

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

ET

DE LE RECHERCHE SCIENTIFIQUE

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DE MANANGEMENT

ENSM.ALGER

MASTER EN MANAGEMENT PAR LA QUALITE

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

THEME

AMELIORATION DU SYSTEME DE GESTION DES RECLAMATIONS

CLIENTS

CAS : ALGERIE TELECOM

Présenté par : Ahmed MALKI

Encadré par : Mr. Mohammed BAKALEM

ANNEE : 2013

Remerciements :

Je tiens à remercier mes parents ainsi que mon frère Mohamed et mes sœurs Dihia et Fatma Tiziri pour leur soutien inconditionnel tout au long de l'élaboration de ce mémoire.

Je tiens à remercier également mon encadreur Monsieur Mohammed BAKALEM et ma promotrice Madame TRIFI, ainsi que le personnel d'ALGERIE TELECOM pour leurs précieux conseils.

Sans oublier tous mes amis et toutes les personnes qui m'ont aidé de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Résumé :

Le marché algérien de la téléphonie fixe et internet, caractérisé par le monopole d'ALGERIE TELECOM, est appelé à l'ouverture aux autres acteurs qu'ils soient nationaux ou bien internationaux. Par conséquent, le client aura la possibilité de choisir entre plusieurs concurrents, et c'est l'entreprise qui saura mieux le satisfaire qui aura sa confiance.

Pour cela, ces entreprises joueront sur un élément très important qui est la prise en charge efficace des réclamations des clients.

Ce mémoire étudiera le degré de performance de cette prise en charge chez ALGERIE TELECOM, et proposera des axes d'améliorations après l'analyse des causes des dysfonctionnements.

Mots clés : réclamations, clients, processus, indicateurs, performance, ISHIKAWA, amélioration, procédure.

Abstract :

The Algerian market of the stationary telephony and internet, characterized by the monopoly of ALGERIETELECOM, is called to the opening to the other actors that are national or international. Therefore, the customer will have the possibility to choose between several competitors, and it is the enterprise that will know how to better satisfy the customer who will win his/her confidence.

For that, these enterprises will play on a very important element that is the efficient hold in charge of the complaints of the customers.

This memory will study the degree of performance of this hold in charge at ALGERIE TELECOM, and will propose axes of improvements after the analysis of the reasons of the dysfunctions.

Keywords: complaints, customers, process, indicators, performance, ISHIKAWA, improvement, procedure.

ملخص:

السوق الجزائرية للهاتف الثابت و الانترنت الذي يتسم باحتكار الجزائرية للاتصالات، مدعو للانفتاح على متعاملين اقتصاديين آخرين، سواء كانوا محليين أو دوليين، الأمر الذي يتيح للزبائن إمكانية الاختيار بين هؤلاء المتنافسين الذين سيعملون على إرضائهم و كسب ثقتهم، لهذا فان هذه الشركات ستركز على تحسين خدماتها و اخذ شكاويهم بعين الاعتبار. هذه المذكرة تدرس درجة أداء معالجة الجزائرية للاتصالات للشكاوي، مع اقتراح محاور لتحسينها بعد تحليل أسباب الخلل.

كلمات البحث : الشكاوي, الزبائن, العملية, المؤشرات, الاداء , ISHIKAWA, تحسن, الإجراءات.

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	9
CHAPITRE I : PERIMETRE ET IDENTIFICATION DU SYSTEME DE GESTION DES RECLAMATIONS CLIENTS	12
Section I : Présentation.....	13
Section II : Objectifs et vision d'ALGERIE TELECOM.....	17
Section III : Objectif de notre étude	17
Section IV : Description du système concerné par l'étude.....	20
Section V : Identification du processus de gestion des réclamations clients.....	24
CHAPITRE II : ETAT DES LIEUX ET AMELIORATION	35
Section I : Résultat du sondage	36
Section II : Interprétation du questionnaire.....	47
Section III : Analyse des causes des dysfonctionnements (état des lieux).....	49
Section IV : Recommandations (propositions d'améliorations)	56
Section V : Application des recommandations.....	61
CONCLUSION GENERALE	67
BIBLIOGRAPHIE	69
ANNEXES	72
GLOSSAIRE.....	80

ABREVIATIONS

RC : Réclamations clients

DG : Direction Générale

DRC : Division Relation Client

DRGP : Direction Relation Grand Public

CCIRC : Cellule Communication Interne et Relation Client

DGC : Département Gestion Clientèle

DSC : Direction Support Commerciale

CPT : Centre de Production Technique

ACTel : Agence commerciale

CRM : Customer Relationship Management (gestion des relations clients)

DOT : Direction des Opérations Techniques

CGIR : Centre de Gestion des Informations du Réseaux.

SRC : Service relation clientèle (au niveau de la DOT)

Liste des schémas

Figure 1.Niveau hierarchique	14
Figure 2.Organigramme	15
Figure 3. Diagramme de pareto.....	27
Figure 4.Cartographie du processus signalisation et envoi des reclamations.....	28
Figure 5.Cartographie du processus traitement des derangements	31
Figure 6. Genre.....	36
Figure 7. Répartition par tranches d'age	37
Figure 8. Répartition par categories	38
Figure 9. Type d'abonnement	39
Figure 10. Réclamations par ACTel.....	39
Figure 11. Objet de réclamations	40
Figure 12. Canaux de réclamations	41
Figure 13. Résolution des problèmes	41
Figure 14. Délai.....	42
Figure 15. Prise en charge de la réclamation.....	43
Figure 16. Taux d'insistance	44
Figure 17. Moyen d'insistance	45
Figure 18. Suivi de la résolution des problemes objet de réclamation	46
Figure 19.Réseau téléphonique	84

Liste des tableaux

Tableau 1. Effectif.....	16
Tableau 2. Réclamations par ACTel	26
Tableau 3. Objet des réclamations	27
Tableau 4. Genre	36
Tableau 5. Répartition par tranches d'âge.....	37
Tableau 6. Répartition par catégories.....	38
Tableau 7. Type d'abonnement.....	39
Tableau 8. Canaux de réclamations.....	40
Tableau 9. Résolution des problèmes.....	41
Tableau 10. Délai	42
Tableau 11. Prise en charge de la réclamation	43
Tableau 12. Taux d'insistance.....	43
Tableau 13. Moyen d'insistance.....	44
Tableau 14. suivi de la résolution des problèmes objet de réclamation	45

INTRODUCTION

Dans un environnement complexe et incertain, caractérisé par une forte concurrence entre les entreprises au niveau mondial, et par un dynamisme des marchés sans précédent, conséquence directe du décloisonnement des économies, c'est-à-dire les suppressions plus au moins importantes des barrières entre les économies des pays, mais aussi par une clientèle de plus en plus exigeante, effet de l'abondance de l'offre par rapport à la demande depuis les années 1970, la notion de la qualité a émergé comme nouveau facteur clé de succès qui permet aux entreprises l'obtention d'un avantage concurrentiel durable, favorisant ainsi leur pérennité.

En effet, la pratique de la qualité est devenue l'un des axes majeurs des stratégies des entreprises qui réussissent le plus, en témoignent les budgets importants et croissants qu'elles consacrent à la mise en place de démarches qualité de plus en plus rigoureuses et qui aboutissent généralement à l'obtention de labels et/ou de certifications.

À partir du principe « *Ce n'est pas l'employeur qui paye les salaires, ce sont les clients satisfaits* » (E. DEMING), la qualité passe par placer le client au centre de toutes les préoccupations de l'entreprise. Elle impose la réflexion suivante : comment maximiser la satisfaction du client ?

Partant du principe que tous les processus de l'entreprise ont pour finalité la satisfaction du client dont l'un des piliers principaux est la gestion de ses réclamations, satisfaire ainsi ses clients passe par la mise en place d'un processus de gestion performant, donc de qualité, de leurs réclamations. Pour les clients, un traitement efficace de leurs réclamations signifie, que s'ils sont en face d'une non-conformité d'un produit de l'entreprise, ils seront assurés que cette dernière honorera son engagement de remédier au problème.

Avec l'ouverture graduelle de l'économie algérienne vers l'extérieur, en attestent la signature d'accords commerciaux avec plusieurs pays, les partenariats avec l'Union Européenne et la prochaine adhésion de l'Algérie à l'OMC, beaucoup de secteurs ont connu ou bien sont appelés à connaître un fort dynamisme à cause de la concurrence de la part des nouveaux acteurs qui entrent ou entreront dans le marché algérien. Devant cette situation, les entreprises algériennes se retrouvent dans l'obligation d'accorder une attention particulière à la satisfaction de leurs clients, à travers la prise en charge de leurs réclamations.

Comme dans toute économie ouverte, le secteur des TIC et plus particulièrement celui des télécommunications constitue un moteur de croissance et de développement très important. Le secteur des télécommunications algérien est, donc, appelé à se développer.

Pour se faire, ALGERIE TELECOM, doit répondre à une concurrence qui sera de plus en plus féroce de la part de ses concurrents futurs. Ainsi, la maximisation de la satisfaction du client, donc la pratique de la qualité en matière de gestion des réclamations de ses clients, deviendra un élément essentiel à sa survie.

La question qui se pose alors est : quel est le niveau de performance de la gestion des réclamations des clients au sein d'ALGERIE TELECOM ? Et quelles seront les pistes à suivre pour l'améliorer ?

Pour répondre à notre problématique, nous avons découpé notre travail comme suit :

Chapitre I : après la présentation de l'entreprise ALGERIE TELECOM, l'exposition de ses ambitions et objectifs, ainsi que l'objectif de notre étude, nous avons déterminé le périmètre de l'étude et identifié les processus de gestion des réclamations des clients.

Chapitre 2 : nous avons évalué les processus de gestion des réclamations des clients à travers un sondage, identifié les causes des dysfonctionnements en nous basant sur l'outil qualité ISHIKAWA et initié des propositions d'améliorations.

**CHAPITRE I : PERIMETRE ET
IDENTIFICATION DU SYSTEME DE
GESTION DES RECLAMATIONS
CLIENTS**

Tout au long de ce chapitre nous allons exposer les objectifs d'ALGERIE TELECOM, ainsi que l'objectif de notre étude. Ensuite, nous identifieront le périmètre de l'étude ainsi que les processus de gestion des réclamations clients.

Section I : Présentation ¹

ALGERIE TELECOM est leader sur le marché Algérien des télécommunications qui connaissent une forte croissance et offre une gamme complète de services de voix et de données aux clients résidentiels et professionnels. Cette position s'est construite par une politique d'innovation forte adaptée aux attentes des clients et orientée vers les nouveaux usages. Son ambition est d'avoir un niveau élevé de performance technique, économique, et sociale pour se maintenir durablement leader dans son domaine, dans un environnement devenu concurrentiel.

C'est une société par actions (SPA) à capitaux publics opérant sur le marché des réseaux et services de communications électroniques, dont le capital social s'élève à 50 000 000 000.00 DA

Sa naissance a été consacrée par la loi 2000/03 du 5 août 2000, relative à la restructuration du secteur des Postes et Télécommunications, qui sépare notamment les activités Postales de celles des Télécommunications, alors que son entrée officielle en activité s'est faite à partir du 1er janvier 2003.

I-1/ Ses activités

Ses activités concernent essentiellement :

- la fourniture des services de télécommunication permettant le transport et l'échange de l'information (voix, messages écrits, données numériques, informations audiovisuelles) ;

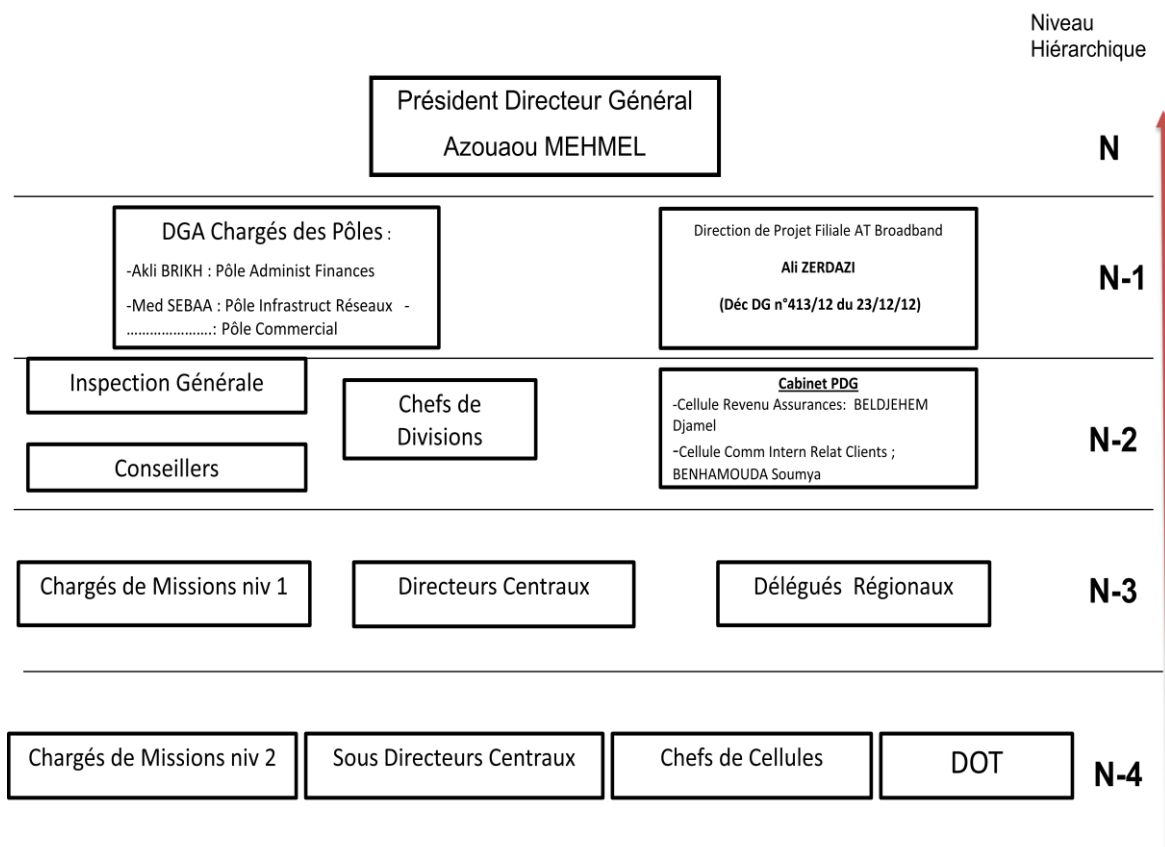
- le développement, l'exploitation ainsi que la gestion des réseaux publics et privés de télécommunications ;

-l'établissement, exploitation et la gestion des interconnexions avec tous les opérateurs des réseaux.

¹www.algeriatelecom.dz

I-2/Organisation d'Algérie Télécom :

Figure 1.Niveau hiérarchique

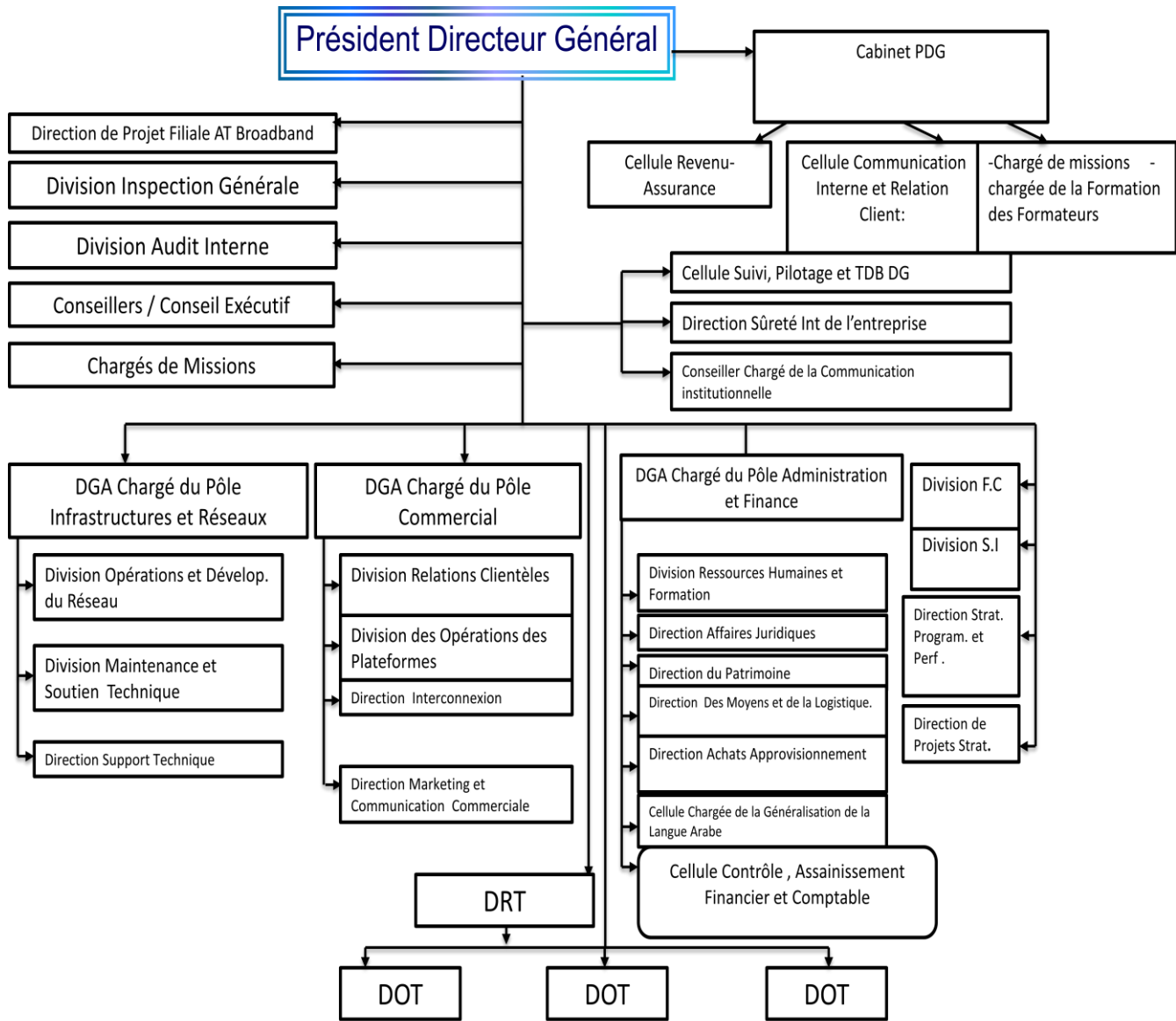


Source : document interne

Commentaire :

D'après ce schéma, ALGERIE TELECOM est organisée selon quatre niveaux hiérarchiques.

Figure 2. Organigramme



Source : document interne

Commentaire :

ALGERIE TELECOM est organisée d'une part en Divisions, Directions Centrales, Régionales et Direction Opérationnelles des Wilayas, autour de ses métiers fixes et services, et d'autre part en des fonctions supports réseaux

I-3/ Effectif d'ALGERIE TELECOM :**Tableau 1.Effectif**

Groupes socioprofessionnels	Encadrement	Cadres	Maitrises	Exécution	Totaux
ALG	17	469	727	2357	3570
ANN	19	260	240	701	1220
BEC	13	178	201	451	843
BLD	13	295	288	836	1432
BTN	15	260	227	824	1326
CLF	15	243	225	731	1214
CNE	23	592	522	1227	2364
LGT	11	155	146	438	750
ORG	19	297	354	835	1505
ORN	21	377	437	1080	1915
SIE	207	583	186	474	1450
STF	18	323	251	775	1367
TLM	13	256	227	698	1194
TZI	13	203	234	737	1187
TOTAL	417	4491	4265	12164	21337
TAUX	1,95%	21,05%	19,99%	57,01%	100%

Section II : Objectifs et vision d'ALGERIE TELECOM:

ALGERIE TELECOM s'engage dans le monde des technologies de l'Information et de la Communication, et envisage d'être le premier opérateur incontournable dans le domaine des prestations de services des télécommunications en Algérie tout en ayant le souci de préserver et développer sa dimension internationale, et participer à la promotion des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) en Algérie.

De par sa vision dans le monde des Technologies de l'Information et de la Communication, ALGERIE TELECOM se fixe les principaux objectifs suivants :

- accroître l'offre de services téléphoniques et faciliter l'accès aux services de télécommunications au plus grand nombre d'utilisateurs, en particulier en zones rurales ;
- améliorer la qualité des services offerts, la gamme de prestations rendues et rendre plus compétitifs les services de télécommunications ;
- développer un réseau national de télécommunications fiable et connecté aux autoroutes de l'information.

Section III : Objectif de notre étude

L'un des objectifs majeurs de ALGERIE TELECOM consiste à améliorer la qualité des services offerts, la gamme de prestations rendues et rendre plus compétitifs les services de télécommunications. L'atteinte de ce dernier nécessite l'amélioration de plusieurs aspects dans l'offre de services, notamment les mesures d'accompagnement de ces derniers une fois vendus aux clients, c'est-à-dire, il faut que le client qui achète un service chez ALGERIE TELECOM, soit assuré que, lorsque qu'il fait une réclamation du fait d'un problème survenu durant l'utilisation de ce service, il est pris en charge systématiquement. Plus cette prise en charge est faite d'une manière efficace, plus le client est satisfait.

Pour que cette efficacité soit réalisable, ALGERIE TELECOM devra se munir d'une gestion efficace et performante des réclamations de ses clients.

Il existe plusieurs définitions de la réclamation, dont voici quelques unes des plus explicites :

I-1/ « Une réclamation client est la manifestation d'une insatisfaction (ou l'expression d'un mécontentement) d'un client à l'encontre de son fournisseur pour un dysfonctionnement qu'il impute à ce dernier et dont il demande le traitement (et la non-récidive) ».

Source : Philippe DETRIE, 2001, page 3, « les réclamations client : un nouvel outil de fidélisation et de différenciation », Editions d'Organisation, Paris

I-2/ « Toute expression de mécontentement adressée à un organisme concernant ses produits/services, duquel une réponse ou une solution est explicitement ou implicitement attendue ».

Source : www.qualipole.fr

I-3/ « 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 ».

Source : ISO/TC 176, 2004, page 2, « ISO 10002 : Management de la qualité — Satisfaction des clients — Lignes directrices pour le traitement des réclamations dans les organismes », ISO copyright office, Genève.

Comme nous voyons, toutes ces définitions exposées parlent de deux faits essentiels :

- expression d'une non-satisfaction,
- et attente d'une solution.

Cela voudrait dire que lorsqu'un client exprime une réclamation à son fournisseur, il attend toujours une réponse de la part de ce dernier, qui devrait apporter une solution. En effet, derrière cette réclamation, il y a un besoin réel de la part du client d'être rassuré. Ainsi, plus l'organisme prend en charge et propose des solutions rapidement au client réclamant, plus cela contribue à le rassurer, ce qui augmenterait par conséquent sa satisfaction quant à la prise en charge de ses problèmes rencontrés durant l'utilisation du service ou produit qu'il a acquis.

Réclamant :

« Personne, organisme ou leur représentant qui formule une réclamation. »

Source : ISO/TC 176, idem.

Gestion des réclamations :

« La gestion des réclamations ou gestion des plaintes est la systématique utilisée dans une organisation pour gérer les insatisfactions transmises».

Source : www.marocrecherche.com/articles/marketing/gestion_des_reclamations-1089.html

C'est pour toutes ces raisons que notre étude se porte sur la gestion des réclamations clients chez ALGERIE TELECOM.

Section IV : Description du système concerné par l'étude

IV-1/ Périmètre de l'étude (pour les organigrammes, voir annexes) :

Les structures concernées par notre étude sont les suivantes :

a/ Le département des relations avec la clientèle (DRC) au niveau de la DG

Ce département dépend de la Direction des Relations avec le Grand Public.

Il est organisé comme suit :

- Directrice qui coiffe : °chef de service chargé des réclamations des clients résidentiels.
 - °chef de service chargé des réclamations des clients grands comptes.
 - °chef de service chargé des réclamations des clients résidentiels via espace clients (ec.djaweb.dz) et réseaux sociaux.
 - °chef de service coordination back office.

b / Le Call-Center :

Cette structure dépend de la Direction Support Commercial. Elle est organisée comme suit :

- direction du call center qui chapote :
 - °structure technique
 - °exploitation
 - °structure production : dont dépendent les télé-conseillers qui sont suivis par des superviseurs.

c/ La Cellule de Communication Interne et de la Relation avec la Clientèle (CCIRC) :

C'est une structure nouvellement installée, qui est rattachée directement à la DG. Elle est organisée comme suit :

- Direction de la cellule qui coiffe les chargés de communication interne et de la relation avec la clientèle.

d/ Le Service Relation avec la Clientèle (SRC) au niveau de la DOT :

Celui-ci s'occupe essentiellement des réclamations et des relations avec la clientèle au niveau de la DOT. Il est organisé comme suit :

- chef du SRC qui a sous sa responsabilité quatre positions :

- ° position grands comptes.
- ° Position chargée des forfaits, postes d'exploitation, et ligne de service mobile.
- ° Position chargée des litiges financiers.
- ° Position chargée des réclamations clients.

e/ L'Agence Commerciale des Télécommunications (ACTel) :

Elle constitue l'interface avec les clients d'ALGERIE TELECOM par excellence. Elle est organisée comme suit :

-Direction de l'ACTel qui a sous sa responsabilité :

° chef de département front-office qui gère:

*Caissier et chargés des positions polyvalentes.

° chef de département back office qui gère :

*Chargé des Traitements et saisies des versements, Financier/gestion du Portefeuille Agence, comptable, chargé des commandes clients, chargé des KMS et taxiphones, chargé grands comptes Téléx, LS, DZ Pack, chargé des facturations et recouvrements, chargé du contrôle et assainissement des anomalies, et le gestionnaire des impayés

f/ Le Centre de Production Technique :

Il prend en charge entre autres, le traitement des dérangements. Il est organisé comme suit :

-Direction du centre qui a sous sa responsabilité quatre départements :

- °Département orientation : il dirige les équipes binôme et LA-LS.
- °Département haut débit : il dirige les équipes binômes.
- °Département production.
- °Département infrastructure.

g/ Service de la relève de dérangement sur GAIA :

Ce service dépend du CGIR. Il est organisé comme suit :

-Superviseur qui a sous sa responsabilité les chargés de la relève sur GAIA

h/ Equipe d'Agents de répartiteur :

Elle travaille au niveau du central téléphonique.

IV-2/Les canaux de réception des réclamations :

Pour réceptionner les réclamations des clients, ALGERIE TELECOM a mis en place des canaux de réception divers. Ils sont :

a/Réception physique :

Elle se fait sur deux niveaux : les Actels et au niveau du Département Relation Clientèle (DRC). Le client expose en face-à-face avec son interlocuteur (commercial au niveau de l'Actel et chef de service compétent à la Direction Générale) la description de son problème. Ensuite, l'interlocuteur se charge de signaler cette réclamation.

b/Numéro téléphonique:

ALGERIE TELECOM met à la disposition de ses clients, qui veulent émettre une ou bien des réclamations, cinq numéros : le 12 pour tout ce qui se rapporte aux réclamations de type dérangement pour la téléphonie fixe et l'internet, pour tous les types de clients, le 100 et le 107 pour les clients résidentiels, respectivement pour le fixe et internet pour toutes les autres réclamations hors dérangement, et deux autres numéros le 102 et le 101 pour le même motif pour respectivement les PME/PMI et les autres institutions (ministères, groupes, banques, assurances ...). Ces appels sont réceptionnés au niveau des call-centers qui sont de trois : Oran, Constantine et Alger, et un autre centre à Ouargla destiné à la réception exclusive des appels de réclamations signalant les dérangements.

c/Courriers (poste, fax,...) :

ALGERIE TELECOM met à la disposition de ses clients l'adresse de la Direction Générale pour qu'ils puissent envoyer leurs réclamations par courrier, qui sont réceptionnées par le chef de service en charge de la réclamation. Dans ce courrier, le client y exposera la description de son problème, tout en indiquant son numéro de téléphone et son adresse ainsi que le numéro de contact.

d/Espace client :

Via le site **www.ec.djweb.com**, dont le rôle consiste, entre autres, à l'enregistrement des réclamations des clients.

e/Réseaux sociaux (page facebook) :

ALGERIE TELECOM met à la disposition de ses clients une page face book où ils pourront exprimer leurs réclamations.

f/Courrier venant de l'Inspection Générale du Ministère des postes et télécommunications (IGM):

ALGERIE TELECOM reçoit des réclamations adressées par courrier au Ministère de tutelle (Ministère des Postes et des Télécommunications) et qui seront ensuite transmises à ALGERIE TELECOM et réceptionnées par le chef de service compétent.

Section V : Identification de processus de gestion des réclamations clients.

Eu égard à l'importance de l'entreprise ALGERIE TELECOM, nous nous sommes attendus à ce que la procédure de gestion des réclamations des clients soit bien notée par écrit.

Or, une fois sur terrain, nous avons remarqué une absence quasi-totale de procédures écrites qui réglementent la gestion des réclamations clients au sein d'ALGERIE TELECOM. En effet, nous avons constaté que ce processus était bien présent avec tout un système qui lui est dédié. Le problème qui se pose était que, l'absence de procédures écrites clairement, rend difficile l'évaluation du système et pourrait compromettre réellement les efforts d'organisation de ce dernier.

De ce fait, un travail d'identification de ce processus s'impose avant de procéder à son amélioration. Afin de mener à bien cette démarche, nous nous sommes basés sur la méthode des entretiens.

Processus:

« C'est un enchaînement d'activités ou d'ensembles d'activités, qui est alimenté par des entrées, qui dispose des ressources et qui ajoute de la valeur par rapport au but pour créer des sorties.

Les entrées d'un processus proviennent soit de l'extérieur, soit d'un autre processus (processus amont). Tout comme ses sorties vont soit vers l'extérieur, soit vers un processus aval ».

Source : Hans BRANDENBURG et Jean-Pierre WOJTYNA, « l'approche processus : mode d'emploi », 2^e édition, édition d'organisation, 2003, Paris, France, Page 51

V-1/ L'identification

Pour identifier le processus de gestion des réclamations clients, nous avons réalisé des entrevues en tête-à-tête avec l'ensemble des personnes concernées par ce processus, par le biais de questions bien précises.

Pour poser ces questions, nous avons utilisé la méthode QQQQCP :

- qui ?
- quoi ?
- ou ?
- quand ?
- comment ?
- pourquoi ?

Il faut noter que ces questions ont ensuite été subdivisées en sous questions pour des raisons de rigueur.

Les personnes qui ont participé aux interviews s'élève à onze (11). Notre choix s'est porté sur elles en suivant un fil conducteur, émanant des flux d'informations qui résultent des entretiens.

- la Directrice du **DRC** ;
- le Chef de service réclamations clients résidentiels au niveau du **DRC** ;
- le Chef de service back office au niveau du **DRC**;
- le Chef de service chargé des réclamations des clients résidentiels via espace client **ec.djweb.com** et réseaux sociaux au niveau du **DRC**;
- le Superviseur au niveau du call-center,
- la Télé-conseillère au niveau du call-center;
- le Chargé de la communication interne et de la relation client au niveau de la **CCIRC**;
- la Chargée des positions polyvalentes au niveau de l'**ACTel**;
- le Chef de département orientation au niveau du **CPT** ;
- le Chargé de la relève des dérangements dans le système GAIA au niveau du **CGIR** ;
- le Chargé des réclamations clients (Service Relation Clientèle) au niveau de la **DOT**.
- l'Agent de répartiteur.

Cependant, devant l'impossibilité d'étudier l'ensemble des réclamations et les processus de leur prise en charge, une approche sélective basée sur la méthode des 20-80 (PARETO), c'est-à-dire les 20% des types de réclamations qui causent les 80% de l'ensemble des réclamations est choisie. Elle a pour objectif de se concentrer sur les phénomènes les plus importants.

Après plusieurs tentatives infructueuses d'obtenir des statistiques concernant ces réclamations, nous avons fait recours à un sondage adressé à un échantillon de 200 clients. Nous avons intégré dans ce sondage une question qui nous a permis de classer les réclamations selon leurs objets. Les résultats sont rapportés comme suit :

Question n°2. Avez-vous déjà fait une réclamation ?

- Oui.....
- Non.....

Tableau 2. Réclamations par ACTel

Réclamations?	Réclamations/ACTel				Total	%
	Mohammadia	Aissat-idir	Larbi Ben M'hidi	Ben-Aknoun		
Oui	37	40	39	40	156	78
Non	13	10	11	10	44	12
Total	50	50	50	50	200	100

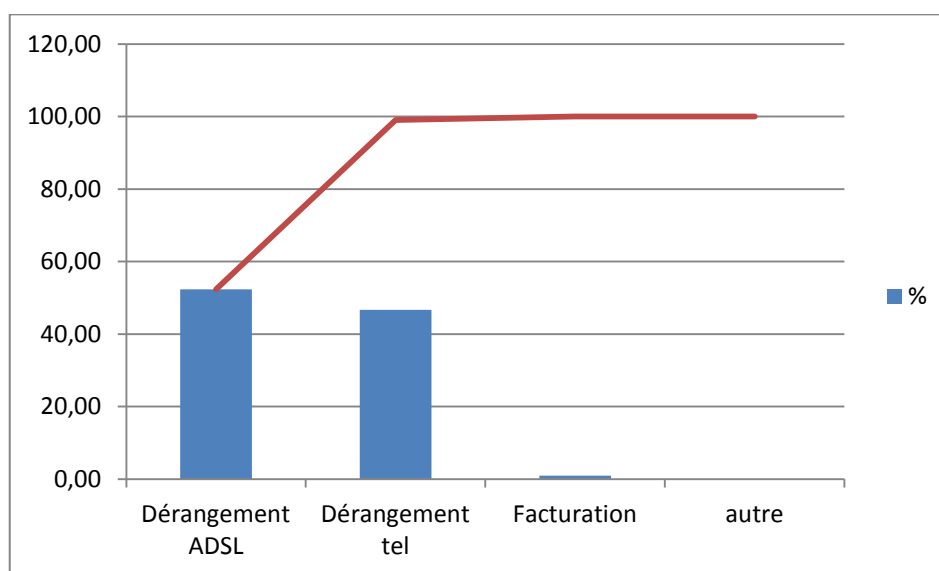
°Si oui, quel en est l'objet?

- Dérangement téléphonique..... -Dérangement ADSL.....
 -Facturation.....
 -Autre, veuillez préciser:.....

Tableau 3. Objet des réclamations

Objet de réclamation	réclamations/ACTels				Total	%	cumul
	Mohammadia	Aissat-Idir	Larbi Ben M'hidi	Ben-Aknoun			
Dérangement ADSL	27	25	31	29	112	52,34	52,34
Dérangement téléphonique	22	28	26	24	100	46,73	99,07
Facturation	1	0	1	0	2	0,93	100
autres (retard de rétablissement, problème de modem, transfert de ligne,...)	0	0	0	0	0	0	100
TOTAL	50	53	58	53	214	100	

Figure 3. Diagramme de Pareto



Du diagramme de Pareto, nous déduisons que les deux types de réclamations dérangements téléphoniques et dérangements ADSL forment à eux seuls 99,07% de

l'ensemble de ces réclamations. Il convient donc, de procéder à l'identification du ou des processus qui prennent en charge ces deux types de réclamations.

V-2 Processus de gestion des dérangements téléphoniques et ADSL

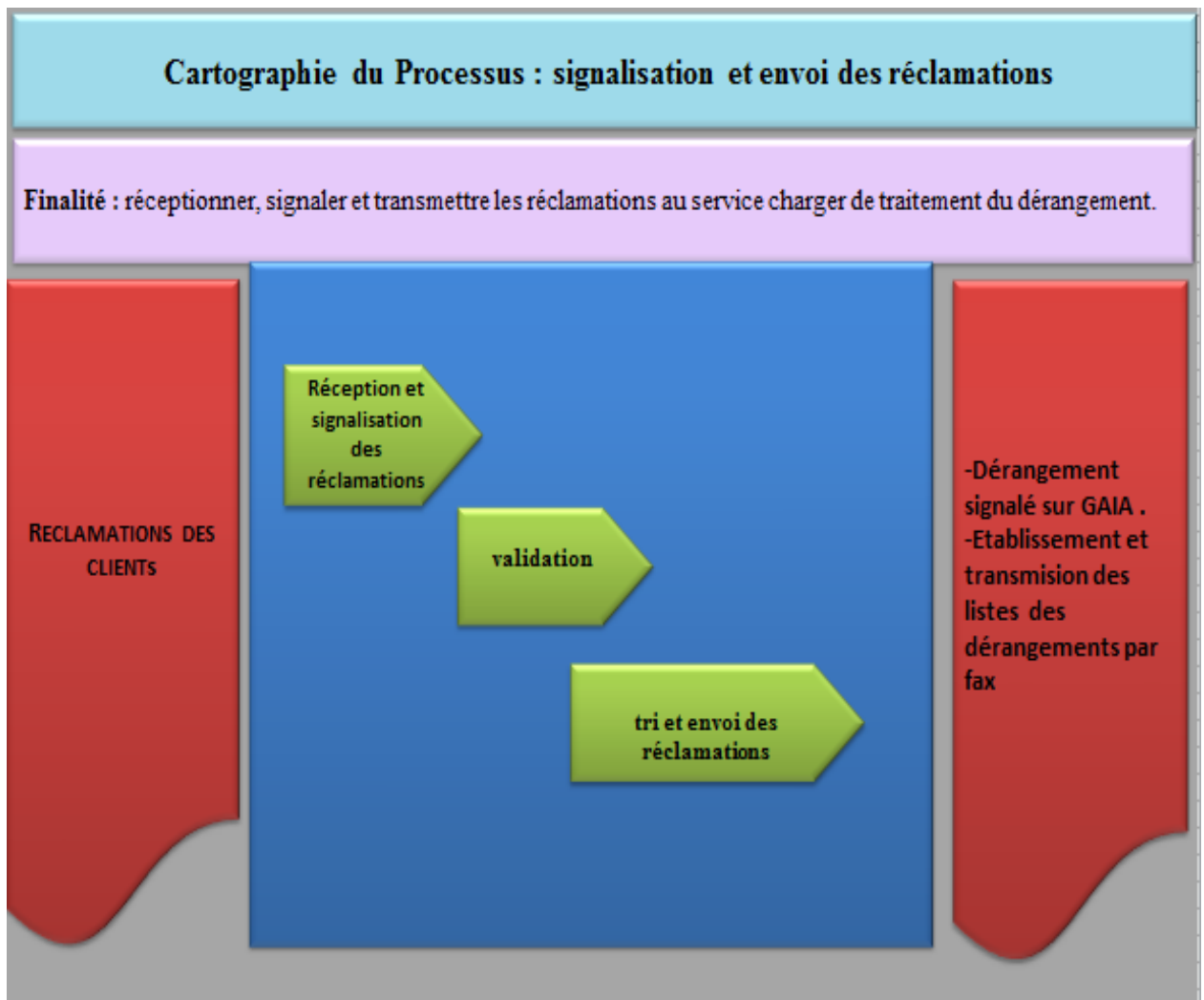
Nous avons constaté qu'il existe deux processus de gestion des dérangements téléphoniques et ADSL :

- Processus 1 : nous l'avons nommé « signalisation et envoi des réclamations »
- Processus 2 : nous l'avons nommé « traitement des dérangements ».

A /Processus 1 : signalisation et envoi des réclamations

a) La cartographie :

Figure 4.Cartographie du processus signalisation et envoi des réclamations



b) **La procédure :**

Quoi?	COMMENT?	QUI?
réception et signalisation des réclamations	<p>A-souhaiter la bienvenue au client B-demander au client l'objet de leur réclamation C-laisser le client décrire son problème en lui posant des questions D-identifier le client en lui demandant le numéro de téléphone de sa ligne <u>E-trois cas:</u> 1-le client réclame pour la première fois: signaler sur GAIA</p> <p style="text-align: center;">2-le client à déjà signalé mais le délai ne dépasse pas 48heures: lui demander de patienter jusqu'à ce que le délai de 48 heures soit dépassé et de rappeler si le problème n'est pas encore pris en charge,</p> <p style="text-align: center;">3-le délai de 48heures est dépassé: signaler la réclamation sur CRM.</p>	Télé-conseillers
	<p>A-souhaiter la bienvenue au client B-demander au client l'objet de sa réclamation C-inviter le client à décrire l'objet de sa réclamation en lui posant des questions D-signaler sur GAIA</p>	Chargé(e)s des positions polyvalentes
	<p>A-réception de la réclamation B-enregistrer dans CRM</p> <p>Remarque : les réclamations peuvent provenir par courriers postaux et via IGM, et de la réception des clients</p>	Chef de service chargé(e)s des réclamations des clients résidentiels/ Chef de service chargé(e)s des réclamations des clients grand compte
	<p>A-réception de la réclamation B-envoi de la réclamation par mailing au chef de service chargé(e) des réclamations résidentiels via réseaux sociaux et espace client (ec.djaweb.dz)</p>	Chargé(e) de la communication interne et de la relation avec la clientèle

Validation	<p>A-réception des réclamations enregistrées par les télé-conseillers sur CRM</p> <p>B-confirmer de la validité de ces réclamations</p> <p>C-envoi des réclamations clients par CRM au chef de service compétent</p>	Superviseur
tri et envoi des réclamations	<p>A-réception des réclamations envoyées par le superviseur via CRM</p>	<p>Chef de service chargé(e) des réclamations des clients résidentiels,</p> <p>Chef de service chargé(e) des réclamations des clients grands comptes</p>
	<p>A-réception des réclamations envoyées par le/la chargé(e) de la communication interne et relation avec la clientèle via mailing</p>	<p>Chef de service chargé(e) des réclamations des clients grands comptes, Chef de service chargé(e) des réclamations des clients résidentiels via réseaux sociaux et espace client (ec.djaweb.dz)</p>
	<p>A-vérifier sur GAIA si les dérangements n'ont toujours pas été traités</p> <p>B-établir une liste de dérangements triés par DOT</p> <p>C-envoyer les listes par fax aux DOTs</p>	<p>Chef de service chargé(e)s des réclamations (les trois)</p>
	<p>A-réception des réclamations envoyées par les chefs de service</p> <p>B-trier les réclamations par CPT</p> <p>C-envoi des réclamations aux CPTs respectifs</p>	<p>Chargé(e)s des réclamations des clients (DOT)</p>

Remarques :

1/Les réclamations qui se font, soit par courrier postal direct et/ou via IGM, soit par la réception physique des clients au niveau de la DG, sont toutes des réclamations signalées depuis plus de 48 heures avant leur prise en charge.

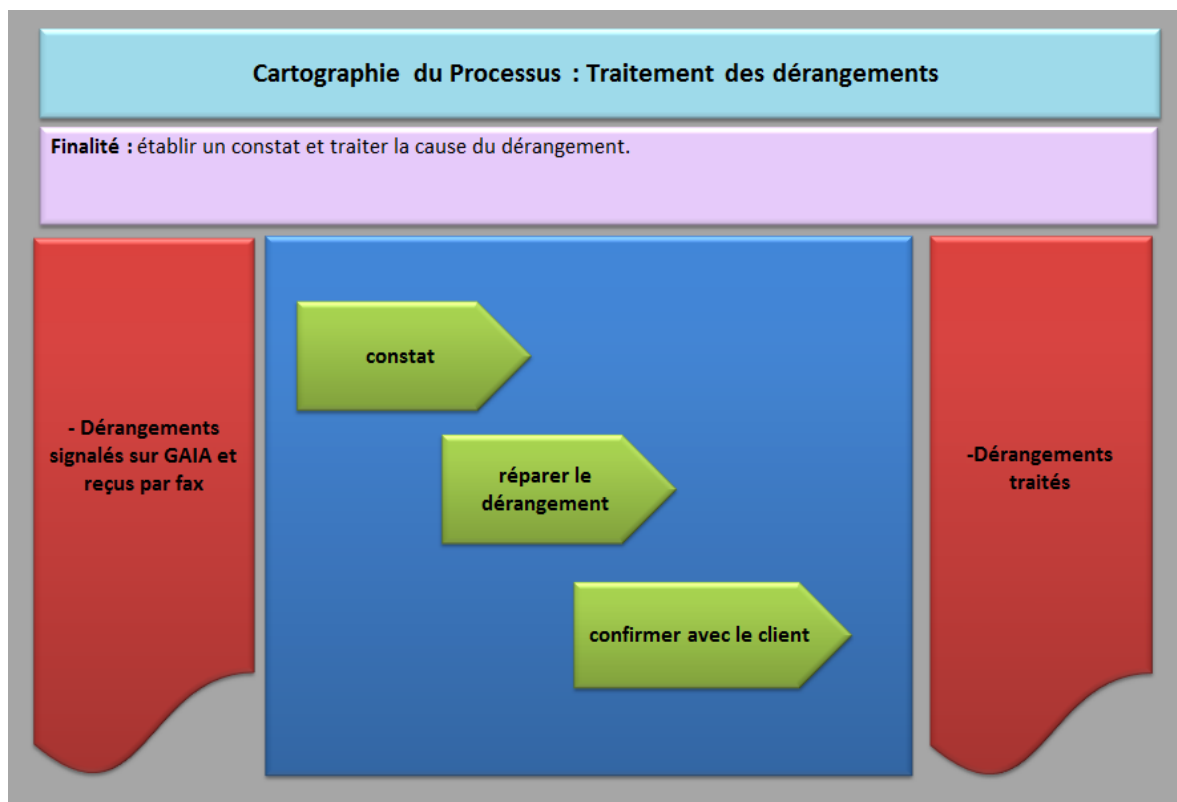
2/ La réception physique des clients peut aussi être faite par la directrice du DRC.

3/Les réclamations envoyées par les chargés de la communication interne et relation avec la clientèle au chef de service chargé des réclamations clients résidentiels via espace clients et réseaux sociaux, viennent des deux canaux : www.ec.djaweb.dz et www.facebook.com. Ces chargés sont, aussi, en contact avec d'autres acteurs tels que : les directeurs des ACTels, directeurs des CPT et chefs de SRC pour lesquels ils peuvent transmettre certaines réclamations signalées au niveau des ACTels ou bien par téléphone et depuis plus de 48 heures.

B /Processus 2 : traitement du dérangement :

a) La cartographie :

Figure 5.CARTOGRAPHIE DU PROCESSUS TRAITEMENT DES DERANGEMENTS



b) **La procédure :**

QUOI?	COMMENT?	QUI?
Constat	A-réception des réclamations signalées sur GAIA et envoyées par fax B-établir un ordre de travail C-remettre l'ordre de travail à l'équipe binôme	Chef de département orientation, chef de département haut débit
	A-déplacement sur terrain B-établir un constat (pour dégager l'origine du problème) C-remettre le constat au chef du département orientation ou chef du département haut débit	équipe binôme
Réparation	A-réparer la cause du problème	équipe binôme ou équipe LA-LS ou Agent de répartiteur.
	B-appeler le chargé de la relève sur GAIA C-refaire la réparation si le problème n'est pas résolu	équipe binôme ou équipe LA-LS
Confirmation	A-confirmer, avec le client ou bien par BILLING pour confirmation: °si le problème est réglé, signaler le règlement du problème sur GAIA °si le problème n'est pas réglé, rappeler l'équipe pour lui signaler le non règlement du problème	Chargé (e) de la relève sur GAIA

Remarques :

- Avant de relever le dérangement sur GAIA, le chargé de la relève demande à l'équipe technique son nom, son emplacement, ainsi que la cause du dérangement.
- Une fois que le client confirme le règlement du problème, le chargé de la relève sur GAIA mentionne le nom de l'équipe ainsi que la cause du dérangement.
- **Equipe LA-LS :** équipe qui intervient dans la réparation lorsque l'origine du dérangement se situe au niveau du câble de distribution ou bien de transport.
- **L'agent de répartiteur :** intervient lorsque la cause du dérangement se situe au niveau du répartiteur.

- **Equipe binôme** : elle intervient depuis le point de concentration jusqu'au domicile du client.

NB :

Durant la phase de réparation du dérangement, des agents s'en chargent au niveau d'une structure dite « Djaweb ». Ils interviennent notamment pour les dérangements se rapportant, entre autres, au code erreur, chute de débit et au problème de mot de passe qui ne peuvent être réparés par l'équipe binôme.

Nous avons tenté d'en savoir plus mais nous n'avons pas pu avoir accès à ce service pour le motif de non disponibilité.

Conclusion :

Nous déduisons de ce chapitre qu'il existe deux processus de gestion des réclamations des clients.

Une fois les deux processus identifiés, il reste à les évaluer et à dégager les pistes d'améliorations. Cette étape fera l'objet du prochain chapitre.

CHAPITRE II : ETAT DES LIEUX ET AMELIORATION

Afin d'évaluer l'efficacité de ces deux processus, nous nous sommes basés sur un sondage, par le biais d'un questionnaire tiré à 200 exemplaires adressé aux clients d'ALGERIE TELECOM, que nous avons distribué au niveau de quatre ACTels, une à Alger-est (Mohammadia), deux à Alger-centre (Aissat-Idir et Ben M'hidi) et une à Alger-ouest (Ben-Aknoun).

Ensuite, nous avons essayé de dégager les causes des dysfonctionnements qui compromettent le bon déroulement de la prise en charge des réclamations des clients, et émis des propositions d'amélioration pour les remédier.

Section I : Résultat du sondage

Pour la récolte des statistiques relatives aux réclamations des clients d'ALGERIE TELECOM, nous nous sommes basés comme annoncé ci-dessus, sur un sondage adressé aux clients d'Algérie télécom. En voici les résultats détaillés :

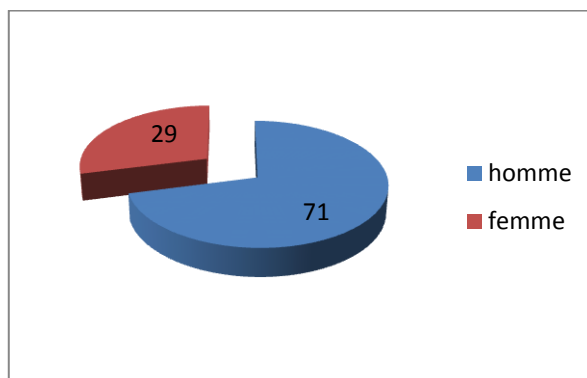
Fiche signalétique

1/Sexe :

Tableau 4. Genre

Sexe	TOTAL	%
Homme	142	71
Femme	58	29
Total	200	100

Figure 6. Genre



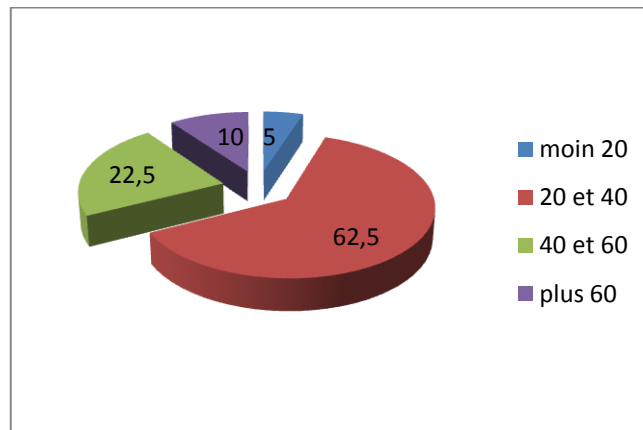
La population totale qui a répondu aux questions est composée de : 71% d'hommes et de 29% de femmes.

2/L'âge :

Tableau 5. Répartition par tranches d'âge

Age	Nombre	%
moins de 20ans	10	5
20ans-40ans	125	62,5
40ans-60ans	45	22,5
plus de 60ans	20	10
Total	200	100

Figure7. Répartition par tranches d'âge



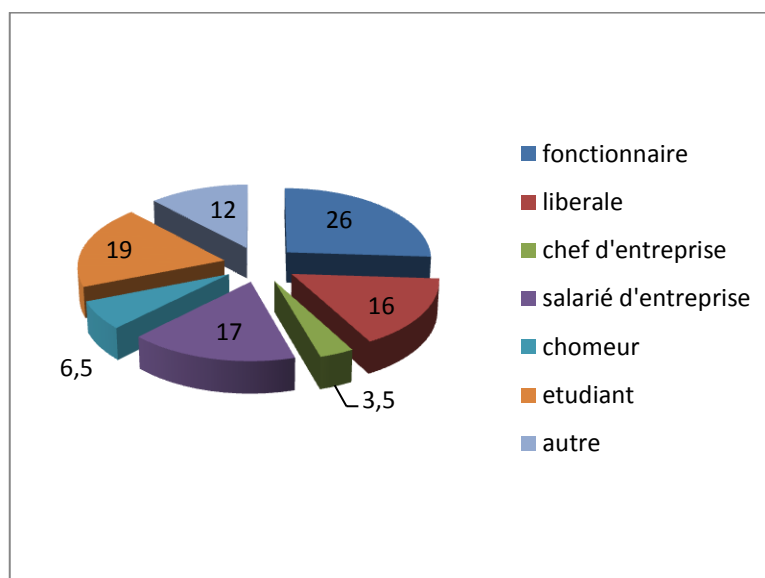
La population totale qui a répondu aux questions est composée comme suit : 5% de moins de 20 ans, 62,5% entre 20 ans et 40 ans, de 22,5% entre 40 ans et 60 ans, et 10% de plus de 60 ans.

3/Catégorie socio-professionnelle :

Tableau 6. Répartition par catégories

Catégorie	Nombre de personnes interrogées	%
Fonctionnaire	52	26
Libéral(e)	32	16
Chef d'entreprise	7	3,5
Salarié(e) d'entreprise	34	17
Chômeur	13	6,5
Etudiant(e)	38	19
Autres	24	12
Total	200	100

Figure8. Répartition par catégories



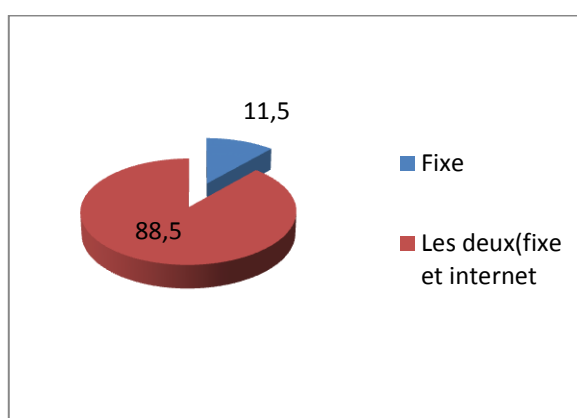
La population totale qui a répondu aux questions est composée comme suit : 26% de fonctionnaires, 16% de libéral(e), 3,5% de chefs d'entreprises, 17% de salariés d'entreprise, 6,5% de chômeurs, 19% d'étudiants et 12% appartiennent à la catégorie autres (journaliste et retraités).

Question n°1 : à quel abonnement vous-êtes-vous souscrits ?

Tableau 7. Type d'abonnement

Abonnement	Nombre/ACTel				TOTAL	%
	Mohammadia	Aisaat Idire	Larbi Ben m'hidi	Ben-aknoun		
Fixe	2	5	8	8	23	11,5
Les deux (fixe et internet)	48	45	42	42	177	88,5
TOTAL	50	50	50	50	200	100

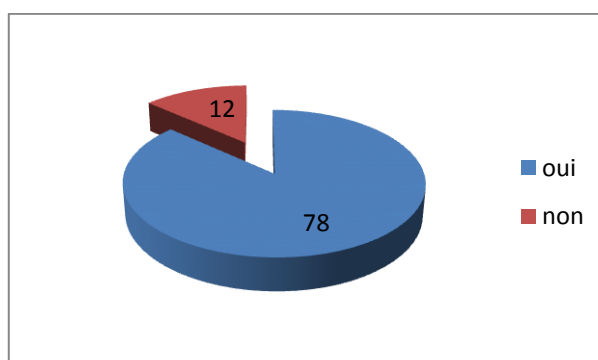
Figure 9. Type d'abonnement



11,5% de la population interrogée ont répondu qu'ils sont souscrits au seul abonnement téléphonique fixe, alors que 88,5% de cette dernière ont répondu qu'ils sont souscrits aux deux abonnements (téléphonie fixe et internet).

Question n°2. Avez-vous déjà fait une réclamation ?

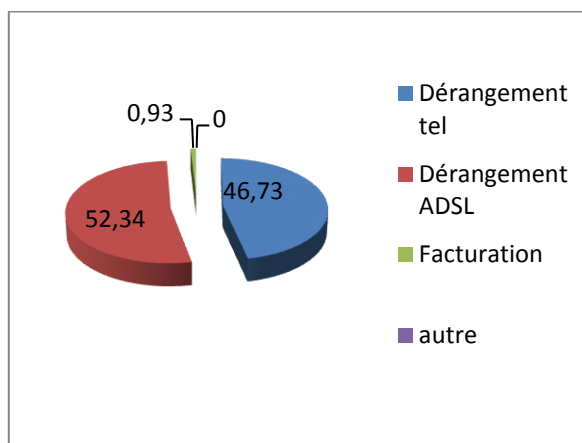
Figure 10. Réclamations par ACTel



78% de la population interrogée ont reconnu avoir déjà fait une réclamation, alors que 12% de cette dernière ont reconnu n'avoir jamais fait de réclamation.

°Si oui, quel en est l'objet?

Figure 11. Objet de réclamations



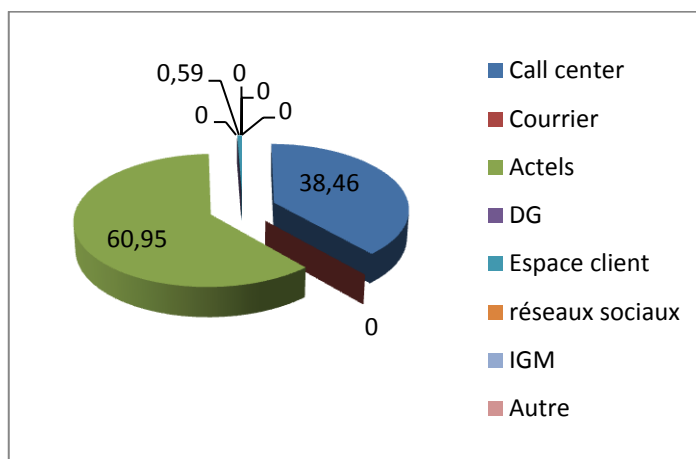
46,73% des réclamations faites ont pour objet un dérangement téléphonique, 52,34% des réclamations ont pour objet un dérangement ADSL (internet), et 0,93% ont pour objet un problème de facturation, et 0% pour autres.

Question n°3. Par quel moyen avez-vous exprimé votre réclamation la première fois ?

Tableau 8. Canaux de réclamations

Moyen	NOMBRE/ACTel				TOTAL	%
	Mohammadia	Aissat Idir	Larbi ben Mhidi	Ben-aknoun		
Call center	18	14	16	17	65	38,46
Courrier	0	0	0	0	0	0
Actels	19	26	33	25	103	60,95
DG	0	0	0	0	0	0
Espace client	0	0	1	0	1	0,59
réseaux sociaux	0	0	0	0	0	0
IGM	0	0	0	0	0	0
Autre	0	0	0	0	0	0
TOTAL	37	40	50	42	169	100

Figure 12. Canaux de réclamations



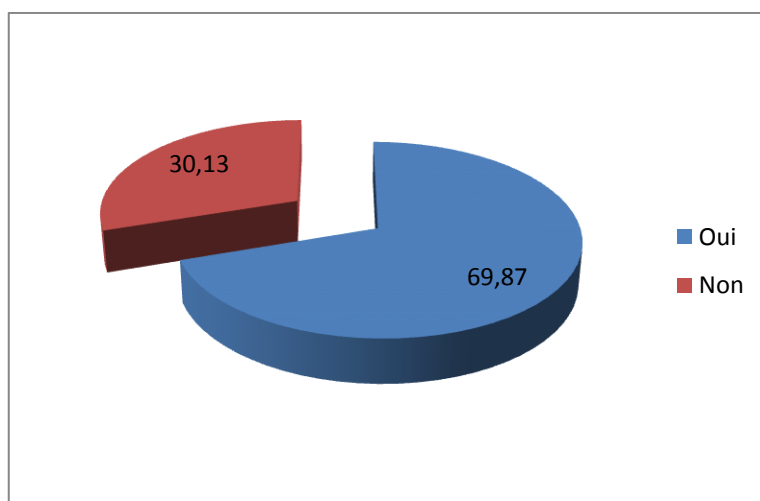
Le call-center a été utilisé pour la première fois dans 38,46% des cas, le courrier dans 0%, les ACTels 60,95 %, le déplacement à la Direction Générale 0%, espace clients 0,59%, les réseaux sociaux 0%, IGM 0% et autres 0%.

Question n°4. Le problème (objet de votre réclamation) a-t-il été résolu ?

Tableau 9. Résolution des problèmes

Résolution	Nombre/ACTel				TOTAL	%
	Mohammadi a	Aissat Idir	Larbi Ben M'hidi	Ben-Aknoun		
Oui	27	29	22	31	109	69,87
Non	10	11	17	9	47	30,13
TOTAL	37	40	39	40	156	100

Figure 13. Résolution des problèmes



69,87% des répondants disent que le problème objet de leur réclamation a été résolu, alors que 30,13 disent que le problème n'a pas encore été résolu.

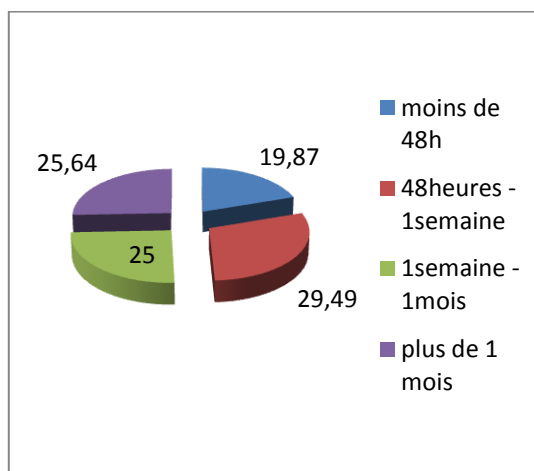
°Si oui, combien de temps a-t-il fallu (entre le moment d'expression de la réclamation et celui de sa résolution)?

°Si non, depuis quand avez-vous exprimé votre réclamation?

Tableau 10. Délai

délai	Nombre/ACTel				TOTAL	%
	Mohammadia	Aissat Idir	Larbi Ben M'hidi	Ben-aknoun		
moins 48h	7	8	6	10	31	19,87
48 -1S	14	9	12	11	46	29,49
1S - 1M	8	13	10	8	39	25,00
plus 1 mois	8	10	11	11	40	25,64
TOTAL	37	40	39	40	156	100

Figure 14. Délai



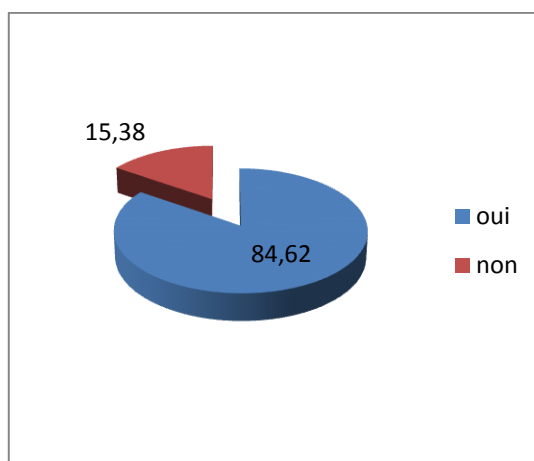
19,87% des délais sont inférieurs à 48 heures, 29,49% se situent entre 48 heures et 1 semaine, 25% se situent entre 1 semaine et 1 mois, et 25,64% sont de plus de 1 mois.

Question n°5. Avez-vous insisté pour que votre réclamation soit prise en charge ?

Tableau 11. Prise en charge de la réclamation

Insister?	Nombre/ACTel				Total	%
	Mohammadia	Aissat-Idir	Larbi Ben M'hidi	Ben-Aknoun		
Oui	30	36	34	32	132	84,62
Non	7	4	5	8	24	15,38
Total	37	40	39	40	156	100

Figure 15. Prise en charge de la réclamation



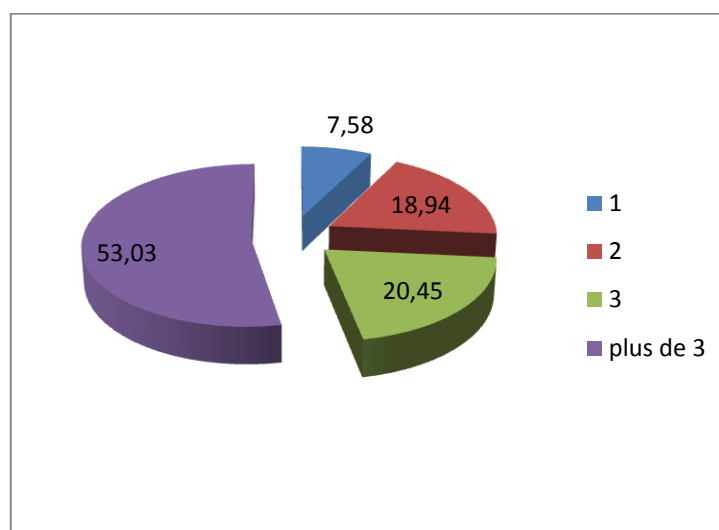
84,62 % des répondants disent avoir insisté, alors que 15,38 % disent ne pas avoir insisté.

°Si oui, combien de fois avez-vous insisté?

Tableau 12. Taux d'insistance

Combien	Nombre/ACTel				Total	%
	Mohammadia	Aissat-Idir	Larbi Ben M'hidi	Ben-Aknoun		
1	3	1	5	1	10	7,58
2	4	4	8	9	25	18,94
3	6	6	10	5	27	20,45
plus de 3	17	25	11	17	70	53,03
Total	30	36	34	32	132	100,00

Figure 16. Taux d'insistance



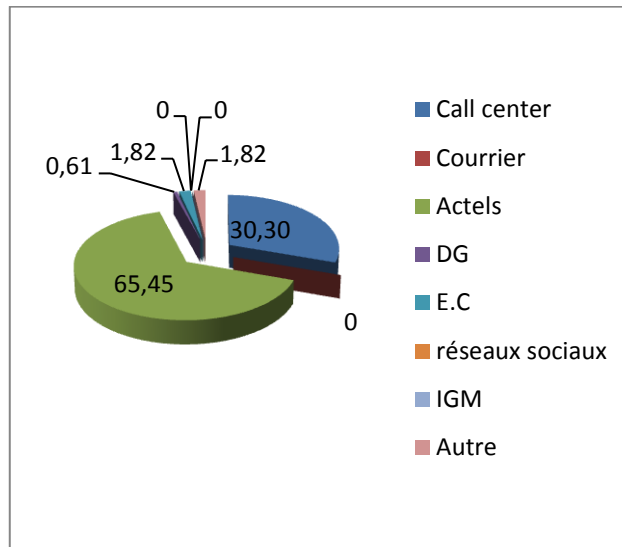
7,58 % des répondants disent avoir insisté une fois, 18,94 % disent avoir insisté 2 fois, 20,45 % disent avoir insisté trois fois, et 53,03 % disent avoir insisté plus de 3 fois. Plus de la moitié des clients interrogés qui ont dû insister l'ont fait plus de trois fois.

°et par quel moyen ?

Tableau 13. Moyen d'insistance

Moyen	Nombre/ACTel				Total	%
	Mohammadia	Aissat-Idir	Larbi Ben M'hidi	Ben-Aknoun		
Call center	12	15	15	8	50	30,30
Courrier	0	0	0	0	0	0
ACTels	28	28	23	29	108	65,45
DG	0	1	0	0	1	0,61
E.C	2	0	1	0	3	1,82
Réseaux sociaux	0	0	0	0	0	0
IGM	0	0	0	0	0	0
Autre	3(cpt)	0	0	0	3	1,82
Total	45	44	39	37	165	100,00

Figure 17. Moyen d'insistance



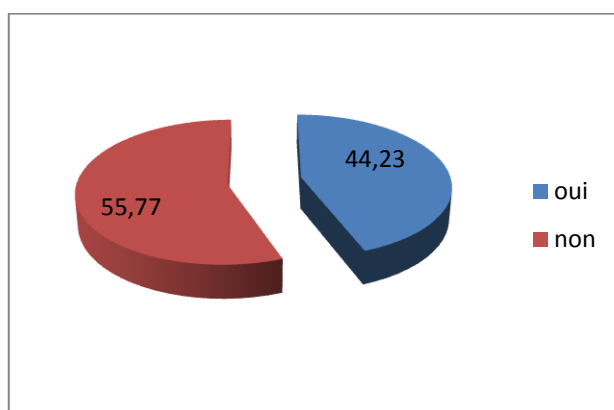
Le call-center a été utilisé à 30,30 % pour insister, le courrier a été utilisé à 0 %, ACTels a été utilisé à 65,45 %, déplacement sur la DG a été utilisé à 0,61 %, l'espace client a été utilisé à 1,82 %, les réseaux sociaux ont été utilisés à 0 %, les courriers IGM ont été utilisés à 0 %, et pour autre (CPT) à 1,82 %.

Question n°6. Avez-vous été contacté par ALGERIE TELECOM afin qu'elle s'assure si le problème (objet de votre réclamation), a été réglé ?

Tableau 14. Suivi de la résolution des problèmes objet de réclamation

Confirmation	Nombre/ACTel				Total	%
	Mohammadia	Aissat-Idir	Larbi Ben M'Hidi	Ben-Aknoun		
Oui	15	19	16	19	69	44,23
Non	22	21	23	21	87	55,77
Total	37	40	39	40	156	100

Figure 18. Suivi de la résolution des problèmes objet de réclamation



44,23 % des répondants disent avoir été contactés par ALGERIE TELECOM pour que celle-ci s'assure que le problème objet de leurs réclamations ont été prises en charge, alors que 55,77 % des répondants disent ne pas avoir été contactés.

Section II : Interprétation du questionnaire

Afin d'évaluer les deux processus de gestion des réclamations des clients, nous avons procédé à une interprétation des statistiques qui résultent de ce questionnaire.

-Question n°1 :

Le nombre d'abonnements jumelés (téléphonie fixe+ADSL) est supérieur à celui des abonnements en téléphonie fixe. Dès l'apparition de la téléphonie mobile, ALGERIE TELECOM a enregistré une diminution du nombre de ses abonnés en téléphonie fixe. Et c'est en grande partie la démocratisation d'internet qui lui a permis de récupérer ses anciens clients.²

-Question n°2 :

Cette question vise à classer les types de réclamations selon leurs fréquences.

-Question n°3 :

Le taux d'utilisation élevé des deux canaux call-center et ACTel par rapport aux autres canaux, atteste du peu de connaissance de la part du client des autres canaux, mais aussi, du fait que les clients ne font pas confiance aux TIC, c'est-à-dire aux réclamations en ligne alors qu'on est dans le secteur des télécommunications.

-Question n°4 :

ALGERIE TELECOM enregistre une lenteur dans la prise en charge des réclamations de ses clients. Le délai de moins de 48 heures qui représente 19,87 %, en sachant que ce taux concerne aussi le problème de facturation, se révèle être très loin des ambitions d'ALGERIE TELECOM qui s'est fixé comme objectif d'atteindre les 90% comme taux de traitement des dérangements dans les 48 heures (vitesse de relève de dérangement VRD). A titre de comparaison, Tunisie Telecom a enregistré un taux de relève des dérangements en moins de 48 heures qui est passé de 70% en 2007 à 87% en 2010, ce qui atteste du retard qu'ALGERIE TELECOM doit rattraper par rapport à nos voisins.³

² www.m.presse-dz.com/readart.php?id=9811

³ http://www.tunisiatelecom.tn/tt/internet/!ut/p/c0/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3j3IEsjS09LYwMLf2czAyMv7yCfEHcTA4MQE_3g1Dz9gmXHRQCT9mFc/?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/tt/wcm/connect/Internet_

-Question 5 :

Le résultat de cette question montre le nombre de fois que les clients d'ALGERIE TELECOM sont obligés d'insister pour que leurs réclamations soient prises en charge. Cela pourrait créer chez eux une certaine frustration. De plus, le fait qu'ils fassent recours parfois aux CPTs, alors que cette structure n'est pas censée accueillir les clients, confirme une fois de plus l'inefficacité de la prise en charge des préoccupations des réclamants.

-Question 6 :

Le résultat de cette question montre le manque de suivi de la part d'ALGERIE TELECOM des réclamations de ses clients.

Synthèse :

Le résultat de ce sondage démontre les difficultés qu'affrontent les clients d'ALGERIE TELECOM pour la prise en charge de leurs réclamations. Que ce soit en termes de délai de traitement (avec 80,3% des délais supérieurs à 48heures), ou bien au nombre de fois qu'ils sont obligés d'insister (84,62% des clients ont insisté, dont 53,03% ont insisté plus de trois fois).

Ces résultats montrent que la prise en charge des réclamations clients souffre de dysfonctionnements. Pour cette raison, nous avons cherché à en connaître les causes en utilisant le diagramme d'ISHIKAWA.

Section III : Analyse des causes des dysfonctionnements (état des lieux)

Pour l'analyse des causes du dysfonctionnement des processus de gestion des réclamations des clients, nous nous sommes basés sur l'un des outils qualités : ISHKAWA (diagramme ISHIKAWA). A défaut d'avoir accès aux documents, nous nous sommes basés sur notre propre observation, ainsi que sur des entretiens réalisés sur terrain.

III-1/Définition du diagramme causes-effet ou Ishikawa:⁴

Le diagramme causes-effet est un outil facilitant le recueil des causes réelles qui expliquent une situation.

Ces causes sont inventoriées, selon les cas, en grandes familles: matière, méthode, milieu, matériel, main d'œuvre, mesure, ...

III-2/Objectifs du diagramme causes-effet ou Ishikawa :⁵

- Rechercher systématiquement les causes possibles conduisant à un effet donné ;
- Éviter de proposer des recommandations inadaptées ou ne traitant le problème que d'une façon partielle.

⁴www.projectissimo.com/comment-faire-diagramme-causeseffet-ou-ishikawa-pxl-176_178_290.html

⁵www.projectissimo.comcomment-faire-diagramme-causeseffet-ou-ishikawa-pxl-176_178_290.html

III-3/Synthèse de l'analyse

A/Matériel :

a)Au niveau du service de relève de dérangement au niveau du CGIR :

°Les lignes de téléphones, utilisées par les chargés de la relève au CGIR pour contacter les clients afin de confirmer la résolution du problème, en cas de dérangement téléphonique, sont soumises à une restriction d'appels internationaux et vers les opérateurs de téléphonie mobile à part MOBILIS. Ce qui empêche de confirmer ou non le règlement de dérangements.

°Pour les dérangements ADSL, lorsque le client est injoignable par téléphone, un logiciel dit « BILLING » est utilisé pour confirmer le rétablissement d'internet. Lorsque le signal est négatif, les chargés de la relève ne peuvent savoir si c'est vraiment l'internet qui n'est pas rétabli ou bien c'est le modem du client qui est éteint.

b) Au niveau du CPT(Mohammadia) :

°Nous avons enregistré un déficit en matière de matériel de transport. En effet, sur 11 véhicules mis à disposition de l'ACTel, 6 seulement sont en état de marche.

°Un manque en matière des outils de travail. En effet, les équipes techniques sont allées jusqu'à utiliser des sachets en plastique pour couvrir les plaies ouverte sur les câbles téléphoniques.

°Nous avons aussi constaté un manque en matériel de travail au niveau des différents départements. C'est le cas du matériel d'impression, il n'y a qu'une seule imprimante partagée par trois départements (orientation, infrastructure et production), ce qui pourrait mettre le CPT dans une impasse dans le cas où cette imprimante tombe en panne.

°Le logiciel dit « CRM » permet la réception, au niveau du DRC, des réclamations des clients provenant via le call-center d'Alger uniquement, car les autres call-centers et ACTels n'y sont pas connectés. Ce qui empêche la prise en charge de la totalité des réclamations.

B/ Main-d'œuvre :

a) Les effectifs :

°Au Département des Relations avec la Clientèle (DRC) et au Service Relation Clientèle (SRC) au niveau des DOTs:

Pour ces deux structures censées faire le suivi des réclamations respectivement aux niveaux national et local, affecter une seule personne pour chaque service, à savoir :

- 1 chef de service chargé des réclamations des clients résidentiels,
- 1 chef de service chargé des réclamations des clients grands comptes,
- 1 chargé des réclamations des clients au niveau de la DOT de Hussein-dey,
- 1 chef service chargé des réclamations des clients résidentiels via espace client et réseaux sociaux,

rend la tâche difficile, voire impossible à accomplir. Cela empêche sérieusement les chances d'ALGERIE TELECOM de tenir ses promesses d'un service après vente et du suivi des réclamations clients performants.

°Au niveau du CPT(Mohammadia) :

Cette structure souffre aussi d'un manque d'effectifs. En effet, cette dernière gère les dérangements d'un parc de plus de 24 000 clients, pour un personnel opérationnel composé de 17 personnes (15 pour les dérangements d'origines téléphoniques et 2 pour les dérangements ADSL). Et à titre d'exemple, pour la journée de Mardi 21 Mars 2013 à 15h30, après consultation de la base de donnée du système GAIA, le nombre de dérangements non encore traités s'élevait à 1002 dérangements. Cette situation montre le débordement de ce centre face à ce grand nombre de dérangements.

°Au niveau du call center :

L'objectif collectif assigné aux télé-conseillers est le seuil de 22 appels en attente. C'est-à-dire que lorsque tous les postes sont occupés, le nombre d'appels en attente d'être pris en charge ne doit pas dépasser 22.

Cet objectif n'a jamais été atteint, pour cause d'effectif insuffisant.

°Au niveau de la CCIRC :

Le nombre de personnes qui travaillent dans cette structure est de trois, alors que le nombre de clients ayant souscrit à l'espace client (ec.djaweb.dz) dépasse les 60 000 clients.

°Au niveau du service de relève des dérangements sur GAIA (CGIR Aissat-Idir)

Ce service emploie une dizaine de personnes par brigade qui reste un nombre insuffisant pour la réception dans les meilleurs délais de l'ensemble des appels provenant des équipes techniques (binômes ou LA-LS) à l'effet de s'assurer du règlement des dérangements. Cette situation engendre du retard dans l'échange de l'information entre ce service et ces équipes, qui se répercute sur la durée du traitement des dérangements.

b) Suivi , formation et évaluation du personnel :

°Les chargé (e)s des positions polyvalentes au niveau des ACTels disent avoir suivi des formations, mais rien n'est fait pour leur suivi et leur évaluation (à chaud et/ou à froid).

°Les équipes techniques indiquent avoir enregistré des dérangements mal orientés. C'est-à-dire, par exemple, dans beaucoup de cas, des dérangements les parviennent comme étant des dérangements téléphoniques, alors que, après sortie sur le terrain, ils se sont avérés comme étant des dérangements ADSL. Cela démontre une insuffisance en matière de formation et/ou de suivi des personnes chargées de signaler ces dérangements.

c) La motivation du personnel :

La majorité des personnes interrogées se disent se sentir délaissées par leur hiérarchie, signe d'une politique de motivation défailante ou même inexistante sur le terrain.

C /Mesure

-L'utilisation d'indicateurs de performance n'est pas une pratique courante à ALGERIE TELECOM. En effet, en dehors du nombre de dérangements non traités/ jour, suivi par les Services Techniques au niveau des DOTs, l'utilisation d'autres indicateurs n'a pas été observée.

Définition :

« Un indicateur de performance est une information devant aider un acteur, individuel ou plus généralement collectif, à conduire le cours d'une action vers l'atteinte d'un objectif ou devant lui permettre d'en évaluer le résultat. »

Source : www.performancezoom.com/indicateur-performance.php

D/Méthode

a) Les CPTs, qui dépendent des services techniques au niveau de la DOT, sont indépendants administrativement des ACTels qui constituent des interfaces de premier plan avec les clients, ainsi que du SRC et du DRC qui sont chargés du suivi des réclamations des clients (voir organigramme). Cette organisation empêche le contrôle et la maîtrise du processus de traitement des dérangements par ces trois dernières structures.

b) Le DRC travaille presque exclusivement avec le call-center d'Alger. Or, ALGERIE TELECOM possède deux autres call-center (Oran et Constantine) et un autre centre qui ne prend que les dérangements (Ouargla). Cette situation, empêche la prise en charge totale des réclamations des clients par ce département.

c) Lors de la réception des clients au niveau du DRC, leurs réclamations sont notées sur un carnet au stylo, mais ne sont pas enregistrées dans le logiciel « CRM ». Cette pratique est faite au détriment de la traçabilité.

d) Le chef de service chargé des réclamations des clients résidentiels via espace client et réseaux sociaux ainsi que la Directrice du DRC n'ont pas accès au logiciel « CRM ».

e) Du moment de la réception de la réclamation par le télé-conseiller et le chargé de CIRC jusqu'à la transmission de cette dernière par le chef de service du DRC au SRC dépendant de la DOT, s'écoule en moyenne une journée. Cela empêche un traitement rapide des dérangements.

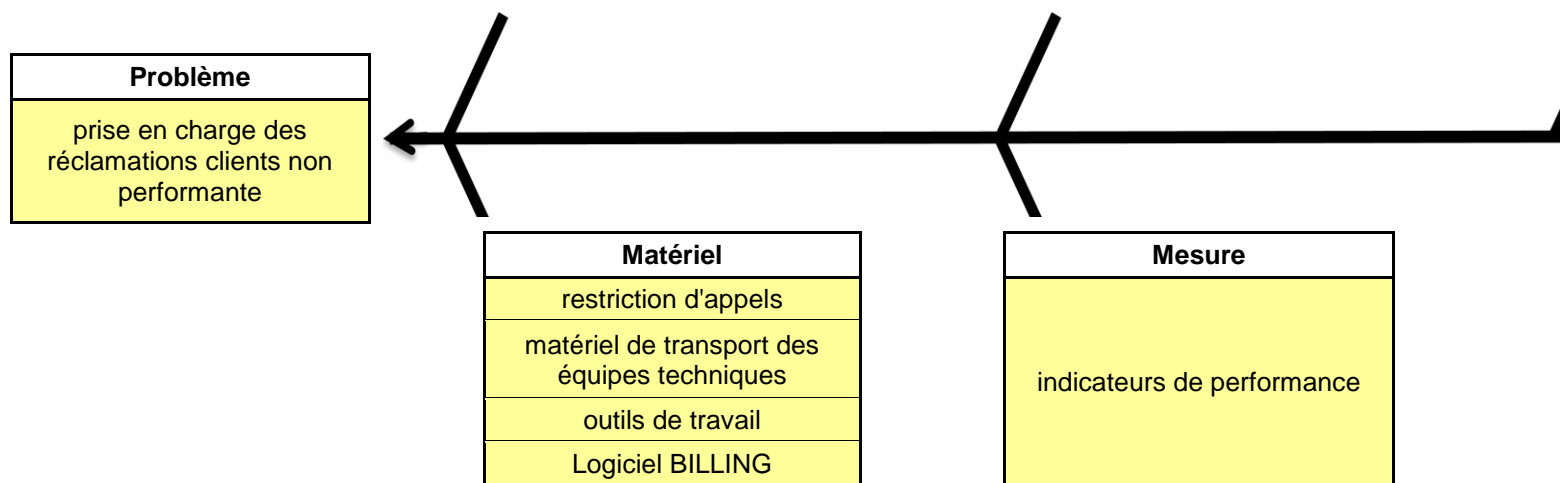
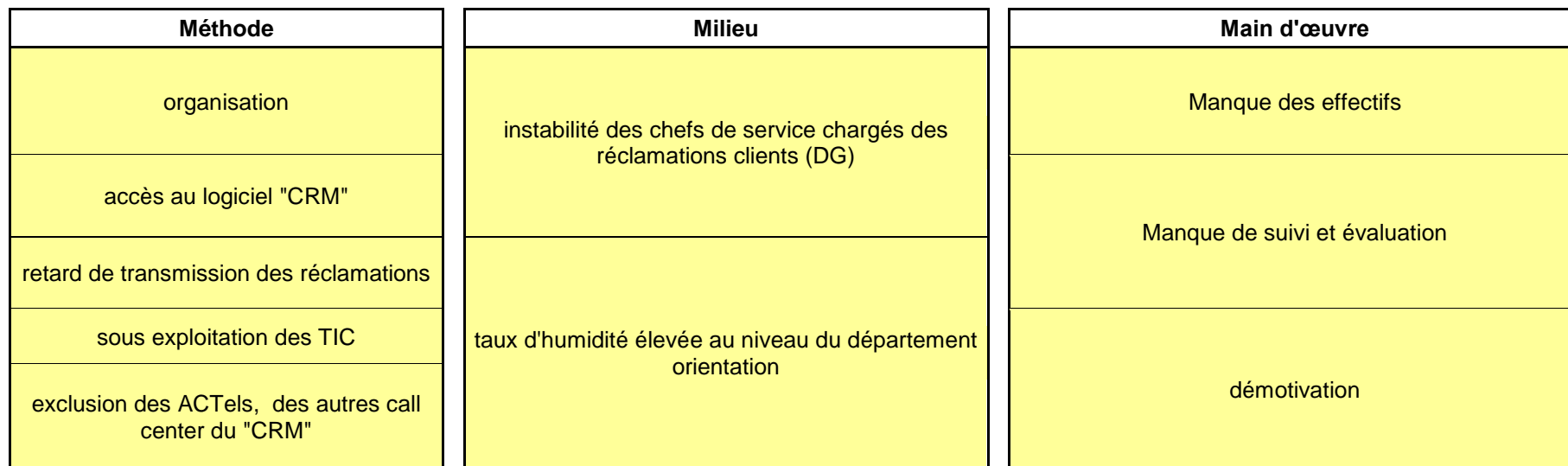
f) Les chargé(e)s de la CIRC, qui reçoivent les réclamations via espace client et réseaux sociaux ne peuvent pas signaler les dérangements sur GAIA. Ce qui constitue, pour une entreprise de télécommunications, une sous exploitation des TIC.

E/Milieu

a) Au niveau du DRC, les deux chefs de service chargés respectivement des réclamations clients résidentiels et des clients grands comptes, ne trouvent pas d'endroits fixes qui puissent leur servir de bureaux propres à eux. En effet, ils déménagent souvent d'un bureau à un autre, profitant de l'absence d'un collègue pour une durée déterminée pour occuper sa place le temps qu'il revienne.

b) Au niveau du CPT (exemple du CPT de Mohammadia) le département Orientation est mis dans une salle qui souffre d'un taux d'humidité très élevée à tel point qu'elle apparait sur les murs.

Diagramme d'ISHIKAWA



Section IV : Recommandations (propositions d'améliorations)

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, et par la nature du domaine d'activités d'ALGERIE TELECOM, les solutions apportées ne peuvent pas concerner que l'introduction de solutions logicielles, malgré leur importance. Il faut d'abord préparer l'entreprise à assimiler l'utilisation de ces logiciels. C'est pour cela que nous nous sommes amenés à proposer à l'entreprise d'autres solutions plutôt relatives à l'organisation, aux ressources humaines, ...etc.

IV-1/ La méthode

a) Implanter un système d'évaluation des CPTs, qui permettra aux plus performants d'étendre leur périmètre d'intervention au dépend des moins performants.

b) Mettre en place une organisation qui permet une coordination plus étroite entre les CPT et les ACTel, SRC et DRC. Cela revient à réorganiser l'organigramme en mettant par exemple les CPT sous tutelle du DRC et SRC pour un meilleur contrôle des activités de traitement des dérangements (par CPT).

c) Attribuer les tâches de réception, tri et envoi des réclamations reçues via CRM et mailing exclusivement au SRC, au lieu qu'elles passent d'abord par les chefs de services au niveau du DRC. Cette mesure permet d'avoir un gain en matière de délai de traitement des dérangements hors délais.

d) De par son domaine d'activité, ALGERIE TELECOM se doit de favoriser l'utilisation des deux canaux espace clients (ec.djaweb.dz) et réseaux sociaux par ses clients. Cela passe d'abord, par permettre aux chargés de la CIRC d'avoir la possibilité de signaler les dérangements sur GAIA.

IV-2/ La mesure

La mise en place d'autres indicateurs s'avère plus que nécessaire pour la maîtrise de ces deux processus. Nous avons pu identifier quatre autres indicateurs :

A/ Nombre de réclamations journal :

Formule de calcul :

Nombre de réclamations publiées dans les journaux/mois.

Utilité :

Cet indicateur vise à mesurer l'image et la réputation d'ALGERIE TELECOM auprès de ses clients.

Suivi :

Chef de service back office qui prend en charge cette tâche au niveau de DRC.

B/ Taux de réclamations hors délai :

Formule de calcul :

[Nombre de réclamations venant du call center via CRM + mailing + courriers (postaux et IGM) + espace client + réseaux sociaux /ensemble des réclamations] x 100.

Période de calcul : chaque mois.

Utilité :

Cet indicateur vise à calculer le taux de dérangements qui n'ont pas été traités dans les délais de 48 heures.

Suivi :

- Chef de service chargé des réclamations des clients résidentiels
- Chef de service chargé des réclamations des clients grands comptes.

-Chef de service chargé des réclamations des clients résidentiels via espace client et réseaux sociaux.

C/ Taux de réorientations :

Formule de calcul :

[Nombre de dérangements réorientés (exemple : réorientation du dérangement téléphonique au dérangement internet et vis vers ça) /ensemble de dérangements reçus par CPT] x 100.

Période de calcul : trimestriel

Utilité :

Cet indicateur vise à apprécier la capacité de ceux qui signalent les dérangements à déterminer leur nature.

Suivi

Directeur de l'ACTel et directrice du call center.

d/Taux de traitement des dérangements

Formule de calcul :

(Nombre de dérangements traités dans les 48 heures/ensemble des dérangements traités par CPT) x 100.

Période de calcul : chaque mois.

Utilité :

Cet indicateur vise à apprécier la rapidité des CPTs en termes de traitement des dérangements.

Suivi :

Chargé des réclamations des clients au niveau des DOT.

IV-3/ Pour la main d'œuvre

a) Un renforcement des effectifs au niveau de toutes les structures chargées de la prise en charge des réclamations des clients, notamment au niveau des CPTs, du service de relève des dérangements au CGIR, DRC et SRC.

Cette solution consiste essentiellement à renforcer les deux structures SRC et DRC comme suit :

-renforcement des services chargés des réclamations clients au niveau du DRC en personnels les plaçant sous la tutelle des chefs de services. Chacun du personnel aura pour tâche de suivre une région du pays, c'est-à-dire un ensemble de DOT.

-même démarche pour le SRC, le personnel sera coiffé par le chargé des réclamations clients. Chacun aura comme tâche le suivi d'un ensemble de CPT-ACTels dépendant d'un secteur.

b) Assurer le suivi et l'évaluation des chargé(e)s des positions polyvalentes au niveau des ACTels pour s'assurer du degré d'efficacité de la formation portant sur l'identification de la nature des dérangements.

c) La réalisation des enquêtes de satisfaction interne d'une manière régulière, afin d'apprécier l'état de satisfaction des employés quant à la politique de gestion des ressources humaines mise en place. Cette enquête peut permettre de mesurer le degré de motivation du personnel.

IV-4/ Pour le matériel

a) Relever la restriction d'appels à laquelle sont soumises les lignes téléphoniques des chargés de la relève sur GAIA, pour pouvoir joindre l'ensemble des clients afin de confirmer le traitement des dérangements.

b) L'application du logiciel dit « CRM » aux personnels suivants : les chargés des positions polyvalentes, les chargés de la CIRC, les télé-conseillers des autres centres d'appels pour signaler l'ensemble des dérangements qui n'ont pas été traités dans les 48 heures.

c) Fournir le matériel nécessaire à l'opération de traitement des dérangements aux équipes techniques des CPTs.

IV-5/Le milieu :

Assurer un milieu favorable à l'accomplissement du travail à l'ensemble du personnel, plus particulièrement pour les chefs de services chargés des réclamations clients au niveau du DRC et du département orientation au niveau des CPTs.

Section V : Application des recommandations

Après avoir proposé des recommandations et des actions d'amélioration, nous allons reformuler les deux processus comme suit :

- Processus signalisation et envoi des réclamations : modification de la procédure et élaboration d'une fiche d'identité,
- Processus traitement des dérangements : élaboration de la fiche d'identité.

V-1/Processus : Signalisation et envoi des réclamations

A/La nouvelle procédure

QUOI?	COMMENT?	QUI?
réception et signalisation des réclamations	<p>A-souhaiter la bienvenue au client</p> <p>B-demander au client l'objet de sa réclamation</p> <p>C-laisser le client décrire son problème en lui posant des questions</p> <p>D-identifier le client en lui demandant le numéro de téléphone de sa ligne</p> <p><u>E-trois cas:</u>1-le client réclame pour la première fois : signaler sur GAIA</p> <p style="padding-left: 40px;">2-le client à déjà signalé mais le délai ne dépasse pas 48heures: lui demander de patienter jusqu'à ce que le délai de 48 heures soit dépassé et de rappeler si le problème n'est pas encore été réglé,</p> <p style="padding-left: 40px;">3-le délai de 48heures est dépassé: signaler la réclamation sur CRM</p>	Télé-conseillers
réclamations	<p>A-souhaiter la bienvenue au client</p> <p>B-demander au client l'objet de sa réclamation</p> <p>C-inviter le client à décrire l'objet de sa réclamation en lui posant des questions</p> <p>D-signaler sur GAIA</p>	Chargé(e)s des positions polyvalentes
	<p>A-réception de la réclamation</p> <p>B-enregistrer dans CRM</p> <p>Remarque :</p> <p>les réclamations peuvent provenir par courriers postaux et via IGM, et réception des clients</p>	<p>Chef de service chargé(e)s des réclamations des clients résidentiels,</p> <p>Chef de service chargé(e)s des réclamations des clients grands comptes</p>

	<p>A-réception de la réclamation</p> <p>B-envoi de la réclamation par mailing au chargé (e) des réclamations clients au niveau du SRC (DOT)</p>	<p>Chargé(e) de la communication interne et de la relation avec la clientèle</p>
validation	<p>A-réception des réclamations enregistrées par les télé-conseillers sur CRM</p> <p>B-confirmation de la validité des réclamations</p> <p>C-envoi des réclamations clients par CRM au chargé des réclamations au niveau du SRC (DOT)</p>	<p>superviseur</p>
tri et envoi	<p>A-réception des réclamations envoyées par les superviseurs et les chargés de CIRC</p> <p>B-trier les réclamations par CPT</p> <p>C-envoi des réclamations aux CPTs respectifs</p>	<p>Chargé(e) des réclamations des clients (DOT)</p>

B/La fiche d'identité :

Fiche d'identité du processus				
<i>Signalisation et envoi des réclamations</i>				
Processus amont		Finalité du processus	Processus aval	
/		réceptionner, signaler et transmettre les réclamations au service chargé de traitement du dérangement.	<i>Traitement des dérangements</i>	
Date d'approbation	<i>MALKI Ahmed</i>	Indicateur(s) de performance		observation
Approuvé par		Ind. 1	Taux de réorientations	La cible est à définir selon les besoins de l'entreprise
Date de création				
Rédigé par				
Date de modification				

V-2 /Le processus: traitement des dérangements

Fiche d'identité

Fiche d'identité du processus <i>Traitement des dérangements</i>
--

Processus amont	Finalité du processus	Processus aval
<i>signalisation et envoi des réclamations</i>	établir un constat et traiter la cause du dérangement.	/

Date d'approbation	Indicateur(s) de performance		observation
Approuvé par	Ind. 1	Taux de traitement de dérangements	La cible est à définir selon les besoins de l'entreprise
Date de création	Ind. 2	réclamations par journal	
Rédigé par	Ind. 3	Taux de réclamations hors délai	
Date de modification	<i>MALKI Ahmed</i>		

Conclusion :

Tout au long de ce chapitre, nous avons évalué la prise en charge des réclamations des clients, réalisée sur la base de l'analyse des résultats du sondage qui a démontré un manque d'efficacité. Suite à ce résultat, nous avons utilisé le diagramme ISHIKAWA pour en exposer les causes à l'exemple du manque du personnel et du déficit organisationnel.

CONCLUSION GENERALE

En se fixant comme objectif l'amélioration de l'offre de ses services, ALGERIE TELECOM a voulu s'inscrire, de ce fait, dans une démarche d'amélioration qui prend en considération les attentes de ses clients. Or, notre étude a mis au jour une carence qui touche un élément primordial pour atteindre la satisfaction des clients: la gestion ou bien la prise en charge des réclamations de ces derniers.

Les résultats des observations faites sur terrain, en se basant sur l'outil qualité ISHIKAWA, ont montré un certain nombre de causes du dysfonctionnement des processus gestion des réclamations des clients. Ainsi, les causes de natures différentes en sont à l'origine. Certaines trouvent leur origine dans le manque d'effectifs ou bien dans le manque en matière de suivi et de l'évaluation de la formation du personnel, d'autres se trouvent dans le manque en matière d'utilisation d'indicateurs de performance nécessaires à la maîtrise de ce processus, d'autres viennent d'une mauvaise coordination entre les services concernés, etc...

Ces problèmes remettent en cause l'atteinte des objectifs fixés pour ces processus. Un objectif fixé doit prendre en considérations les capacités allouées au processus et le degré de maîtrise des activités.

Suite à tous ces dysfonctionnements, nous avons suggéré des axes d'amélioration, comme le renforcement des effectifs en personnel compétent notamment, pour les équipes opérant sur le terrain, une proposition d'indicateurs susceptibles de permettre un suivi de la maîtrise de ces processus et la mesure de leur performance, ainsi qu'une réforme de l'organisation des structures en interne et entre elles.

L'efficacité des solutions proposées dépendra de leur mise en œuvre ainsi que de leur suivi continu sur le terrain. Ce suivi permettra de détecter les points faibles pour proposer des actions d'amélioration pour une meilleure prise en charge des réclamations des clients.

Enfin, nous recommandons à ALGERIE TELECOM la mise en place d'un système de management de la qualité basé sur le référentiel ISO 9001 v 2008. En effet, ce référentiel a comme exigence l'engagement de la direction à fournir tous les moyens humains, financiers et matériels pour le bon déroulement des activités, notamment en matière de mise en place d'un système d'écoute client. En outre, il préconise l'utilisation de l'approche processus qui aboutit à des procédures écrites clairement, ce qui permet de remédier au problème d'organisation, avec des tâches désignées pour chaque acteur. Pour la maîtrise de ces processus, il exige un suivi permanent de ces derniers. Ce suivi peut se faire par des indicateurs.

BIBLIOGRAPHIE

DOCUMENTS

-Hans BRANDENBURG et Jean-Pierre WOJTYNA, « l'approche processus : mode d'emploi », 2^e édition, édition d'organisation, 2003, Paris, France.

-Philippe DETRIE, 2001, « les réclamations client : un nouvel outil de fidélisation et de différenciation », Editions d'Organisation, Paris, France.

-ISO/TC 176, 2004, page 2, « ISO 10002 : Management de la qualité — Satisfaction des clients — Lignes directrices pour le traitement des réclamations dans les organismes », ISO copyright office, Genève, Suisse.

SITOGRAPHIE

-www.qualipole.fr

-www.marocrecherche.com/articles/marketing/gestion_des_reclamations-1089.html

-KABDOU Ahmed, rapport de stage Tunisie Télécom, Institut supérieur d'électronique et communication de Sfax,

www.share.pdfonline.com/574a4c87223e4cbabdc19ef215a1fbcc/ahmed.htm

-www.performancezoom.com/indicateur-performance.php

-www.algeriatelecom.dz

-www.m.presse-dz.com/readart.php?id=9811

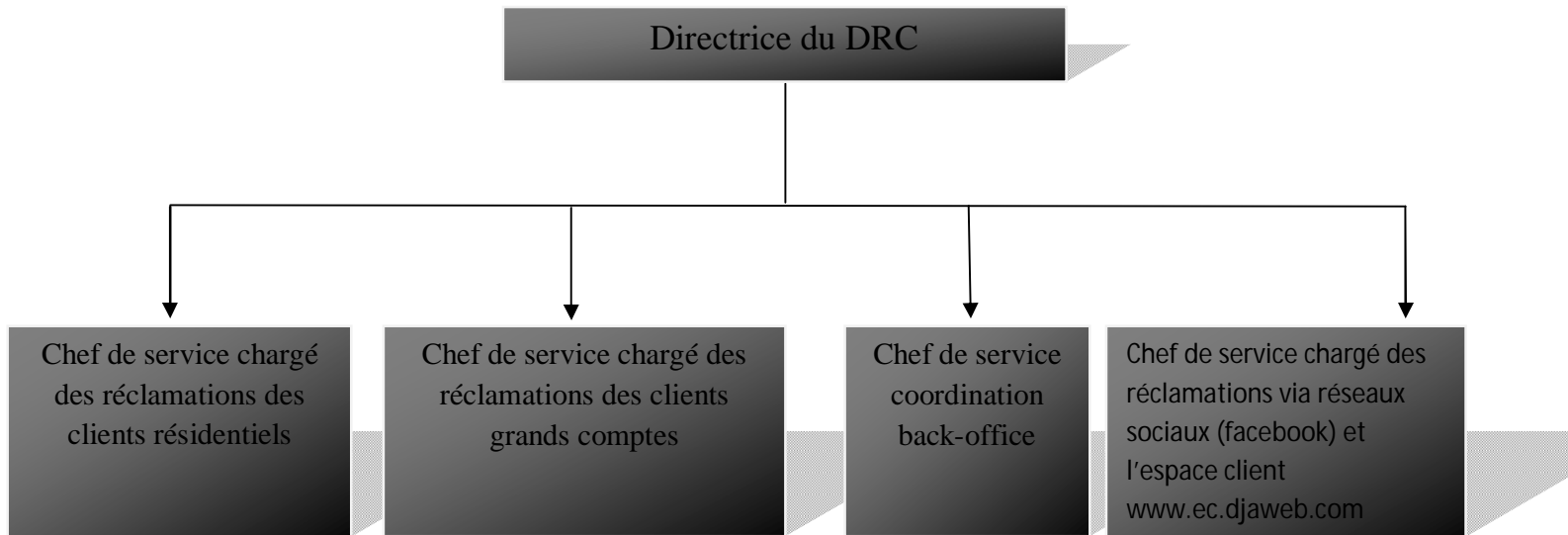
www.tunisiatelecom.tn/tt/internet!/ut/p/c0/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3j3IEsjS09LYwMLf2czAyMv7yCfEHcTA4MQE_3g1Dz9gmxHRQCT9mFc/?WCM_GLOBAL

_CONTEXT=/tt/wcm/connect/Internet_FR/menu+commun+2/centre+media/notre+actualites/contents_mc2_notre_actualite/actualite_cm_16032011_cque_dgle_ddr

-www.projectissimo.com/comment-faire-diagramme-causeseffet-ou-ishikawa-pxl-176_178_290.html

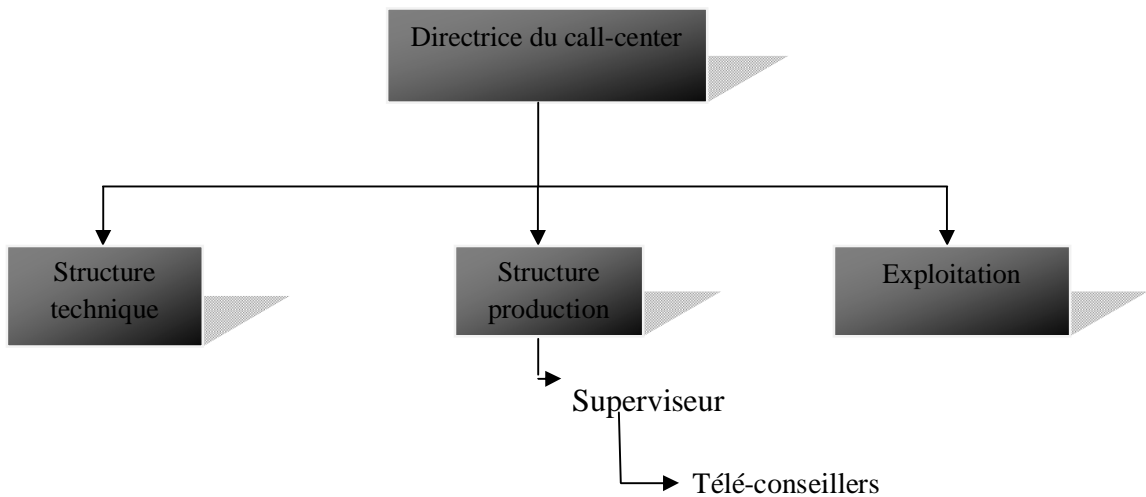
ANNEXES

Organigramme du DRC



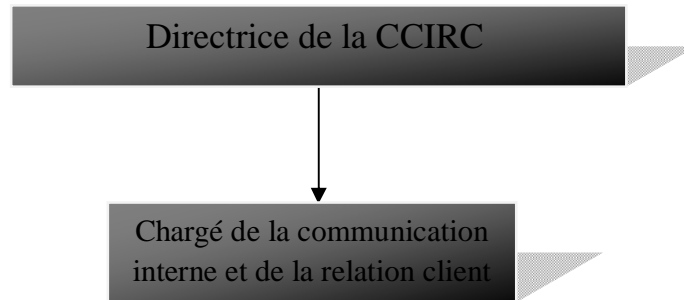
Source : élaboré par nous même

Organigramme call center



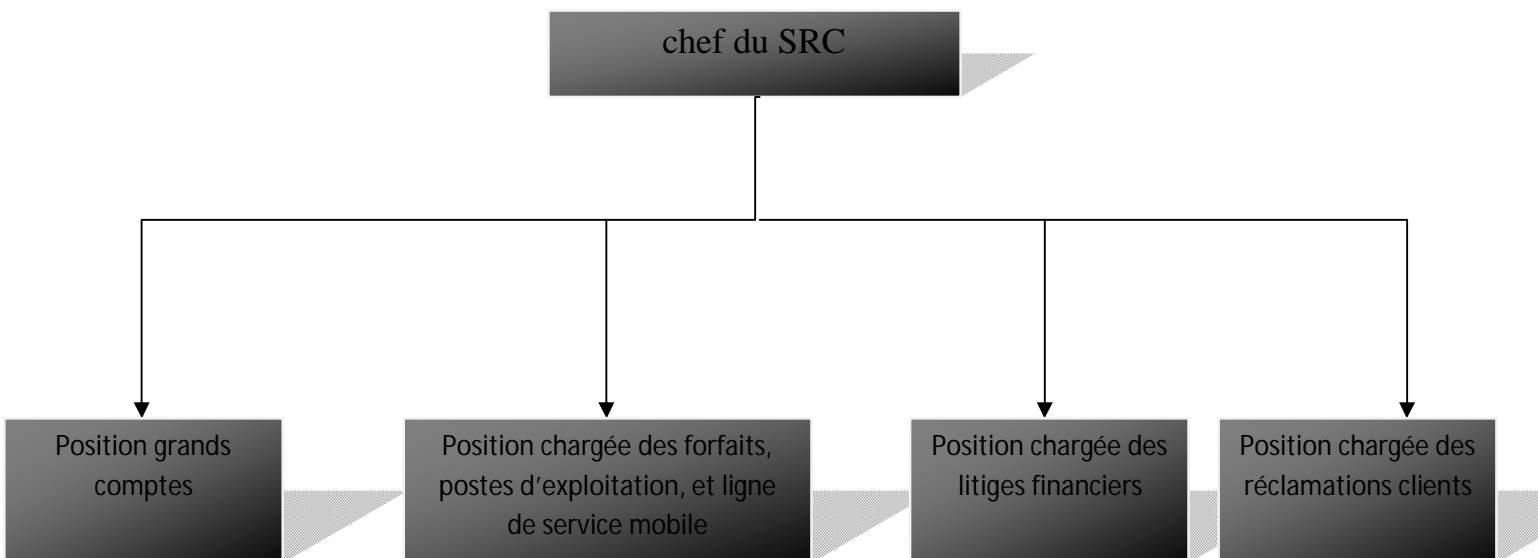
Source : élaboré par nous même

Organigramme de la CCIRC



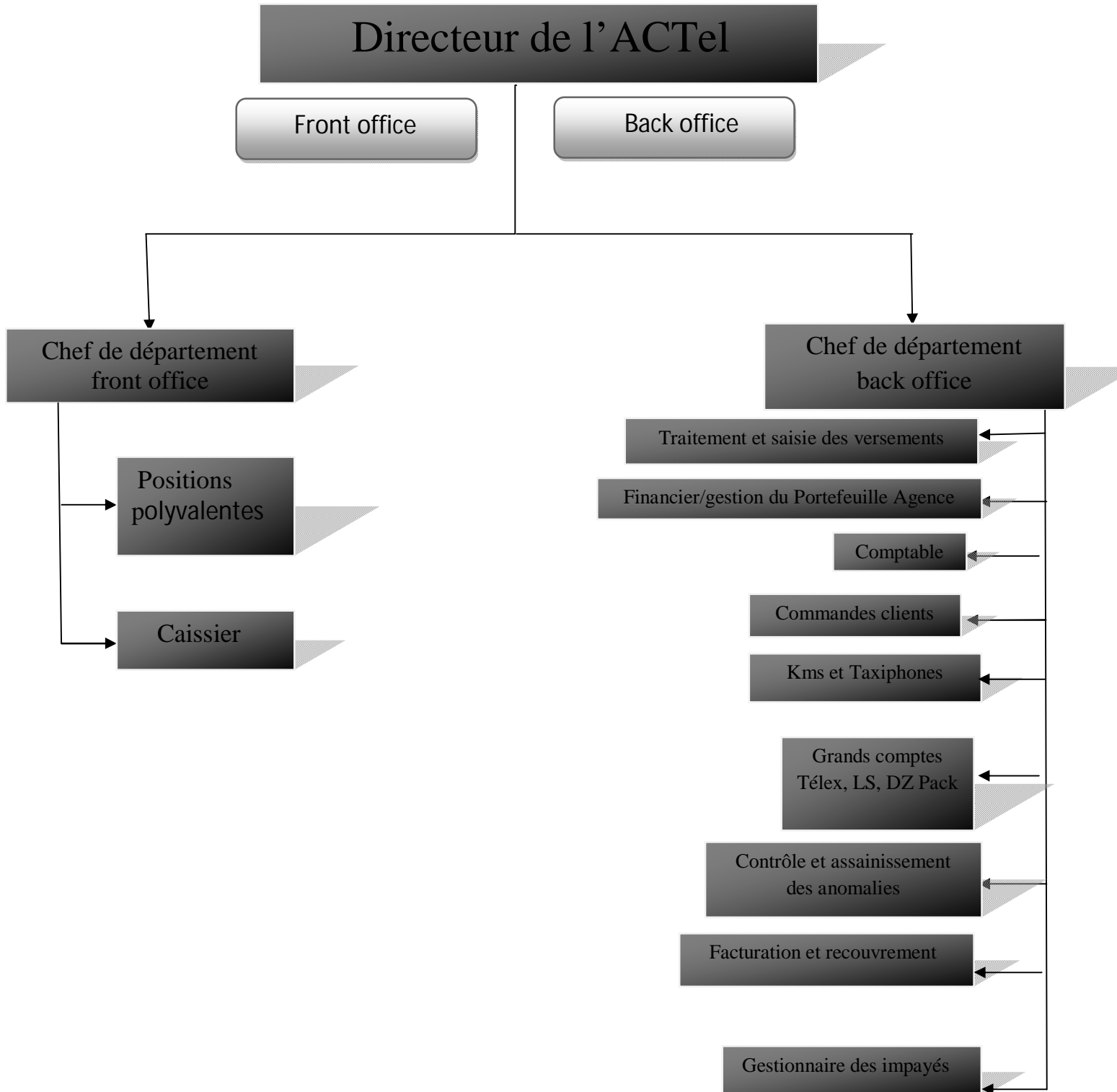
Source : élaboré par nous même

Organigramme de la SRC



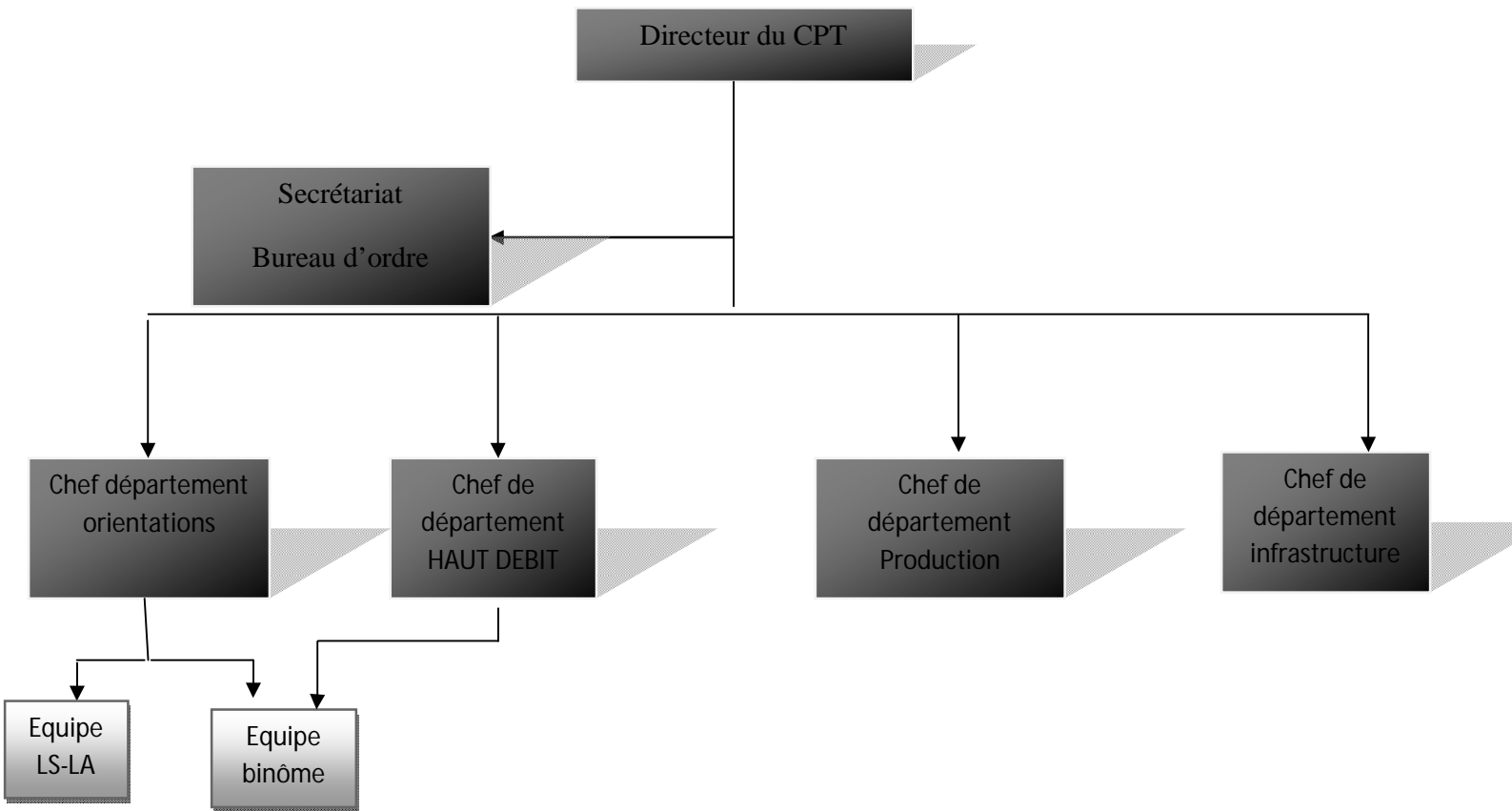
Source : élaboré par nous même

Organigramme d'une ACTel



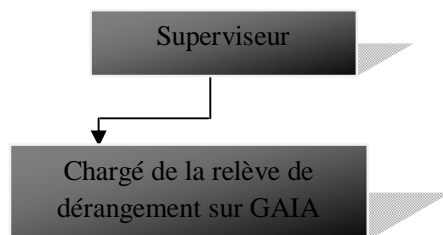
Source : document interne

Organigramme d'un CPT



Source : élaboré par nous même

Organigramme du service relève de dérangements sur GAIA



Source : élaboré par nous même

Questionnaire adressé aux clients d'ALGERIE TELECOM

Cher (e) client(e), dans le cadre d'une étude portant sur la «la prise en charge des réclamation des clients d'ALGERIE TELECOM », nous sollicitons votre aide à travers vos réponses à ce bref questionnaire

NB : Nous vous rappelons que ce questionnaire est anonyme.

Question n°1. Dans quel abonnement vous êtes-vous souscrits ?

- Téléphonie fixe..... -Les deux
-ADSL (internet).....

Question n°2. Avez-vous déjà fait une réclamation ?

- Oui.....
-Non.....

°Si oui, quel en est l'objet?

- Dérangement téléphonique..... -Dérangement ADSL.....
-Facturation.....
-Autre, veuillez préciser:.....

Question n°3. Par quel moyen avez-vous exprimé votre réclamation la première fois ?

- Call center (les n° 12, 100, 107)
-Courriers (fax, poste,...).....
-Vous vous êtes déplacés (ACTels, direction générale).....
-Espace client (ec.djaweb.dz).....
-Réseaux sociaux (facebook).....
-IGM (lettre envoyée au ministère de tutelle).....
-Autre, veuillez préciser:

Question n°4. Le problème (objet de votre réclamation) a-t-il été résolu ?

-Oui.....

-Non.....

°Si oui, combien de temps a-t-il fallu (entre le moment d'expression de la réclamation et celui de sa résolution)?

°Si non depuis quand vous avez signalé l'avez signalé ?

-Moins de 48 heures

-Entre 48 heures et 1 semaine.....

-Entre 1 semaine et 1 mois.....

-Plus de 1mois.....

Question n°5. Avez-vous insisté pour que votre réclamation soit prise en charge ?

-Oui.....

-Non.....

°Si oui, combien de fois avez-vous insisté?

-Une(1) fois.....

-Deux (2) fois.....

-Trois (3) fois.....

-Plus de trois (3) fois.....

°et par quel moyen ?

Veillez préciser

Question n°6. Avez-vous été contacté par ALGERIE TELECOM afin qu'elle s'assure si le problème, (objet de votre réclamation), a été réglé ?

-Oui.....

-Non.....

Questions signalétiques

Question n°7. Vous êtes... ?

-Un homme.....

-Une femme.....

Question n°8. Vous avez... ?

-Moins de 20 ans.....

-Entre 20 et 40 ans.....

-Entre 40 et 60 ans.....

-60 ans et plus.....

Question n°9. Quelle est votre profession ?

-Fonctionnaire.....

-Libérale (médecin, avocat.....)

-Chef d'entreprise.....

-Salarié d'entreprise.....

-Chômeur.....

-Etudiant.....

-Autre, veuillez préciser

.....

Nous vous remercions pour votre entière collaboration.

GLOSSAIRE

I / Central téléphonique :¹

Est un local, contenant un autocommutateur et répartiteur.

a) Autocommutateur :

«Il est constitué de nœuds du réseau téléphonique. Il permet d'établir une liaison temporelle entre deux lignes; l'une entrante, l'autre sortante. »



Source :www.Telephonecollectors.com

b) Répartiteur :

*« Le répartiteur est un organe agissant comme connecteur entre les autocommutateurs et le réseau téléphonique ».*²



Source :www.companeo.com

¹ KABDOU Ahmed, rapport de stage Tunisie Télécom, Institut supérieur d'électronique et communication de sfax, www.share.pdfonline.com/574a4c87223e4cbabdc19ef215a1fbcc/ahmed.htm

² KABDOU Ahmed, rapport de stage Tunisie Télécom, Institut supérieur d'électronique et communication de sfax, www.share.pdfonline.com/574a4c87223e4cbabdc19ef215a1fbcc/ahmed.htm

II/ Sous répartiteur :³

« Le sous répartiteur est une armoire implantée sur la voie publique, situé entre câbles de distribution et câbles de transport ou entre deux câbles de distribution; C'est un organe de raccordement qui relie le répartiteur aux PC, c'est à l'intérieur de celui-ci que seront éclatés les câbles de transport en câbles de distribution ou autrement dit des câbles de grande capacité en câbles de capacité inférieure grâce au fils jarrettières. »



Source :www.ariase.com

³ KABDOU Ahmed, rapport de stage Tunisie Télécom, Institut supérieur d'électronique et communication de Sfax,
www.share.pdfonline.com/574a4c87223e4cbabdc19ef215a1fbcc/ahmed.htm

III/ le point de concentration :⁴

« Les points de concentration (PC) sont des boîtes installées sur les poteaux ou sur façade ou comme réglettes à l'intérieur des locaux. C'est aussi l'endroit où viennent se raccorder les câbles de branchement d'abonnés. On distingue deux types de PC selon la capacité :

-PC à 7paires : utilisés pour les quartiers de logements ordinaire.

-PC à 14 paires : utilisés pour les grands bâtiments ; immeubles ; hôtels... »

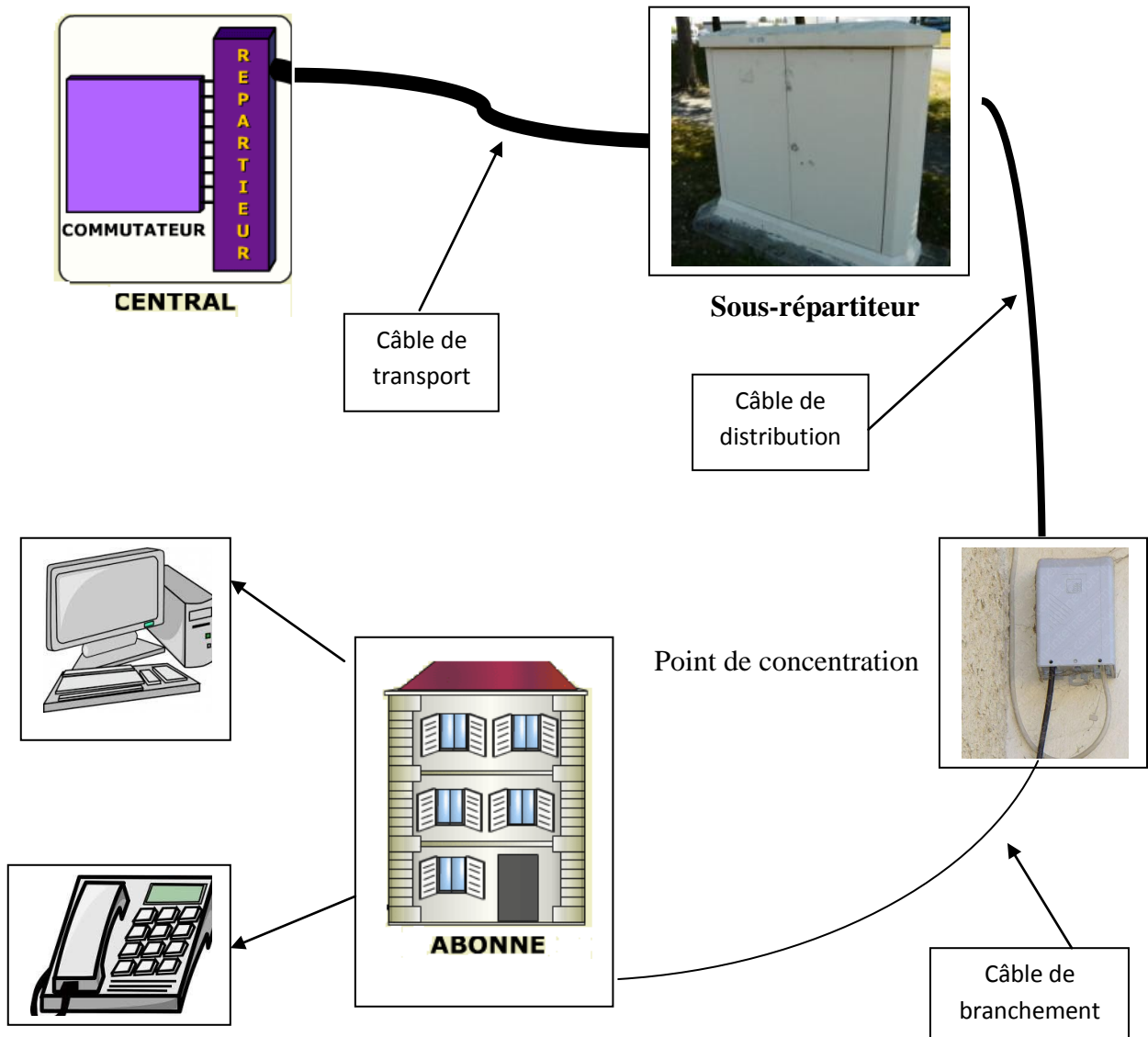


Source : www.connexion-internet.com

⁴ KABDOU Ahmed, rapport de stage Tunisie Télécom, Institut supérieur d'électronique et communication de Sfax,
www.share.pdfonline.com/574a4c87223e4cbabdc19ef215a1fbcc/ahmed.htm

IV/Hiérarchie d'un réseau téléphonique :

Figure 19.RESEAUX TELEPHONIQUE



Source : élaboré par nous même