventives, appelé « Roue de Deming » ou « Cycle P, D, C, A » ,Cet outil a été développé par Walter Andrew Shewhart, puis repris par William Edwards DEMING.

¹⁵ Association française de normalisation

¹⁶ GERD F.KAMISKE et JORG PETER BAUER, « management de la qualité de A à Z », édition Masson, Paris 1994, p17-22

1.3.1 Cycle du progrès permanent

Roue de « Deming » (PDCA) ¹⁷ :

PDCA : Plan, Do, Check, Act, soit : planifier, mettre en œuvre (exécuter), évaluer (analyser) et améliorer

Le PDCA est une méthode comporte quatre étapes, chacune entraînant l'autre, et vise à établir un cercle vertueux. Sa mise en place doit permettre d'améliorer sans cesse la qualité d'un produit, d'une œuvre, d'un service. C'est un outil qui contribue à l'amélioration continue en mettant l'action sur :

- La prévention des défauts.
- La réduction du gaspillage.

Les quatre étapes de la démarche PDCA

La première étape ; PLAN, cette étape se caractérise par la construction et l'évolution du système qualité, Elle se déroule généralement en trois phases :

- Identification du problème à résoudre, ou du processus à améliorer.
- Recherche des causes racines.
- Recherche de solutions avec écriture du cahier des charges et établissement d'un planning.

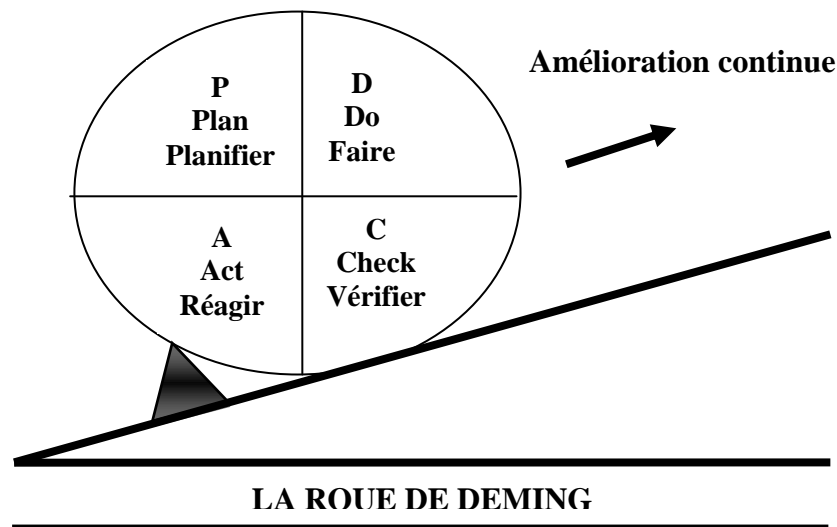
La deuxième étape ; DO, consiste en la mise en application du système qualité qui se traduit par des preuves ou enregistrements du bon fonctionnement du système qualité.

La troisième étape ; CHECK, consiste à contrôler l'aptitude de la solution mise en place à résoudre le problème ou à améliorer le processus, il est nécessaire de vérifier que l'on a bien obtenu ce qui avait été prévu. Cette étape se traduit par des contrôles, des audits, des indicateurs, des revues de direction.

La quatrième étape ; ACT, même si le résultat est conforme, il est toujours possible de faire mieux, à moindre coût et à délai plus court. Cette étape amène donc un nouveau projet à réaliser, donc une nouvelle planification à établir. Il s'agit donc d'un cycle que l'on représente à l'aide d'une roue. À chaque étape, la roue avance d'un quart de tour, cette avancée représente l'action de progresser.

¹⁷ Mr Bedaida I, cours 2eme année master Management par la qualité, les démarches qualité, Koléa-Tipaza, ENSM, 2017-2018

Figure N° 5 : La Roue de Deming PDCA



Source : Système de management de la qualité, la nouvelle norme ISO 9001 version 2015, Audrey CLAIN, 2016.

1.3.2 La qualité de service

Selon « AFNOR » ; « La qualité de service désigne la capacité d'un service à répondre par ses caractéristiques aux différents besoins de ses utilisateurs ou consommateurs ». Les caractéristiques prises en compte pour déterminer la qualité d'un service sont évidemment variables en fonction du service proposé.

1.3.3 La qualité pour le client et la qualité pour l'entreprise

A. La qualité pour le client :

Pour le client, la qualité est ce qu'il attend et ce qu'il perçoit, si le client perçoit un produit (service) comme égal ou supérieur à celui qu'il attend, alors la qualité est perçue comme bonne ou élevée : le client est satisfait ou très satisfait.

Si le client perçoit un produit (service) comme inférieur à celui qu'il attend, alors la qualité est perçue comme mauvaise, et il y a une insatisfaction.

La qualité pour le client résulte de la comparaison entre :

- Ce qu'il attend (une qualité attendue) : le client attend qu'un produit (service) possède un certain nombre de caractéristiques.
- Ce qu'il perçoit (une qualité perçue) : une fois le produit (service) conçu et réalisé, le client perçoit des caractéristiques qu'il compare à ses attentes.

B. La qualité dans l'entreprise

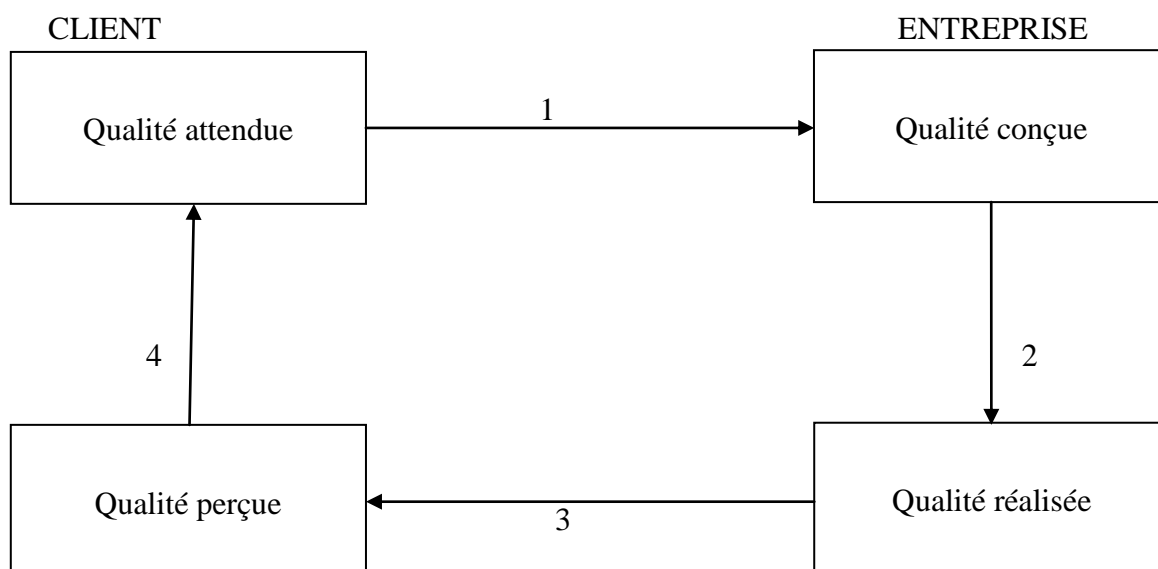
Pour une entreprise, la qualité est le résultat d'un mécanisme en deux temps :

- Ce qu'elle conçoit (une qualité conçue) : les spécifications établies lors de la conception doivent correspondre aux attentes du client transmises par le marketing.
- Ce qu'elle réalise (une qualité réalisée) : le produit réalisé doit respecter exactement les spécifications de conception.

En définitive, la qualité d'un produit dépend de quatre étapes :

- 1/ L'entreprise conçoit le produit à partir des attentes du client.
- 2/ L'entreprise réalise un produit conforme à la conception.
- 3/ Le client perçoit le produit réalisé par l'entreprise.
- 4/ Le client compare le produit qu'il perçoit à ses attentes.¹⁸

Figure N° 6 : La qualité d'un produit



Source : CANARD, Frédéric. Management de la Qualité, édition lextenso, Paris, 2009, p 19.

1.4 Le management de la qualité :

Le management de la qualité est une forme de management applicable à tout le types des organisations et entreprises, de production ou de services, il vise la satisfaction des clients. l'organisation mondiale de normalisation ISO a élaboré une norme internationale spécifique au management de la qualité, avec la norme ISO 9001 système de management de qualité, c'est une norme certifiable qui détermine les exigences pour mettre en place un système de management de qualité.

¹⁸ CANARD, Frédéric, Management de la Qualité, édition lextenso, Paris, 2009, P. 19.

La démarche qualité est un ensemble de méthode et d'outils mis en œuvre par les organismes qui, à partir d'un état des lieux, d'un diagnostic, permet de mettre en place un système de management de la qualité en vue d'améliorer de manière continue l'organisation interne et les processus pour assurer la satisfaction des clients ou des parties prenantes (parties intéressées), cette démarche s'appuie selon le référentiel ISO 9001:2015 sur sept principes qui sont :

- orientation client;
- leadership;
- implication du personnel;
- approche processus;
- amélioration;
- prise de décision fondée sur des preuves;
- management des relations avec les parties intéressées.

Le premier principe est l'orientation client, Les organismes dépendent de leurs clients, il convient donc qu'ils comprennent leurs besoins implicites et explicites et qu'ils répondent à leurs exigences et qu'il s'efforcent (dans la mesure du possible) d'aller au delà de leurs attentes.

L'approche processus est parmi les principes du système de management de la qualité, il s'agit d'organiser les tâches de l'entreprise en un ensemble corrélé d'activités, géré de manière à faciliter la transformation d'éléments d'entrée en éléments de sortie.

1.5 L'approche processus

ISO 9000:2015 nous donne la définition suivante : « L'identification et le management méthodiques des processus utilisés dans un organisme, et plus particulièrement les interactions de ces processus, sont appelés «l'Approche Processus» ».

De façon plus détaillée, l'ISO 9001:2015 précise « L'Approche Processus désigne l'application d'un système de processus au sein d'un organisme, ainsi que l'identification, les interactions et le management de ces processus en vue d'obtenir le résultat souhaité. L'un des avantages de l'Approche Processus est la maîtrise permanente qu'elle permet sur les relations entre les processus individuels au sein du système de processus, ainsi que sur leurs combinaisons et interactions », En d'autres termes l'Approche Processus consiste à considérer l'entreprise comme un système composé de sous-systèmes (processus),

s'influençant mutuellement à travers des interactions et ayant leurs objectifs propres mais travaillant vers un but commun.

1.6 Le processus en management

Selon la norme ISO 9000 version 2015 ;

Le processus est un ensemble d'activités reliées ou en interaction entre elle pour transformer des éléments d'entrée (input) en éléments de sortie(output).

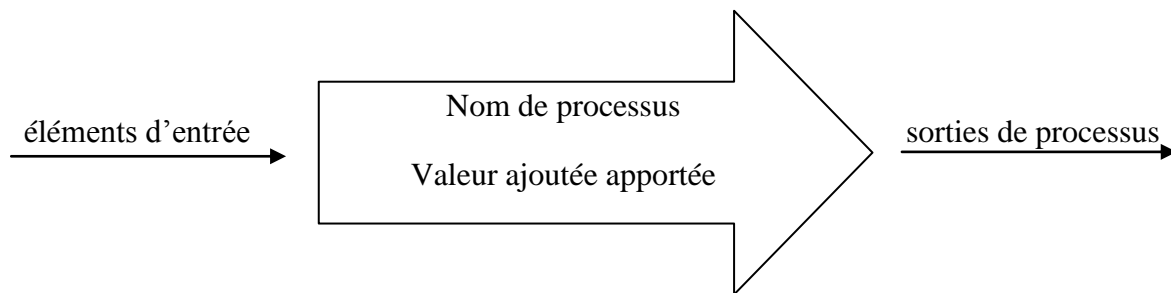
- En général, les éléments d'entrée d'un processus constituent des éléments de sortie d'autres processus.
- Certains éléments d'entrée deviennent des éléments de sortie sans être touchés par une transformation.
- Les processus d'une entreprise sont planifiés et exécutés dans des conditions maîtrisées pour apporter une valeur ajoutée.
- Lorsque la conformité de l'élément de sortie résultant ne peut pas être immédiatement ou économiquement validée, le processus est souvent qualifié de « procédé spécial ».

Michel, Prégord (1987) définit le processus comme des tâches consécutives réalisées à l'aide d'une panoplie de moyens tels que le personnel, les équipements, le matériel, les informations, les procédures. Le résultat final escompté est un produit. Il présuppose :

- Des entrées mesurables,
- Une valeur ajoutée,
- Des sorties mesurables,
- La possibilité de ré itérations.

Un processus est un ensemble d'activités en interaction transformant des éléments d'entrée en éléments de sortie, il peut être schématisé de la façon suivante ¹⁹:

¹⁹ Mr Bedaida I, cours 2eme année master Management par la qualité, **les démarches qualité**, Koléa-Tipaza, ENSM, 2017-2018.

Figure N° 7 : Représentation d'un processus

Source : Cours 2eme année master Management par la qualité, Mr Bedaida.I, les démarches qualité, Koléa-Tipaza, ENSM, 2017-2018

La norme ISO 9000 ; nous donne trois classifications des processus ;

1. Le processus opérationnel ou de réalisation. Il contribue à la transformation des inputs en outputs alors il aide à la réalisation des produits ou à la prestation des services de l'entreprise.
2. Le processus de support ou de soutien est un processus essentiel à la performance des processus de réalisation mais il ne participe pas directement à la création de valeur.
3. Le processus de management ou de pilotage : sa mission principale est la planification et la contribution à la détermination, à l'élaboration de la politique et au déploiement des objectifs dans l'entreprise. Il dirige et pilote les processus de réalisation et de soutien en assurant la coordination entre ces derniers.

1.7 Les avantages d'un système de management de la qualité

Selon la norme ISO 9001 version 2015, En mettant en œuvre un système de management de la qualité, les avantages potentiels pour un organisme sont les suivants:

- a) aptitude à fournir en permanence des produits et des services conformes aux exigences du client et aux exigences légales et réglementaires applicables;
- b) plus grandes opportunités d'amélioration de la satisfaction du client;
- c) prise en compte des risques et opportunités associés au contexte et aux objectifs de l'organisme;
- d) aptitude à démontrer la conformité aux exigences spécifiées du système de management de la qualité.

1.8 La qualité dans les établissements hôteliers algériens

Selon l'OMT²⁰ le bassin méditerranéen est la principale destination touristique mondiale avec 34% des arrivées de touristes, ce qui en fait la principale région touristique du monde.

L'Algérie qui fait partie des 21 pays de bassin méditerranéen se retrouve dans une région de forte concurrence en matière du tourisme, surtout avec l'avancement que connaît des pays voisins comme le Maroc et la Tunisie, qui ont respectivement enregistré 12,3 millions²¹ et 8,3 millions²² arrivées internationales, en 2018.

Selon l'office national du tourisme tunisien (ONTT), Sur les 7 millions de touristes qui ont visité la Tunisie en 2017, 35% étaient des Algériens, les touristes algériens préfèrent la destinations Tunisie et Maroc pour passer leurs vacances au lieu de choisir leur pays, et cela dû à la mauvaise gestion des établissements hôteliers et à la mauvaise qualité des prestations de services.

L'amélioration de la qualité de service dans les hôtels et offrir un meilleur rapport qualité prix représentent la solution pour développer au moins le tourisme interne, et saisir le nombre important des touristes algériens qui se rendent dans les pays voisins. Cependant pour concurrencer ces pays, il faut opter pour une politique qualité, l'Algérie s'est lancé dans une démarche qualité appelée PQT (Plan Qualité Tourisme) qui est l'un des cinq dynamiques, sur lesquelles repose le Schéma Directeur d'Aménagement du Tourisme (SDAT – 2030) qui a pour objectif de développer la qualité de l'offre touristique nationale.

Le plan qualité tourisme est un référentiel qualité métier permet de formaliser les bonnes pratiques des métiers d'un secteur d'activité comme l'hôtellerie restauration tourisme en structurant celles représentant les points clés des prestations permettant de satisfaire les clients. Un référentiel qualité métier est composé de standards et d'engagements qualité élaborés à partir des bonnes pratiques repérés sur le terrain²³.

Cette démarche nationale qui a été initiée par le gouvernement en 2008 dans le cadre du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT) vise à la reconnaissance de la

²⁰ l'organisation mondial du tourisme

²¹ www.lesiteinfo.com

²² afrique.latribune.fr

²³ Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Plan Qualité Tourisme (PQT) Référentiel National Qualité du Tourisme, RNQT des établissements d'hôtellerie d'Algérie.

qualité des prestations des professionnels du tourisme, à travers le déploiement d'un Plan Qualité Tourisme Algérie.

Malgré cette volonté de l'état d'améliorer la qualité dans l'hôtellerie mais elle reste toujours de faible qualité, le système de management de la qualité défini par la norme ISO 9001 représente une solution pour le secteur de l'hôtellerie en Algérie, les hôtels qui sont certifié en cette norme sont des hôtels des chaines internationales comme la chaine Hilton et accord par exemple, mais les hôtels locaux on ne trouve quasiment aucun hôtel local certifié en système de management de la qualité ISO 9001. Selon un article de journal el Watan publié en décembre 2018 ²⁴, le seul hôtel local qui ne fait pas partie d'une chaine internationale et certifié ISO 9001 en Algérie est l'hôtel Lamaraz Art qui se trouve à Alger, cela reflète l'ignorance des dirigeants des hôtels de l'importance d'adaptation d'un système de management de qualité.

La démarche d'adaptation d'un système de management de qualité comprend plusieurs étapes, parmi ces étapes la visualisation et la clarification des processus de l'hôtel et l'évaluation de satisfaction des clients , il s'agit de décrire le fonctionnement de l'hôtel dans une logique client fournisseur, le traitement de réclamation client est l'un des processus qui contribue à l'adoption d'une démarche qualité, nous allons voir en détail le fonctionnement de ce processus dans la section suivante de ce chapitre.

Section 2 : Le processus de traitement de réclamation client

Le processus de traitement de réclamation client gère la réclamation d'un client, dans la plupart des entreprises, le processus de traitement de réclamation client considère comme un sous-processus de la gestion de relation client CRM ²⁵, avant d'entamer le processus de traitement des réclamations clients, nous allons voir la gestion de relation client dans les entreprises.

2.1 La gestion de relation client CRM

Ce n'est pas tout les clients qui se manifeste par une réclamation quand ils sont pas satisfaits, d'après l'enquête de l'association des agences conseils en communication (AACC) de 2000 sur le capital client 60 à 90 % des consommateurs ne sont pas interrogés sur leur satisfaction, alors qu'ils sont 50 à 70 % à désirer l'être. Une indifférence lourde de

²⁴ <https://www.elwatan.com/pages-hebdo/magazine/consecration-internationale-pour-lamaraz-arts-hotel-11-12-2018> (consulté le 31/05/2019)

²⁵ Customer Relationship Management

menace lorsqu'on apprend que 27 % des clients sont insatisfaits des services au point de stopper la relation (pour seulement 4 % qui se manifesteront par une réclamation), c'est le rôle de la gestion de relation client qui interviennent pour bâtir une forte relation avec le client.

2.1.1 Définition la gestion de relation client ²⁶

Le CRM est une démarche qui doit permettre d'identifier, d'attirer et de fidéliser les meilleurs clients, en générant plus de chiffre d'affaires et de bénéfices.

Cette définition, qui allie simplicité et compacité met en avant le souhait de construire une relation choisie, et non subie, et souligne le souci de rentabilité.

Sous-tendant cette définition, trois dimensions sont implicites dans le CRM :

2.1.2 Les dimensions de CRM

- une dimension temporelle avec la nécessaire construction d'une relation profitable sur le long terme ;
- une dimension relationnelle avec le souhait d'être le plus proche possible du client, quels que soient le point de contact et le moment choisis par ce dernier ;
- une dimension opérationnelle avec le besoin de gérer la complexité de la combinaison clients-offres-canaux avec des outils dédiés.

Pour tenir compte de toutes ces dimensions, nous proposons de définir le CRM de la façon suivante :

Le CRM est la capacité à bâtir une relation profitable sur le long terme avec les meilleurs clients en capitalisant sur l'ensemble des points de contacts par une allocation optimale des ressources.

2.1.3 Les principes de la gestion de relation client

Selon M. MICHEL ZIN (2001), le CRM a dix principes clés, ils sont résumés dans le tableau suivant ²⁷

²⁶ René Lefébure - Gilles Venturi. gestion de relation client, éditions EYROLLES, Paris, 2005, P33.

²⁷ MICHEL ZIN M, la gestion de la relation client : Impact sur l'entreprise et le Marketing , université LAVAL,2001, P5.

Tableau N° 4 : les dix principes clés de CRM

Principes	Description
La segmentation	Réaliser une segmentation basée sur les besoin du client, les préférences, le comportement, le potentiel économique dans le but de fournir une base nécessaire à l'allocation des ressources, aux décisions marketing, de vente et de service
La mémoire institutionnelle	Quand le client interagit avec l'entreprise, n'importe qui est en mesure de connaître les interactions précédentes avec ce client, les problèmes particuliers ainsi que les opportunités.
La collaboration	L'implication de client dans les spécifications, comme le design,... etc.
Les points de contact adapté	Le client doit être en mesure de faire des affaires avec l'entreprise par de multiples voies qui sont adaptées à ses besoins, sa valeur et ses attentes.
le seul contact	Le besoin de client doit être comblé lors du premier contact.
L'accès à l'information en temps réel	Les employés doivent avoir accès en temps réel à la bonne information afin de prendre des décisions en fonction du client et résoudre de façon rapide le problème.
La carte de pointage (Scorcard) du client	Les employés doivent être en mesure de crée des comportements spécifiques chez les clients comme capture une plus grande part de ces dépenses, augmenter la fidélité, augmenter la valeur du client, et mesure de façon explicite ces aspects.
Boucler la bouche	Intégrer les systèmes du front et du back office afin de s'assurer que le processus permet d'atteindre la conclusion logique de la transaction, clore celle-ci ainsi que de capturer le maximum d'information tout au long du processus.
Ecouter et apprendre	A l'aide de forums, faciliter le partage d'information ainsi que l'apprentissage entre les clients afin de les aider à faire des affaires avec l'entreprise, ainsi que de participer à l'amélioration des processus d'affaires et des opérations.
L gestion de l'expérience client	On doit être en mesure de connaître tous les points de contact entre le client et l'entreprise et s'assurer de fournir une expérience d'achat de haut qualité et de constante qui donne au client une valeur ajoutée.

Source : MICHEL ZIN M, la gestion de la relation client : Impact sur l'entreprise et le Marketing , université LAVAL,2001, P5.

L'un des éléments clé pour réussir la relation client est de comprendre le message venant de la part de client, ce message peut être sous la forme d'une réclamation, le traitement de cette réclamation clients offre des possibilités importantes d'améliorer la qualité des produits et des services et permet de satisfaire un client mécontent, et le fidéliser, nous allons approfondir dans le CRM, et nous allons voir l'un de ses mécanismes, il s'agit de processus de traitement de réclamation client.

2.2 Définition et caractéristique de la réclamation client

2.2.1 Définition de la réclamation client

Avant de définir la réclamation client, nous allons voir les définitions de chaque mot, gestion, réclamation et client.

Le dictionnaire nous donne les définitions suivante :²⁸

- Réclamation = action de réclamer, de revendiquer ou de protester.
- Réclamer = demander avec insistance; nécessiter, avoir besoin de; faire une réclamation, protester
- Client : Personne qui reçoit d'une entreprise, contre paiement, des fournitures commerciales ou des services.

Selon ISO 10002 version 2018²⁹ une réclamation est toute expression de mécontentement adressée à un organisme, concernant ses produits ou le processus même de traitement des réclamations, duquel une réponse ou une solution est explicitement ou implicitement attendue.

Cela nous permet de bien comprendre la définition de réclamation client proposée par Philippe Détrie : une réclamation client est l'expression d'une insatisfaction (ou la manifestation d'un mécontentement) qu'un client impute à l'entreprise et dont il demande la prise en compte³⁰

2.2.2 Les caractéristiques de la réclamation client

La réclamation client a plusieurs caractères voici les plus importants caractères³¹

- La réclamation est toujours concrète, basée sur une expérience vécue par le client. C'est l'expression à chaud de sa perception, donc riche en détails.
- La réclamation est un droit du client.
- La réclamation est naturelle.

²⁸ Larousse

²⁹ISO 10002 version 2018 Management de la qualité, Satisfaction des clients, Lignes directrices pour le traitement des réclamations dans les organismes

³⁰ Philippe, Détrie. Les réclamations clients, édition d'organisation, Paris, 2001, P03.

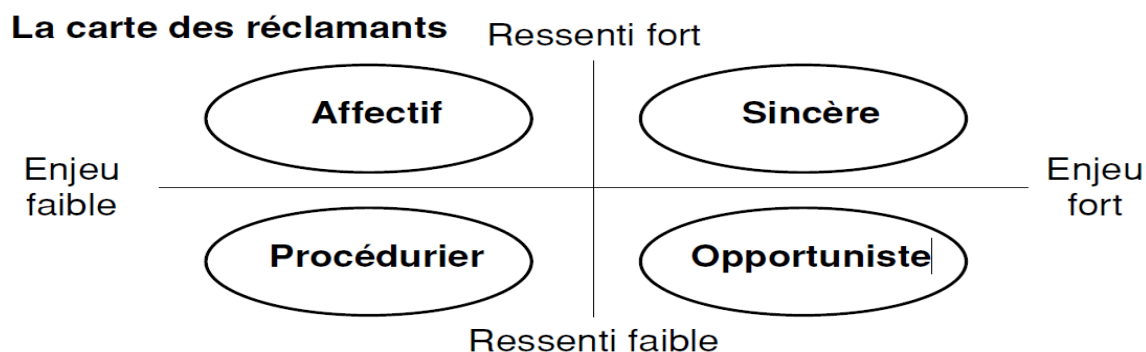
³¹ Idem, P23

2.3 La carte de la réclamation client et les modes de sa transmission

2.3.1 La carte des réclamants :

Les clients réclamants n'ont pas tous le même comportement, la carte de réclamation suivante peut aider le représentant de l'entreprise à détecter et comprendre le client, si il s'agit d'un affectif, un procédurier, un opportuniste ou quelqu'un de sincère.

Figure N° 8: La carte des réclamants



Source : Philippe, Détrie. Les réclamations clients, édition d'organisation, Paris,2001, P27

Chaque type de réclamants a ses caractéristiques, et ses objectifs, une fois nous détectons ce que le client cherche exactement cela nous aide à le comprendre, et savoir exactement qu'est ce que nous devons faire pour le satisfaire.

Le tableau suivant regroupe les caractéristiques de chaque réclamants.

Tableau N° 5 : Les caractéristiques des réclamants

Affectif	Procédurier	Opportuniste	Sincère
Souhaite une reconnaissance	S'appuie sur les règlements	Recherche la bonne affaire	Cherche à récupérer son dû
Crie une forte insatisfaction	Déclare une forte insatisfaction	Met en avant une prétendue insatisfaction	Argumente une vive insatisfaction

Source : Philippe, Détrie. Les réclamations clients, édition d'organisation, Paris,2001, P27.

2.3.2 Les modes de transmission d'une réclamation

La réclamation peut être transmise oralement ou par écrit, directement sur place ou indirectement à distance, le tableau suivant montre les modes de transmission d'une réclamation ;

Tableau N° 6 : Les modes de transmission d'une réclamation

Source	Lieu	Oral	Écrit
Réclamant	<i>Sur place</i>	<i>Face-à-face</i>	<i>Cahier des réclamations</i>
	<i>À distance</i>	<i>Téléphone</i>	<i>Lettre, fax ou e-mail</i>

Source : Philippe, Détrie. Les réclamations clients, édition d'organisation, Paris,2001, P27.

* Cahier des réclamation : c'est le registre de doléance.

2.4 les enjeux du traitement des réclamations client

Un client insatisfait qui a été écouté peut devenir le meilleur avocat de l'entreprise, c'est pour cela nous devons nous préoccuper des réclamations client, voici les cinq enjeux du traitement de la réclamation

Enjeu 1: la « re-satisfaction »

Un plaignant ne recherche pas nécessairement la considération, mais au minimum la prise en considération de son grief. Une réclamation justifiée est le signe d'un non-respect du contrat d'une entreprise. Plusieurs réclamations sont le signe d'un manque de professionnalisme. Il y a donc danger ! Que dise les normes internationale ³²

« Il convient que l'organisme sache qu'il existe de nombreuses sources d'informations relatives au client et qu'il établisse des processus pour regrouper, analyser et déployer ces informations. L'organisme spécifie la méthodologie et les mesures à utiliser

et la fréquence du recueil et de l'analyse des données pour les revues...

Les sources d'information sur la satisfaction des clients comprennent par exemple :

- les réclamations des clients,
- la communication directe avec les clients,
- les questionnaires et les enquêtes,
- les groupes de discussion,
- les rapports des associations de consommateurs,
- les rapports dans les différents médias,

³² ISO 9000 version 2000

- les études sectorielles ».

Malheureusement la satisfaction du client n'entraîne pas nécessairement sa fidélité.³³

Enjeu 2 : « la fidélisation »

Un client fidèle est un client qui :

- vous confie ses besoins dans votre activité
- vous prescrit
- est immunisé contre l'attraction de vos concurrents.

Il coûte en moyenne cinq fois plus de gagner un nouveau client que d'en garder un ancien.

Un client fidèle (ou Très Grandement Satisfait) est à la fois :

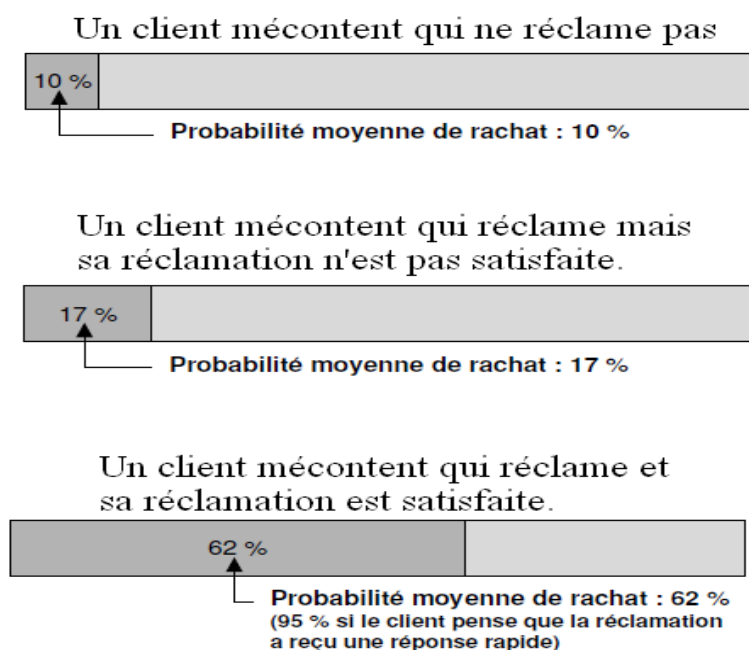
- globalement très satisfait de l'entreprise
- totalement prêt à prescrire un produit de l'entreprise
- totalement prêt à racheter un produit de l'entreprise

Les relations à long terme avec les clients sont plus profitables pour au moins six raisons

1. le coût d'acquisition d'un nouveau client peut être élevé
2. les clients établis tendent à acheter plus
3. les clients réguliers font des commandes fréquentes, cohérentes, moins coûteuses à servir
4. les clients satisfaits recommandent l'entreprise à de nouveaux clients pour un coût nul
5. les clients satisfaits sont disposés à payer plus cher un fournisseur en qui ils ont confiance
6. retenir ses clients élève le ticket d'entrée et rend le gain de part de marché plus difficile pour les concurrents.

La réclamation est un cadeau : un client déçu vous propose de renouer le dialogue, de vous dire ce qui ne va pas et de vous rester fidèle.³⁴

³³ Philippe, Détrie. Les réclamations clients, édition d'organisation, Paris, 2001, P29.

Figure N° 9 : Probabilité de rachat pour les client

Source : Philippe, Détrie. Les réclamations clients, édition d'organisation, Paris, 2001, P29.

Nous voyons très bien que le pourcentage de probabilité d'achat d'un client qui réclame est plus élevé que celui d'un client qui ne réclame pas, et cela sans prendre en compte si sa réclamation a été satisfaite ou pas, nous pouvons déduire qu'une réclamation est un feedback important pour les entreprise qu'il ne faut jamais négliger.

Enjeu 3 : « la différenciation »

Partout l'offre dépasse la demande. Seules resteront compétitives les entreprises qui savent se différencier au-delà de leur technique par le service au client.

L'enjeu est de taille car un client satisfait le dit à trois personnes. Un client mécontent le dit à dix personnes (jusqu'à vingt pour 13 % d'entre eux)

Et là, un client de perdu, ce n'est pas dix de retrouvés !³⁵

Enjeu 4 : « une source d'économies »

Un client mécontent fait perdre de l'argent à l'entreprise pour plusieurs raisons :

- Temps passé pour arriver à la « re-satisfaction »
 - o temps passé à recevoir la réclamation
 - o temps passé à traiter la réclamation et moyens utilisés : dépannage, remplacement, informatique, dédommagement, remise...

³⁴ Philippe, Détrie. Les réclamations clients, édition d'organisation, Paris, 2001, P29.

³⁵ idem, P30.

- litiges et procès perdus
- Perte d'un client (coût de substitution et de commercialisation)
 - inefficacité de l'animation du compte-client : budget (promotion + force de vente + PLV + documentation+ ...) / nombre de clients
 - manque à gagner : CA / nombre de clients x marge dégagée
- Dégradation de l'image de l'entreprise
 - coût de la construction de l'image : budget communication/ nombre de clients.³⁶

Enjeu 5 : « une aide au management »

Personne n'aime une réclamation. C'est un stress. C'est la raison pour laquelle les entreprises n'en ont qu'une très faible connaissance.

Mais le stress peut être utilisé de façon positive : cela devient le levier d'action le plus efficace.

Pour progresser, il faut attirer la critique à soi.

La réclamation offre spontanément et directement cette critique, véritable possibilité d'amélioration qui vient de la personne la plus importante pour une entreprise, le client.

Le paradoxe est que certaines entreprises investissent dans des boîtes à idées alors qu'elles ne traitent qu'à contrecœur leurs réclamations. Un jour viendra où seront récompensés les plus forts taux de recueil de réclamations !

L'enjeu est de transformer ses collaborateurs en « démineurs » de réclamations. Faire comprendre qu'une réclamation est plus que bienvenue. Réveiller à l'importance et à l'urgence de la réclamation.³⁷

2.5 Le processus de traitement de réclamation client et le système de management de la qualité

Le processus de traitement de réclamation client et le système de management de la qualité sont compatibles, ils sont pour objectif de satisfaire le client et améliorer la qualité de service.

L'obtention d'un retour d'information des clients concernant les produits et services, y compris leurs réclamations est parmi les exigences relatives aux produits et services

³⁶ Idem, P32.

³⁷ ³⁷ Philippe, Détrie. Les réclamations clients, édition d'organisation, Paris, 2001, P32.

déterminés dans l'article 9.1.2 de la norme ISO 9001 version 2015 : système de management de qualité, chaque entreprise est libre de déterminer sa façon d'obtenir cette information, en Algérie, selon la l'article n° 67 de la loi n° 99-01³⁸ du 19 Ramadhan 1419 correspondant au 6 janvier 1999 fixant les règles relatives à l'hôtellerie, les établissements hôteliers doivent mettre, à la disposition du client, un registre de réclamations, visible, coté et paraphé par l'administration chargée du tourisme.

Certains hôtels en plus de ce registre de réclamation ont leurs propre système pour l'obtention des réclamations, pour la gestion de ce feedback et pour l'enregistrement conformément aux exigences de satisfaction client et de l'amélioration déterminées dans les deux article suivant 10.2.1 et 10.2.2 de la même norme ISO 9001 version 2015, l'article 9.1.2 « Lorsqu'une non-conformité se produit, y compris celle liée à une réclamation, l'organisme doit:

a) réagir à la non-conformité, et le cas échéant:

- 1) agir pour la maîtriser et la corriger; et
- 2) prendre en charge les conséquences;

b) évaluer s'il est nécessaire de mener une action pour éliminer la ou les causes de la non-conformité, afin qu'elle ne se reproduise pas ou n'apparaisse pas ailleurs, en:

- 1) effectuant la revue et analysant la non-conformité;
- 2) recherchant et analysant les causes de la non-conformité; et
- 3) recherchant si des non-conformités similaires existent ou pourraient se produire;

c) mettre en œuvre toutes les actions requises;

d) examiner l'efficacité de toute action corrective mise en œuvre;

e) mettre à jour les risques et opportunités déterminés durant la planification, si nécessaire; et

f) modifier, si nécessaire, le système de management de la qualité.

Les actions correctives doivent être appropriées aux conséquences des non-conformités rencontrées.».

³⁸République algérienne démocratique et populaire, le journal officiel, (loi N° 90-01, 04 janvier 1990), Alger, P07.

L'article 10.2.2 « L'organisme doit conserver des informations documentées comme preuves:

- a) de la nature des non-conformités et de toute action menée ultérieurement; et
- b) des résultats de toute action corrective »

Cela explique les étapes à suivre pour le traitement de réclamation. Chaque organisme a le choix de suivre la méthode qu'il veut tant qu'il répond aux exigences de cet article.

Les étapes en générale sont :

- la détection de la réclamation
- le traitement de la réclamation :
 - o l'analyse de gravité
 - o action corrective
- évaluation de l'efficacité
- enregistrement

2.6 Recommandations pour réussir le processus de traitement de réclamation client

Pour mener à bien le processus de traitement de réclamation, il est impératif de s'efforcer à :³⁹

- Impliquer le personnel opérationnel dans le traitement des réclamations clients pour lui faire prendre conscience des problématiques clients et l'impliquer dans la mise en œuvre d'actions d'amélioration.
- Accepter les sentiments du réclamant, en lui permettant d'évoquer son ressenti : colère, découragement, doute, etc. face aux dysfonctionnements rencontrés et subis. Il s'agit ici de changer de point de vue, de se mettre à la place du client en sachant faire preuve d'empathie.
- Clarifier le problème. Il faut faire la part des choses et distinguer l'important de l'accessoire, l'urgent du prioritaire. Il convient de se mettre d'accord sur le contenu précis de la réclamation tout en accordant le bénéfice du doute au réclamant qui a raison jusqu'à ce que la preuve du contraire en soit apportée.

³⁹ <https://www.qualiblog.fr/principes-generaux-de-la-qualite/traitement-des-reclamations-clients/> (consulté le 30/05/2019)

- Solliciter la participation du client. Une réclamation est une occasion « en or » de travailler avec le client sur une problématique le concernant : cela crée forcément des « liens ». Le comportement et l'attention portée au réclamant permettent de renforcer la relation client, même si vous n'accédez pas à toutes ses demandes.

... Et de jamais croire qu'un client qui ne réclame pas est un client satisfait !

2.7 Les étapes pour mettre en place un processus de traitement de réclamation client selon la norme ISO 10002 version 2018

2.7.1 Présentation de la norme ISO 10002 version 2018

Selon l'organisation mondiale de normalisation ISO, la norme ISO 10002 version 2018 fournit des lignes directrices relatives au processus de traitement des réclamations relatif aux produits et services au sein d'un organisme, notamment en matière de planification, conception, développement, fonctionnement, mise à jour et amélioration. Le processus de traitement des réclamations décrit est destiné à être utilisé en tant que l'un des processus d'un système global de management de la qualité.

Cette norme est destinée à être utilisée par tout organisme, quels que soient son type, sa taille ou les produits et services qu'il fournit. Il est également destiné à être utilisé par des organismes de tout secteur.

Elle aborde les aspects suivants du traitement des réclamations:

- a) amélioration de la satisfaction du client en créant un environnement orienté client qui est ouvert au retour d'information des clients (y compris aux réclamations), en s'engageant à les résoudre tout en renforçant la capacité de l'organisme à améliorer ses produits et services, y compris son service à la clientèle;
- b) implication et engagement de la direction par le biais de l'acquisition et du déploiement appropriés des ressources, y compris la formation du personnel;
- c) reconnaissance et prise en compte des besoins et des attentes des réclamants;
- d) mise à disposition des réclamants d'un processus de traitement des réclamations ouvert, efficace et simple d'emploi;
- e) analyse et évaluation des réclamations afin d'améliorer la qualité des produits et services, y compris le service à la clientèle;

- f) audits du processus de traitement des réclamations;
- g) revues de l'efficacité et de l'efficience du processus de traitement des réclamations.

La norme ISO 10002 version 2018 a été publiée en juillet 2018, par le Comité technique ISO/TC 176/SC 3 Techniques de soutien, elle contient 32 pages.

2.7.2 Les étapes pour mettre en place un processus de traitement de réclamation client

Les chapitres 7 et 8 de la norme ISO 10002 version 2018 (Management de la qualité - Satisfaction des clients : Lignes directrices pour le traitement des réclamations dans les organismes) présentent les étapes pour mettre en place le processus de traitement des réclamations qui sont comme suit :

Communication

Il convient que formation relative un processus traitement des réclamations, présentée sous forme de brochures, de prospectus et sous forme électronique soit facilement mise à la disposition des client, des les réclamants et autres parties intéressées pertinentes, il convient de fournir ces informations rédiger en langage clair et dans la mesure du possible présenter dans des formats accessible à tous les manières à ne désavantagé aucun réclamant de telles informations comprenne par exemple :

- Le lieu où les réclamations peuvent être déposées.
- La façon dont les réclamations peuvent être déposées.
- Les informations que les réclamants doivent fournir.
- Le processus de traitement des réclamations.
- Les délais des différents étapes du processus.
- Les possibilités de recours du réclamant y a compris le recours externe.
- La façon le réclamant peut-être informé de l'état de sa réclamation.

Réception de la réclamation

À la réception de la réclamation initiale, il convient de l'enregistrer avec toutes les pièces justificatives et de lui attribuer un code l'identification unique. À ce stade, il convient

d'identifier la solution (le remède) souhaitée par le réclamant et toutes autres informations nécessaires au traitement efficace de la réclamation y a compris :

- Une description de la réclamation et les données pertinente la justifiant.
- La solution souhaitée.
- Le produit au service où les pratiques de l'organisme qui font l'objet de la réclamation.
- L'échéance pour la réponse.
- Les données relative à la population, au département, à la branche, à l'organisme et au segment de marché.
- L'action immédiate entreprise (si il y a lieu).

Suivi de la réclamation

Depuis réclamation initiale, en passant par toutes les étapes du processus, jusqu'à la satisfaction du réclamant ou la décision finale, il convient de suivre le cheminement de la réclamation, il convient qu'un état actualisé puisse être fourni réclamant, à sa demande et à intervalles réguliers, au moins au moment des dates limites préétablies, il convient de traiter les réclamations avec courtoisie et de les tenir informés, de l'avancement de leur réclamation tout au long du processus de traitement des réclamations.

Accusé de réception

Il convient d'accuser réception immédiatement de chaque réclamation (par exemple courrier postal, par téléphone ou par courrier électronique).

Appréciation à chaud de la réclamation

À réception, il convient d'évaluer chaque réclamation en terme de critères, de gravité, sécurité, complexité et apparition, et d'évaluer la nécessité et la possibilité d'une action immédiate. Il convient de traiter les réclamations rapidement en fonction de leur urgence. Il convient par exemple, de traiter immédiatement les problèmes importants liées à la santé et à la sécurité.

Etude de la réclamation

Il convient de réaliser un examen approfondi toutes les circonstances et informations pertinente relative à une réclamation. Il convient d'adapter le niveau de l'étude à la gravité et à la fréquence d'apparition de la réclamation.

Résolution de la réclamation

À l'issue d'une analyse approprié, il convient que l'organisme propose une réponse, par exemple, résoudre le problème et prévenir sa réapparition. Lorsque la réclamation ne peut pas être résolue immédiatement, il convient de la traiter de manière à la résoudre efficacement et le plus rapidement possible.

Communication de la décision

Il convient que toute action ou décision prise concernant la réclamation, pertinente pour le réclamant ou pour le personnel concerné, soit communiqué à ces derniers.

Clôture de la réclamation

Lorsque le réclamant accepte la décision ou l'action proposée il convient alors de la mettre en œuvre et de l'enregistrer.

Lorsque le réclamant rejette la décision ou l'action proposée, il convient alors de ne pas clore la réclamation, il convient de l'enregistrer et d'informer le réclamant des autres formes de recours internes et externes dont il dispose.

Il convient que l'organisme continue de surveiller l'avancement de la réclamation jusqu'à épuisement de toutes les alternatives raisonnables de recours interne et externe ou jusqu'à la satisfaction du réclamant.

Recueil des informations

Il convient que l'organisme enregistre les performances de son processus de traitement des réclamations. Il convient que l'organisme établisse et mette en œuvre des procédures d'enregistrement des réclamations et des réponses, d'utilisation et de traitement de ces enregistrements, tout en protégeant les informations à caractère personnel et en garantissant la confidentialité des réclamants. Cela comprend généralement les éléments suivants:

- a) la spécification des étapes d'identification, de recueil, de classification, de tenue, de stockage et d'élimination des enregistrements;
- b) l'enregistrement du traitement d'une réclamation, la tenue de ces enregistrements, et le plus grand soin apporté à la conservation de supports tels que fichiers électroniques et enregistrements magnétiques, dans la mesure où les

enregistrements faits sur ces supports peuvent être endommagés ou perdus du fait d'une mauvaise manipulation ou d'obsolescence;

c) la tenue d'enregistrements relatifs au type de formation et d'instructions que les individus concernés par le processus de traitement des réclamations ont reçu;

d) la spécification des critères pour répondre aux demandes de présentation et de soumission d'enregistrements émises par un réclamant ou son représentant; il peut s'agir des limites de temps, du type d'informations fournies, du destinataire et du format dans lequel elles sont fournies;

e) la spécification du mode et du moment choisis pour divulguer au public des données statistiques anonymes.

Analyse et appréciation des réclamations

Il convient de classer et d'analyser toutes les réclamations afin d'identifier les problèmes systématiques et récurrents, ainsi que ceux qui concernent un seul incident et de contribuer à éliminer les causes sous-jacentes des réclamations.

Evaluation de la satisfaction apportée par le processus de traitement des réclamations

Il convient de mesurer régulièrement les niveaux de satisfaction des réclamants dans le cadre du processus de réclamation. Cela peut être réalisé sous la forme d'enquêtes aléatoires des réclamants et d'autres techniques.

NOTE Une des méthodes permettant d'augmenter la satisfaction du client par rapport au processus de traitement des réclamations consiste à réaliser une simulation en contactant un client réclamant de l'organisme.

Surveillance du processus de traitement des réclamations

Il convient d'effectuer une surveillance continue du processus de traitement des réclamations, des ressources nécessaires (y compris le personnel) et des données à recueillir.

Il convient de mesurer les performances du processus de traitement des réclamations par rapport à des critères prédéfinis.

Audit du processus de traitement des réclamations

Il convient que l'organisme effectue régulièrement des audits afin d'évaluer les performances du processus de traitement des réclamations. L'audit comprend généralement des informations sur :

- la conformité du processus aux procédures de traitement des réclamations, et sur
- l'aptitude du processus à satisfaire à la politique et à atteindre les objectifs en matière de traitement des réclamations.

L'audit de traitement des réclamations peut être conduit dans le cadre de l'audit de système de management de la qualité, et conformément à l'ISO 19011. Il convient de tenir compte des résultats de l'audit dans la revue de direction afin d'identifier les problèmes et d'améliorer le processus de traitement des réclamations. Il convient que l'audit soit réalisé par des personnes compétentes indépendantes de l'activité auditée.

Revue de direction du processus de traitement des réclamations

- Il convient que la direction procède à une revue régulière du processus de traitement des réclamations pour :
 - assurer en permanence sa pertinence, son adéquation, son efficacité et son efficience,
 - identifier et traiter les cas de non-conformité dans les domaines de la santé, de la sécurité, de l'environnement, de la clientèle, juridique et d'autres obligations réglementaires,
 - identifier et corriger les défaillances des produits,
 - identifier et corriger les défaillances du processus,
 - évaluer les opportunités d'amélioration et la nécessité de modifier le processus de traitement des réclamations et les produits proposés ou fournis, et
 - évaluer les changements possibles à apporter à la politique et aux objectifs en matière de traitement des réclamations.
- Il convient que les données d'entrée de la revue de direction comprennent des informations sur les facteurs internes, tels que les changements apportés à la politique, aux objectifs, à l'organisation, aux ressources disponibles ainsi qu'aux produits proposés,
 - les facteurs externes, tels que les modifications de la législation, des pratiques en matière de concurrence ou les innovations technologiques,

- le fonctionnement global du processus de traitement des réclamations, y compris des enquêtes sur la satisfaction des clients et les résultats de la surveillance continue du processus,
 - les résultats des audits,
 - l'état des actions préventives et correctives,
 - le suivi des actions issues des revues de direction précédentes, et
 - les recommandations d'amélioration.
- Il convient que les données de sortie de la revue de direction comprennent
 - les décisions et les actions relatives à l'amélioration de l'efficacité et de l'efficience du processus de traitement des réclamations,
 - les propositions d'amélioration du produit, et les décisions et les actions relatives à l'identification des besoins en ressources (par exemple les programmes de formation).

Il convient de conserver les enregistrements de la revue de direction et de les utiliser pour identifier des opportunités d'amélioration.

Amélioration continue

Il convient que l'organisme améliore en permanence l'efficacité et l'efficience du processus de traitement des réclamations. L'organisme peut en conséquence améliorer continuellement la qualité de ses produits et services. Cet objectif peut être atteint au moyen d'action correctives, d'actions mises en œuvre face aux risques et opportunités d'amélioration innovantes. Il convient que l'organisme mène une action pour éliminer les causes des problèmes existants et potentiels qui aboutissent à des réclamations, afin d'éviter respectivement la récurrence et l'occurrence. Il convient que l'organisme :

- analyse, identifie et applique l'expérience acquise et les meilleures pratiques de traitement de réclamation
- favorise une approche orientée client au sein de l'organisme.
- Encourage l'innovation en matière de développement du traitement de réclamation.
- Reconnaisse un comportement exemplaire en matière du traitement de réclamation.

**CHAPITRE III : LA MISE EN PLACE
D'UN PROCESSUS DE TRAITEMENT
DE RECLAMATION CLIENT SELON
LA NORME ISO 10002 VERSION 2018**

Nous allons voir dans ce chapitre notre résultat de travail de recherche sur l'hôtel New Day, il s'agit de la mise en place de processus de traitement de réclamation client, nous commençons dans la première section par un diagnostic de l'hôtel selon la norme ISO 10002 version 2018, ce qui nous permet de proposer dans la section suivante un plan d'action basé sur les résultats du diagnostic et les exigences de la norme, à la fin de ce chapitre nous présentons nos recommandations pour l'hôtel pour une meilleure gestion de réclamation client.

Section 1 : Diagnostic de processus de traitement de réclamation à l'hôtel New Day

1.1 Périmètre d'étude de cas

Notre étude de cas à l'hôtel New Day Alger sur la mise en place d'un processus de traitement de réclamation client selon la norme ISO 10002 : Management de la qualité -- Satisfaction des clients -- Lignes directrices pour le traitement des réclamations dans les organismes, sera sur le département hébergement qui fait partie de la direction d'exploitation, comme le montre l'organigramme que nous avons présenté dans le premier chapitre. (figure 2)

Le département hébergement de l'hôtel New Day comprend quatre services :

- **Service Réception**
 - Réservation
 - Accueil
 - Chasseur – bagagiste
 - Revenue Manager
- **Service d'étage (voir annexe C)**
 - Entretien des chambres
 - Entretien des partie communes
- **Service lingerie buanderie**
 - Blanchisserie (linge d'exploitation - linge de personnel)
 - Pressing
- **Service SPA**
 - Centre de soin (massage - sauna – hammam - institut de beauté)
 - Sport et loisir (piscine intérieure – fitness)

La réclamation client au niveau de l'hôtel New Day Alger :

Durant le stage pratique que nous avons effectué à l'hôtel, nous avons constaté plusieurs réclamations des clients qui ont eu des différents problèmes durant leurs séjours à l'hôtel, nous avons pu noter les différentes réclamations durant notre stage à l'hôtel ; et nous avons pris celles liées au département hébergement puis nous les avons classifié selon leurs motifs comme le montre le tableau suivant :

Tableau N° 7 : Les motifs de réclamation client à l'hôtel New Day Alger

le motif de la réclamation	Exemple
Equipement	Les chambres, téléviseur, climatiseur, fenêtre
Propreté	Lits, draps, tapis, oreiller ...
Qualité	Service, accueil ...
Gestion	Réservation, réclamation ...
Incompétence de personnel	Maitrise de langue par le personnel, manque de professionnalisme...
Nuisance sonores	Chambres avec vue à l'intérieur, le bruit de la haute de restaurant

Source : élaboré par nous même

D'après le Front Office Manager, l'hôtel New Day n'a pas un processus de traitement de réclamation client, les réclamations qui auront lieu au niveau de département hébergement et même au niveau d'autres départements se résout une par une et aucune méthode n'est conçue pour leurs traitements.

Le direction générale de l'hôtel et à travers le directeur général exprime la nécessité d'aller vers un management de qualité dont le processus de traitement de réclamation client que nous avons proposé en fait partie.

1.2 Diagnostic de traitement de réclamation client au niveau de l'hôtel par rapport à la norme ISO 10002 version 2018

Afin de pouvoir réaliser notre travail, nous avons besoin de savoir ce existe au niveau de l'hôtel en c'est qui concerne le traitement de réclamation client, et le comparer avec les exigences de la normes ISO 10002 version 2018. Pour cela nous avons suivi une méthodologie pour la collecte d'informations.

1.2.1 Méthodologie de collecte d'informations

Grâce à une lecture approfondie de la norme ISO 10002 version 2018, nous avons élaboré un tableau récapitulatif qui regroupe toutes les exigences de la norme, ce tableau on appelle une check list, qui nous a permis d'effectuer un audit interne, et faire sortir les écarts qui existe pour pouvoir élaborer un plan d'action.

Pour la collecte des données nécessaires nous avons adopté une approche qualitative basée sur la lecture, l'observation et les interviews avec le personnel, dont nous avons eu l'autorisation d'effectuer un audit pour la collecte d'informations, notre tuteur le Front Office Manager de l'hôtel nous accordé la permission pour questionner le personnel du département hébergement tout au long de notre audit.

L'audite a été effectué par nous même et à l'accompagne de Front Office Manager de l'hôtel pendant une journée durant le stage.

Le plan d'audit contient plusieurs informations, les critères de ce document sont cités dans l'article 6.5.1 de la norme ISO 19011 version 2011⁴⁰, nous avons suivi ces critères pour élaborer notre plan d'audit détaillé dans la figure suivante.

Figure N° 10 : Plan d'audit interne

Date : 10/03/2019		Plan d'audit interne	
Entreprise :	Hôtel New Day Alger		
Adresse :	Mokhtari, 34 Rue des frères, Hussein Dey 16040 Alger		
Standard(s) :	ISO 10002 version 2018		
Langue d'audit :	Français		
Responsable d'audit :	Abdelhak Abbes Stagiaire	Autres membres de l'équipe d'audit :	Benamokrane Sifeddine Front office Manager
Objectif de l'audit : état des lieux par rapport aux exigences de la norme ISO 10002 version 2018			
*Périmètre d'audit : tout les services de département hébergement			
Heure	Auditeur	Service	Interlocuteurs
09 :30 – 10 :30	Abdelhak Abbes / Sifeddine Benamokrane	Réception	Chef de réception – réceptionnistes – back office manager
11 :00 – 12 :00	Abdelhak Abbes / Sifeddine Benamokrane	Service d'étage	Gouvernante – femmes de chambre
13 :30 – 14 :30	Abdelhak Abbes	Service lingerie buanderie	Lingère Buandière
15 :00 – 16 :00	Abdelhak Abbes	Service SPA	Technicien SPA Conseiller de sport

Source : Elaboré par nous même.

⁴⁰ Lignes directrices pour l'audit des systèmes de management

L'audit s'est déroulé avec le personnel de chaque service de département hébergement, en se basant sur l'observation et la prise de notes en posant des questions pour comprendre le fonctionnement de travail, à l'aide d'une check list élaborée par nous même sur les critères déterminés dans le chapitre 7 et 8 de la norme ISO 10002 version 2018.

1.2.2 Diagnostic de traitement de réclamation client au niveau de l'hôtel

Après une lecture et une analyse de la norme ISO 9001 version 2015, nous avons élaboré une grille de diagnostic sous forme d'une check list pour faire un état des lieux de département hébergement de l'hôtel New Day Alger par rapport aux exigences de la norme ISO 10002 version 2018.

Le chapitre 7 et 8 de la norme ISO 10002 version 2018 contient les exigences qui sont regroupées dans le tableau suivant, ce tableau montre aussi l'état de l'hôtel par rapport à chaque exigence et les observations que nous avons constaté durant l'audit, ce qui nous a permis d'utiliser ce support comme une check list pour tirer les écarts qui existe.

Tableau N° 8 : Check list de conformité de département hébergement aux exigences de la norme ISO 10002 version 2018

N° d'ordre	Exigences	Constat d'audit			OBSERVATION
		C	NC	Conformité partielle	
7.1	Y a-t-il un moyen pour qu'un client puisse exprimer son mécontentement et sa réclamation par écrit ou sous forme électronique ?			×	l'hôtel dispose d'un registre de doléance qui n'est pas suivi par les responsables de l'hôtel. Le manque d'une adresse électronique dédiée aux réclamations client. Le manque d'une fiche de réclamant qui contient toute les informations à propos de la réclamation
7.2	Est-ce que la fiche de réception de réclamation est disponible pour le client ?		×		La manque d'une fiche de réception de réclamation client aux différents services d'hébergements.
7.3	Existe-t-il un suivi de réclamation ?		×		Les réclamations qui ont lieu au niveau de département hébergement de l'hôtel ne sont pas suivi jusqu'à la satisfaction du client et la clôture de la réclamation

7.4	Y a-t-il un accusé de réception à chaque réclamation par courrier, téléphone ou par courrier électronique ?		×		Cette fonction n'existe pas à l'hôtel.
7.5	Est-ce qu'il y a une évaluation de réclamation initiale selon la gravité de problème ?		×		Tout les réclamations sont traitée de la même manière, aucun critère de gravité n'est pris en considération.
7.6	Est-ce que pour chaque réclamation existe un examen approfondi de toutes les circonstances et informations pertinentes ?		×		Aucune étude de réclamation client n'est faite.
7.7	Est-ce que l'hôtel répond à toutes réclamations ?	×			Les réclamations client au niveau de département hébergement de l'hôtel New Day ont toujours une réponse de la part de personnel de l'hôtel, mais cela ne signifie pas que les clients étaient tous satisfait de ces réponses.
7.8	Est-ce que les décisions et les actions prises durant le traitement des réclamations sont communiquées avec le client ?		×		Le traitement de réclamation client au niveau de l'hôtel ne passe pas par des étapes comme l'indique la norme, alors il n'y a pas décision prise lors de traitement qui sont communiquées avec le client.
7.9	Est-ce que après la prise de décision par rapport à la réclamation l'hôtel clôture et enregistre la réclamation ?		×		Après avoir communiqué la décision de l'hôtel à un client à propos de sa réclamation, aucune clôture n'est faite et aucun enregistrement sera disponible sur cette réclamation pour un éventuel recours ou suivi au future
8.1	Existe elle une fiche de procédure de traitement de réclamation qui indique tout les étapes d'identification, de recueil, de classification, de tenue, de stockage et d'élimination des enregistrements ?		×		Absence d'une fiche de procédure de traitement de réclamation.
8.2	Y a-t-il une analyse et une évaluation pour chaque réclamations ?		×		Il n'y a pas une identification ni une évaluation des sources des

					problèmes qui ont engendrer les réclamations.
8.3	Existe elle une détermination de niveau de satisfaction des client par rapport le processus de traitement de réclamation ?		×		Pour réponde à cette exigence il faut que l'hôtel dispose tout d'abord d'un processus de traitement de réclamation client, afin de pouvoir par la suite déterminer le niveau de satisfaction des clients réclamants.
8.4	Y a-t-il une surveillance du processus de traitement des réclamations client ?		×		Absence de processus de traitement de réclamation client.
8.5	Existe il des audits du processus de traitement des réclamations ?		×		Absence de processus de traitement de réclamation client.
8.6	Existe elle une revue de direction du processus de traitement des réclamations ?		×		Absence de processus de traitement de réclamation client.
8.7	Est-ce qu'il existe une amélioration continue ?		×		L'hôtel ne dispose pas d'une politique qualité orientée vers le client, qui précise l'obligation d'améliorer continuellement l'efficacité et l'efficience du processus de traitement de réclamation client.

Source : Elaboré par nous même.

Nous avons audité le département hébergement de l'hôtel New Day selon les exigences de la norme ISO 10002 version 2018, le résultat de cet audit nous sert à identifier les écart qui existe pour élaborer le plan d'action qui comprend tout les actions que l'hôtel doit faire pour que le processus de traitement de réclamation client soit mis en place.

Ce diagnostic montre qu'en matière de documentation, il n'y pas une traçabilité en c'est qui concerne la réclamation client, sauf le registre de doléance qui se trouve au niveau de la réception mais qui ne répond pas vraiment aux critères d'enregistrement d'une réclamation, nous avons proposé des exemplaires des documents nécessaires pour le processus de traitement de réclamation client qui sont définis dans le chapitre 7 et 8 de la norme ISO 10002 version 2018, cela représente notre contribution à la mise en place de ce processus à l'hôtel.

Les exigences de la norme mentionnées dans le reste des chapitres de la normes, nous ne pouvons pas les entamer, car elles dépendent de la direction générale de l'hôtel qui est la seule qui a le droit d'élaborer certains documents, par exemple la politique qualité de l'hôtel.

Nous allons voir dans la section suivante le plan d'action pour mettre en place le processus de traitement de réclamation client qui contient les documentations nécessaires, et des exemplaire que nous avons proposé pour chaque exigences détaillées dans le tableau 8 ci-dessus.

Section 2 : Proposition d'un plan d'action

Chaque article de chapitre 7 et 8 de la norme ISO 10002 version 2018 contient des critères que nous devons les respecter lors de la phase de réalisation de la mise en place de processus de traitement de réclamation client.

Nous allons prendre les exigences étape par étape et par ordre tel que sont mentionnés dans la norme, nous pouvons appelé ça le plan d'action.

2.1 Communication

La disponibilité d'un moyen pour qu'un client puisse exprimer son mécontentement et sa réclamation par écrit ou sous forme électronique.

Nous avons proposé pour l'hôtel une fiche exemplaire de réclamation comme le montre la figure 11, elle est mise à la réception de l'hôtel et à tout les services qui dépend au département hébergement, à savoir le service d'étages qui a pour chaque étage un bureau spécial, le client peut trouver la fiche de réclamation au niveau de ces bureaux et il peut déposer sa réclamation à tout moment, aussi au niveau de service SPA et au service buanderie lingerie, les responsables de ces services transfèrent les fiches de réclamation client à la réception, et c'est le Front Office Manager ou son assistante qui va passer à l'étape suivante le traitement, cela quand il s'agit d'une réclamation sur place.

Pour les réclamations des clients au téléphone ou par à distance, nous avons proposé l'adresse électronique que nous l'avons crée nous même pour l'hôtel, dédié pour recevoir la réclamation, le responsable de Back Office ou le service de réservation prend en charge le transfère de la fiche de réclamation venant par voie électronique au responsable d'hébergement.

L'adresse que nous avons proposé est la suivante : réclamation-hotelnewday@gmail.com

2.2 Réception de la réclamation

la disposition d'une fiche de réception de réclamation, nous avons proposé un exemplaire de fiche de réception de réclamation pour l'hôtel selon la norme ISO 10002 version 2018, qui contient les principales informations susceptibles d'aider le réclamant à fournir les détails clés nécessaires à l'hôtel pour traiter la réclamation de manière adéquate.

Figure N° 11 : Fiche de réclamation client de l'hôtel New Day

FICHE RECLAMATION CLIENT		FRC-001-2019
1 – Informations sur le réclamant		
Nom/organisme :		
Adresse		
Code postal, Ville :		
Pays :		
Téléphone :		
Adresse électronique :		
Information sur la personne représentant le réclamant (le cas échéant) :		
2 – Description de produit ou service		
Numéro de référence du service / de la commande (si connu):		
Description :		
3 – Problème rencontré		
Date d'apparition :		
Description :		
.....		
4 – Solution requise		
Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>		
.....		
5 – Date, signature		
Date : Signature :		
6 – Pièces jointes :		

Source : Elaboré par nous même.

Nous avons codifié la fiche de réclamation client par un référentiel, pour le distinguer des autres documents liés à ce processus.

FRC : est une abréviation de fiche de réclamation client suivi par un numéro d'ordre de la réclamation qui est un code de 3 chiffres suivi par l'année de la réclamation en

l'occurrence l'année 2019, ce code nous facilite le suivi de la réclamation et pour un éventuel cas revenir pour voir les détails d'une ancienne réclamation.

2.3 Suivi de réclamation

Le responsable de processus de traitement de réclamation client en l'occurrence le Front Office Manager de l'hôtel suit les réclamations selon leurs ordres et gravités, et en aucun cas une fiche de réclamation reste sans clôture, cela au moins au moment des dates limites préétablies.

Nous avons élaboré un tableau exemplaire de suivi de la réclamation client.

Tableau N° 9 : Tableau de suivi de réclamations

Mesure prise	date	Nom de responsable de suivi	Remarque
Accusé de réception de la réclamation au réclamant			
Évaluation de la réclamation			
Analyse de la réclamation			
Résolution de la réclamation			
Retour d'informations au réclamant			
Corrections			
Vérification des corrections			
Clôture de la réclamation			

Source : Elaboré par nous même

2.4 Accusé de réception des réclamations

Une fois le client remplit sa fiche de réclamation, le responsable de service où le client a déposé sa réclamation lui délivre un accusé de réception, cet accusé de réception est délivré immédiatement quelque soit le mode de transmission de la réclamation (par exemple par courrier postal, par téléphone ou par courrier électronique).

Accusé de réception contient un numéro de référentiel qui aide au suivi et au traitement de la réclamation par la suite.

2.5 Evaluation de la réclamation initiale

Après la collecte des fiches de réclamation au niveau de la réception de l'hôtel, le responsable de l'hébergement les évalue chaque réclamation en termes de critères tels que

la gravité, la sécurité, la complexité et les répercussions, et de prévoir la nécessité et la possibilité d'une action immédiate.

Le responsable d'hébergement détermine la gravité de problème rencontré par le client, et il prend le niveau de gravité en considération lors de l'étape suivante, l'étape d'étude.

2.6 Etude des réclamations

Le responsable d'hébergement peut faire appelle au personnel de l'hôtel qui ont une relation directe avec la réclamation, pour une étude approfondie de la réclamation, et il prend en considération les toutes les circonstances tel que la gravité et la fréquence d'apparition de la réclamation.

Cette étude aide aussi à classifier le réclamant selon les types que nous avons provoqué dans la figure 8 de chapitre 2 de ce travail de recherche, cela permet au responsable d'hébergement de savoir sil le client a raison ou il s'agit d'une manipulation pour obtenir une récompense non méritée.

2.7 Résolution de réclamation

Nous distinguons deux types de résolutions, résolution interne et résolution externe, si les solutions proposée par l'hôtel sont refusée deux fois consécutives par le client, nous passons à la résolution externe, le responsable de département hébergement ou le responsable de l'hôtel a le droit de prendre une telle décision pour satisfaire le client.

Selon la norme ISO 10002 version 2018, les solutions proposées peuvent être les actions suivantes :

- Remboursements
- Remplacement
- réparation/reprise
- produits de substitution
- assistance technique
- informations
- renvoi pour révision
- aide financière
- autres aides
- dédommagement
- excuses

- offre à l'amiable ou symbolique
- indications des changements sur les produits, le processus, la politique, ou les procédures faisant suite aux réclamations.

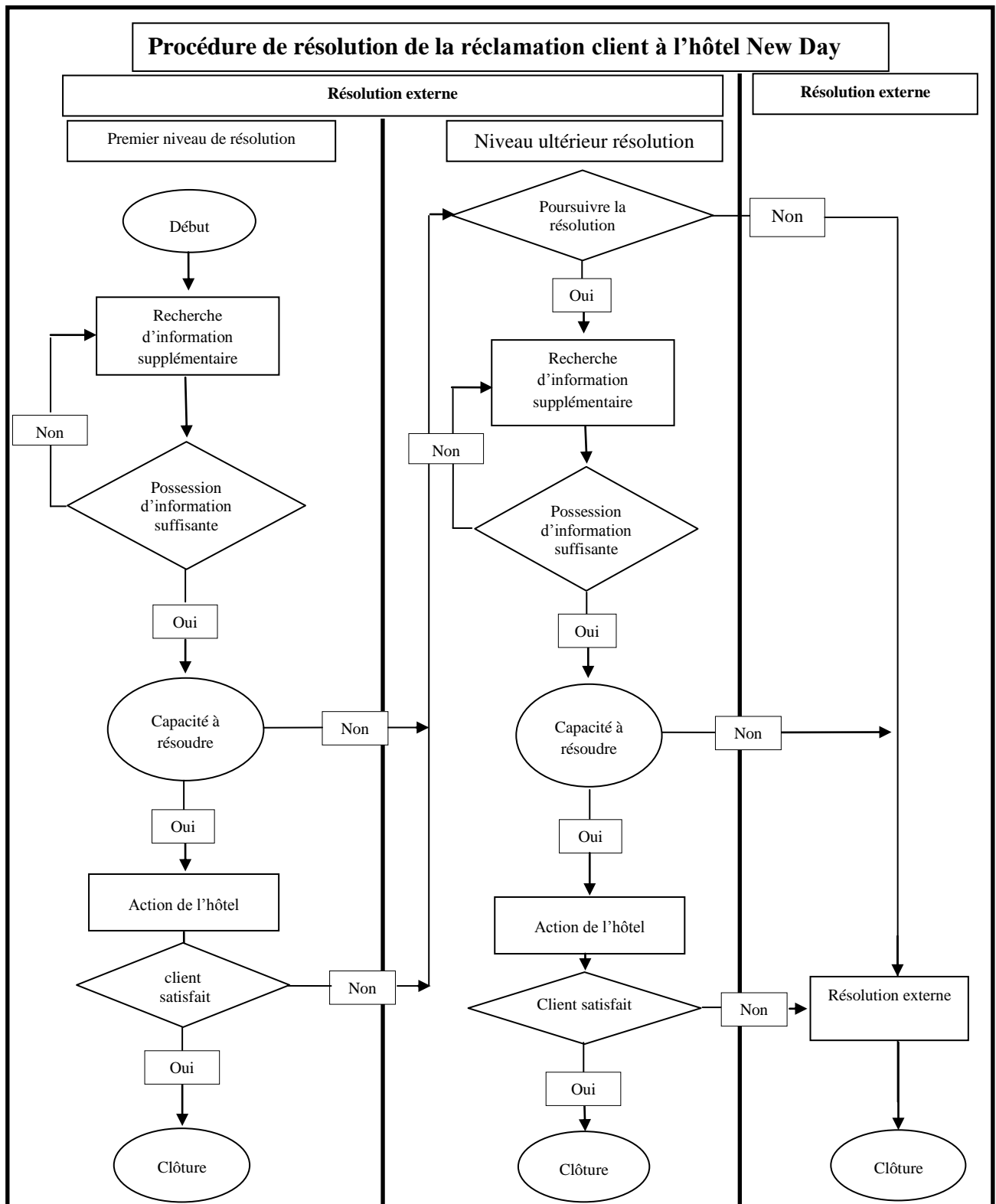
Pour la résolution interne et comme il est schématisé dans le logigramme, au début, il faut avoir les informations nécessaires sur la réclamation et le client et les circonstance de la réclamation, si les informations sont suffisante nous passons à l'étape suivante si non nous revenons pour collecter d'autres informations.

Après avoir collecté les informations nécessaires, nous passons à voir si les capacité de l'hôtel sont en mesure de résoudre le problème, si c'est oui nous passons à l'étape suivante si non nous allons voir si nous pouvons poursuivre la résolution, si non le responsable de l'hôtel cherche une résolution externe.

Quand l'hôtel a les capacités pour la résolution de la réclamation client, il prend une action au profit du client, si le client est satisfait par cette décision nous clôturons la réclamation, si non une deuxième résolution et dans le cas échéant une résolution externe de la réclamation.

Nous avons élaboré une fiche de procédure de résolution de réclamation client adéquate à l'hôtel, elle est sous forme de logigramme comme le montre la figure suivante.

Figure N° 12 : Fiche de procédure de résolution de la réclamation client de l'hôtel New Day



Source : Elaboré par nous même.

2.8 Communication de la décision

Une fois le responsable d'hébergement prend une décision concernant la réclamation, elle doit être communiquée avec le client.

2.9 Clôture de la réclamation

Lorsque le client accepte la résolution proposée par l'hôtel, la réclamation sera clôturée et enregistrée.

2.10 Recueil des informations

Tout le personnel de département hébergement est concerné par le bon fonctionnement de processus de traitement de réclamation client, il est donc nécessaire de détecter toute réaction de client, cela représente une source d'information importante pour l'hôtel, le classement de ces documents pour l'utilisation de ces données est recommandé pour la réussite de processus de traitement de réclamation client.

Ces données des clients qui passent par des étapes, de l'identification , le recueil, la classification, la tenue jusqu'à le stockage doivent restées à l'abri d'une mauvaise manipulation, et reste confidentiel pour l'hôtel parce qu'elles contient des informations personnelle liées aux clients.

2.11 Analyse et évaluation des réclamations

Une analyse approfondie pour connaître les causes des réclamations, et une évaluation pour savoir sur quel point l'hôtel doit intervenir surtout quand il s'agit d'un point qui se répète plusieurs fois.

2.12 Satisfaction par rapport au processus de traitement des réclamations

Une fois l'hôtel met en place toutes les exigences de la norme ISO 10004 version 2018, il doit évaluer la satisfaction de client par rapport à ce processus en menant des enquêtes de sur la satisfaction, aussi en faisant des simulations de contacte d'un client réclamant avec l'hôtel.

2.13 Surveillance du processus de traitement des réclamations

L'hôtel doit effectuer une surveillance continue du processus de traitement des réclamations client, en préparant tout les ressources nécessaires y compris le personnel.

Le responsable de département hébergement de l'hôtel doit surveiller les performances le processus de traitement de réclamation client au niveau de son département et il assure la mise en œuvre d'actions correctives .

2.14 Audit du processus de traitement de réclamation client

L'hôtel doit effectuer des audits pour voir l'aptitude du processus de traitement de réclamation client à satisfaire à la politique de l'hôtel et à atteindre les objectifs en matière de traitement de réclamation client.

Au cours de l'examen des performances du processus de traitement des réclamations, l'audit évalue dans quelle mesure le processus est conforme aux critères établis.

Un audit peut être réalisé dans le but d'évaluer, par exemple :

- la conformité des procédures de traitement des réclamations à la politique et aux objectifs de l'organisme,
- le degré d'application des procédures,
- l'aptitude du processus de traitement des réclamations en place à atteindre les objectifs,
- les forces et les faiblesses du processus de traitement des réclamations,
- les opportunités d'amélioration du processus et de ses résultats.

2.15 Revue de direction du processus de traitement des réclamations

L'hôtel doit procéder à une revue régulière du processus de traitement des réclamations, les données d'entrée de la revue de direction comprennent des plusieurs informations par exemple la politique de l'hôtel, les objectifs de l'hôtel, législation, enquêtes de satisfaction, les résultats d'audits ... aussi plusieurs informations pour les données de sortie, tels que les décisions et les propositions d'amélioration.

2.16 Amélioration continue

L'hôtel doit améliorer en continu l'efficacité et l'efficience du processus de traitement des réclamations. L'hôtel peut en conséquence améliorer continuellement la qualité de ses produits. Cet objectif peut être atteint au moyen d'actions préventives et correctives et d'améliorations innovantes. L'hôtel doit prendre des mesures destinées à éliminer les causes existantes et potentielles des problèmes qui aboutissent à des réclamations afin d'en éviter respectivement la récurrence et l'occurrence.

Ce plan d'action que nous avons proposé, nous l'avons mis à la disposition du responsable d'hébergement de l'hôtel, le Front Office Manager et à la disposition de Mr le directeur général de l'hôtel qui a exprimé la volonté de l'hôtel d'aller vers un nouveau système de management, le management de la qualité, dont le processus de traitement de réclamation en fait partie.

Notre contribution à la mise place de processus de traitement de réclamation client selon la norme ISO 10002 version 2018 au niveau de l'hôtel New Day doit être accompagnée par une volonté de l'hôtel à adopter cette norme exprimée par la direction générale de l'hôtel.

Nous allons voir dans la dernière section les recommandations que nous avons élaboré après une recherche approfondie sur ce sujet pour mieux gérer le processus de traitement de réclamation client, et les recommandations que propose la norme ISO 10002 version 2018.

Section 3 : Les recommandations

3.1 Recommandations personnelles

Pour un meilleur traitement de réclamation client et pour satisfaire les clients, et suite à une longue recherche sur ce sujet, nous nous sommes jugés capables de faire quelques recommandations personnelles pour l'hôtel New Day concernant le processus de traitement de réclamation, voici nos recommandations

- L'adoption de la norme ISO 9001 version 2015 système de management de qualité, cela assure le bon fonctionnement du processus de traitement de réclamation au niveau de l'hôtel
- Sensibiliser tout le personnel de l'hôtel de l'importance de la réclamation client, cela permet au personnel de se comporter avec professionnalisme avec les réclamations clients.
- Prendre la réclamation client comme une information très importante pour l'amélioration de la qualité au niveau de l'hôtel
- Elargir le périmètre de la mise en place de processus de traitement de réclamation client sur tous les autres départements.
- Utiliser les outils qualité pour l'analyse des réclamations clients tel que le diagramme d'ISHIKAWA.
- Mettre en place un processus de Community Management pour le traitement de réclamations des clients en ligne, à travers les réseaux sociaux ou le site Web.

Ce sont nos recommandations personnelles pour l'hôtel, nous allons voir maintenant les recommandations proposées par la norme ISO 10002 version 2018.

3.2 Recommandations de la norme ISO 10002 version 2018

- Encourager les réclamations: porter une indication simple ou mentionner un texte sur les factures de la société, par exemple comme suit :

«Votre satisfaction nous concerne, n'hésitez pas à nous faire part votre de mécontentement - nous sommes prêts à vous satisfaire».
- Recueil et enregistrement des réclamations.
- Accusé de réception de la réclamation au réclamant si cette dernière n'est pas remise en personne (un appel téléphonique ou un courrier électronique suffit)
- Appréciation du bien-fondé de la réclamation, évaluation des répercussions possibles et recherche de la personne la plus compétente pour la traiter.
- Résolution dans les plus brefs délais possibles, ou étude plus approfondie de la réclamation pour ensuite décider de son traitement et agir rapidement.
- Retour d'information au client pour l'informer des mesures que vous prévoyez de prendre et évaluer sa réponse. L'action est-elle susceptible de le satisfaire? Si oui, entreprendre rapidement l'action que le client attend raisonnablement, en veillant à utiliser les meilleures pratiques dans votre domaine d'activité.
- Lorsque, de votre point de vue, tout a été entrepris pour résoudre l'objet de la réclamation, avertir le client et consigner le résultat. Si le client n'est toujours pas satisfait de la résolution de la réclamation, expliquer votre décision et proposer le cas échéant une alternative.
- Revoir régulièrement toutes les réclamations — au moyen d'une revue périodique rapide individuelle et d'une revue annuelle plus approfondie, pour déterminer l'existence de tendances ou des éléments évidents susceptibles d'être modifiés ou corrigés pour éviter le renouvellement des réclamations, améliorer le service au client ou la satisfaction du client.

CONCLUSION GENERALE

De nos jours, la clientèle des hôtels devient de plus en plus exigeante, surtout avec la concurrence que connaît le secteur d'hôtellerie au niveau mondial qu'au niveau national, cela oblige les responsables des hôtels à garder à tout prix leur clientèle en répondant à leurs besoins.

Le processus de traitement de réclamation client est l'un des processus faisant partie d'un système global de management de qualité qui vise à l'amélioration continue de la qualité au sein des entreprises. La norme ISO 10002 version 2018 regroupe toutes les exigences pour mettre en place un processus de traitement de réclamation.

L'objectif de ce mémoire de fin de cycle est la contribution à la mise en place du processus de traitement de réclamation client au niveau de l'hôtel New Day Alger selon les exigences de la norme ISO 10002 version 2018, et participer à l'amélioration continue de la qualité au sein de l'hôtel.

Durant notre travail de recherche, nous avons su comment mettre en place un processus de traitement de réclamation client selon la norme ISO 10002 version 2018, et nous avons proposé à l'hôtel de la mettre en place afin d'assurer un meilleur traitement de réclamation client, tout en respectant les exigences que contient la norme.

Notre travail s'est concrétisé après la détermination de périmètre d'étude de cas, il s'agit de département d'hébergement de l'hôtel, nous avons commencé par un diagnostic de traitement de réclamation client par rapport les exigences de la norme ISO 10002 version 2018, par la suite et en basant sur les résultats de diagnostic nous avons proposé un plan d'action qui contient des exemplaires de documentations nécessaires pour le bon fonctionnement du processus de traitement de réclamation client, ces documents ont été élaborés par nous même en se référant à la norme, enfin et pour un meilleur traitement de réclamation client nous avons proposé quelques recommandations à l'hôtel.

Bien que notre travail de contribution à la mise en place de la norme ISO 10002 version 2018 s'est concrétisé, ça n'empêche pas que d'autres projets soient mis en place, comme par exemple l'élargissement de périmètre de l'application de la norme sur d'autres départements tel que le département de la restauration qui est censé recevoir pleine de réclamations chaque jour, aussi la qualité de service à l'hôtel peut s'améliorer en mettant en œuvre des normes de qualité, tel que l'adoption de la norme ISO 9001 version 2015 système de management de la qualité et d'autres normes spécifiques à l'hôtellerie.

A la fin nous souhaitons que notre recherche puisse aider ceux qui veulent approfondir sur ce sujet et ouvre le champ à d'autres réflexions.

Bibliographie

Ouvrages :

1. CANARD, Frédéric, Management de la Qualité, édition lextenso, Paris, 2009.
2. G. Chapis, Le service de la Réception : des structures et des hommes, éditions J .Lanore, 2002.
3. G. Chapis,Le service de la Réception « des structures et des hommes », éditions J .Lanore, 2002.
4. GERD F.KAMISKE et JORG PETER BAUER, « management de la qualité de A à Z », édition Masson, Paris 1994
5. Jean-Christophe, Lefèvre. Histoire de l'hôtellerie une approche économique, édition publibook, 2011,France.
6. M.T AUDOUX PH. MAZZETTI J. BESSEYAY, L'hôtel théorie et pratique, 1993.
7. MICHEL ZIN M, la gestion de la relation client : Impact sur l'entreprise et le Marketing , université LAVAL,2001.
8. Philippe, Détrie. Les réclamations clients, édition d'organisation, Paris, 2001, P03.
9. René Lefébure - Gilles Venturi. gestion de relation client, éditions EYROLLES, Paris, 2005.
10. Audrey CLAIN, Système de management de la qualité, la nouvelle norme ISO 9001 version 2015, 2016.

Documents officiels et normes :

11. ISO 10002 version 2018 management de Management de la qualité -Satisfaction des clients - Lignes directrices pour le traitement des réclamations dans les organismes
12. ISO 19011 version 2011 Lignes directrices pour l'audit des systèmes de management
13. ISO 9000 version 2015 Systèmes de management de la qualité — Principes essentiels et vocabulaire.

14. ISO 9001 version 2015 Systèmes de management de la qualité — Exigences
15. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Plan Qualité Tourisme (PQT) Référentiel National Qualité du Tourisme, RNQT des établissements d'hôtellerie d'Algérie.
16. Ministère du tourisme et de l'artisanat, schéma directeur d'aménagement touristique 2030, 2001, Alger.
17. République algérienne démocratique et populaire, le journal officiel, (décret exécutif N^o 2000-130, 11 juin 2000), Alger
18. République algérienne démocratique et populaire, le journal officiel, (loi N^o 90-01, 04 janvier 1990), Alger.

Dictionnaire :

19. Larousse

Cours :

20. Mme Ammi Moussa, cours 3eme année gestion hôtelière et touristique, Aménagement touristique, Alger, ENST, 2014-2015.
21. Mme Berak, cours 3eme année gestion hôtelière et touristique, Management de l'hôtellerie, Alger, ENST, 2014-2015.
22. Mr Bedaida I, cours 2eme année master Management par la qualité, les démarches qualité, Koléa-Tipaza, ENSM, 2017-2018

Sites Web :

23. afrique.latribune.fr
24. www.elwatan.com
25. www.lesiteinfo.com
26. www.qualiblog.fr

ANNEXES

**ANNEXE A FICHE TECHNIQUE DES
CHAMBRES DE L'HOTEL NEW DAY**

Fiche technique des chambres de l'hôtel NEW DAY

Types de chambres	Quantités / Superficiés	Mobiliers	Linges	Salle de Bain (Matériels intérieurs)
Chambres standard (Grand lit)	133 31m2	-Bureau/1téléphone -Dressing -TV smart 32 pouces - Climatisation/WIFI. HD - Porte bagage - Mini bar -Tête a tête - Appliques -Assiette de courtoisie -Coffre -Abat -jour secrétariat	-Lit King (1m80) - housse de couette -oreillette de lit -Couette -couverture -sortie de bain -Serviettes (grande et petite)	-1Baignoire -1 WC (Bd intégré) -1Sèchecheveux -Assiette de produits
Chambres TWIN	40 22m2	-Bureau/1téléphone -Dressing -TV smart 32 pouces - Climatisation/ WIFI.HD - Porte bagage - Mini bar -Tête a tête - Appliques -Assiette de courtoisie, -Coffre -Abat -jour secrétariat	-Lit King (1m80) -housse de couette -oreillette de lit -Couette -couverture -sortie de bain -Serviettes (grande et petite)	-1Baignoire -1 WC (Bd intégré) -1Sèchecheveux -Assiette de produits
Chambres de Luxe (VIP)	12 31M2	-Bureau /1téléphone -Dressing -TV smart 32 pouces - Climatisation/WIFI .HD - Porte bagage - Mini bar -Tête a tête - Appliques -Assiette de courtoisie, -Coffre -Abat -jour secrétariat	-Lit King (1m80) - housse de couette -oreillette de lit -Couette -couverture -sortie de bain -Serviettes (grande et petite)	-1Baignoire -1 WC (Bd intégré) -1Sèchecheveux -Assiette de produits
Suites juniors	20 56m2	-Bureau -Dressing -TV smart 32 pouces -2téléphones -Climatisation/WIFI. Haut Débit -Porte bagage - Mini bar -Tête a tête - Appliques -Assiette de courtoisie, -Coffre -Abat -jour secrétariat	-Lit King (1m80) - housse de couette -oreillette de lit -Couette -couverture -sortie de bain -Serviettes (grande et petite)	-1 Jacuzzi -1 WC (Bd intégré) -1Sèchecheveux -Assiette de produits
Suites seniors	20 62m2	-Bureau -Dressing -TV smart 32 pouces -2téléphones - Climatisation/WIFI .HD - Porte bagage - Mini bar -Tête a tête - Appliques -Assiette de courtoisie, -Coffre -Abat -jour secrétariat	-Lit King (1m80) -housse de couette -oreillette de lit -Couette -couverture -sortie de bain -Serviettes (grande et petite)	-1 Jacuzzi -1 WC (Bd intégré) -1Sèchecheveux -Assiette de produits
Suite présidentielle	1 124m2	-2 chambres séparées -2Dressings/porte-bagage - 2salles de bains -1salle de réunion - 2Bureaux -1 grand séjour -2TV smart 22 pouces -3téléphones -Climatisation/WIFI .HD	- 2 Lits King (2m2) - housses de couettes -oreillettes de lits -Couettes -couvertures -sortie de bains -Serviettes (grande et petite)	-2 Jacuzzis -2WC (Bd intégré) -1salle d'eau -1Sèchecheveux -Assiette de produits

**ANNEXE B PAGE D'ACCEUIL DE SITE
WEB DE L'HOTEL NEW DAY**



Alger

Clear Sky

23.76°C

Humidity: 69%



+213 (0)23 77 47 47

Fax: +213 (0)23 77 48 48

reservations@hotel-newday.com

ACCUEIL

Bienvenue dans notre Hotel

CHAMBRES

Nos chambres

LOCALISATION

nous situer sur la carte

PHOTOS

Des photos de notre hotel

RESERVATION

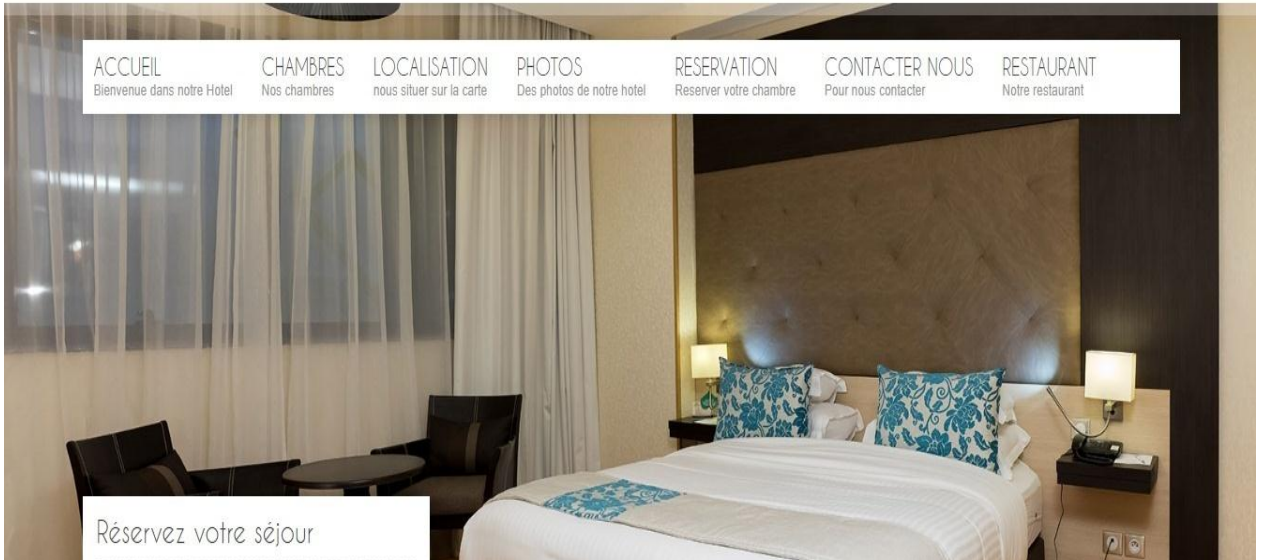
Reserver votre chambre

CONTACTER NOUS

Pour nous contacter

RESTAURANT

Notre restaurant



Réservez votre séjour

**ANNEXE C ORGANIGRAMME DE
SERVICE D'ETAGE DE L'HOTEL
NEW DAY**



ORGANIGRAMME GÉNÉRALE DU SERVICE HOUSEKEEPING

