

TELECOMMUNICATIONS ET SERVICE A LA CLIENTELE Le temps d'une mise au point

Sommaire exécutif
Juin 2018

Qui n'a pas déjà entendu la fameuse phrase « votre appel est important pour nous » en tentant désespérément de joindre le service à la clientèle de son fournisseur de services de télécommunications ? La qualité et l'efficacité du service à la clientèle sont plus importantes que jamais, considérant que les produits et services de télécommunications sont désormais au cœur de la vie quotidienne.

Notre recherche se proposait de faire un bilan de la situation au Canada en matière de service à la clientèle et de trouver, au besoin, des solutions viables aux problèmes qui pourraient être identifiés, en examinant, notamment, les encadrements qui ont pu être adoptés dans d'autres juridictions.

En matière de télécommunications, le service à la clientèle, qui englobe une multitude de modes et de motifs de contacts entre le consommateur et le fournisseur, peut se décliner en six volets :

- Information : traitement des demandes d'informations, explications quant aux services, produits et factures, etc.
- Vente et fidélisation : prise de commande, changement de forfaits, promotion des produits et services, etc.
- Administratif : enregistrement des clients, mise à jour des dossiers, fermeture des dossiers, etc.
- Technique : installation, réparation et ajustement, etc.
- Règlement des problèmes : problèmes techniques, gestion des avis et des débranchements, etc.
- Règlement des plaintes

Le service à la clientèle est donc susceptible d'être interpellé par le consommateur pendant toute la durée de sa relation avec le fournisseur, des premiers contacts qui précéderont l'abonnement jusqu'à la fermeture du dossier et au débranchement, en passant par la demande de réponse à toutes les questions et de traitement de tous les problèmes d'ordre technique ou administratif que le consommateur peut rencontrer durant son abonnement. Il n'est donc pas étonnant que les consommateurs y fassent régulièrement appel, et ce, avec des résultats parfois mitigés. Les entreprises déclareront probablement toutes qu'elles mettent le consommateur à l'avant-plan de toutes leurs décisions ou activités, mais quelles mesures sont réellement prises en ce sens, et comment cela se reflète-t-il sur le service à la clientèle ?

La force d'un réseau

Nos membres associatifs

ACEF Appalaches – Beauce – Etchemins
ACEF de l'Est de Montréal
ACEF de Laval
ACEF du Grand-Portage

ACEF du Nord de Montréal
ACEF du Sud-Ouest de Montréal
ACEF Estrie
ACEF Lanaudière

ACEF Montérégie-Est
ACEF Rive-Sud de Québec
ACQC
Centre EBO d'Ottawa
CIBES de la Mauricie

7000, avenue du Parc, bureau 201, Montréal (Qc) H3N 1X1

T : 514 521-6820 | Sans frais : 1 888 521-6820 | F : 514 521-0736

info@uniondesconsommateurs.ca | www.uniondesconsommateurs.ca

Au moyen d'un sondage pancanadien, nous avons cherché à voir comment les consommateurs évaluaient leurs relations avec le service à la clientèle de leurs fournisseurs de services de télécommunications et à identifier les aspects les plus problématiques de ces services. Avec un taux de satisfaction envers les services à la clientèle des fournisseurs oscillant autour des 80 %, nous pourrions croire que ces services ne présentent aucun problème. Or, ce taux de satisfaction global que donnent les répondants tend à baisser lorsque l'appel au service à la clientèle vise la résolution d'un problème plutôt qu'une simple demande d'information. Les répondants à notre sondage plaçaient les services à la clientèle parmi les maillons les plus faibles de leurs fournisseurs, bien après la qualité ou la fiabilité du service, mais, sans surprise tout de même, avant les prix.

À la CPRST, les plaintes au sujet des services à la clientèle ont triplé au cours des quatre dernières années et représentaient près du tiers de l'ensemble des plaintes hors mandat reçues par l'organisme. Les statistiques de l'organisme laissent croire que le règlement des problèmes des clients par les fournisseurs, volet clé du service à la clientèle, présente de nombreuses faiblesses et nécessite davantage de travail par les fournisseurs. Il importe aussi de rappeler le degré relativement bas de satisfaction des consommateurs lors du règlement d'un problème auprès d'un fournisseur et la très faible notoriété de l'organisme, qui fait que très peu de plaintes non réglées ou mal réglées par les services à la clientèle seront en réalité portées devant la CPRST.

L'insatisfaction ou les problèmes vécus par plusieurs consommateurs relativement aux services à la clientèle ont d'ailleurs été jugés suffisamment sérieux par de nombreuses juridictions et institutions à l'étranger pour qu'elles choisissent d'intervenir, de resserrer les règles et d'imposer certaines normes, encadrant ainsi plusieurs des éléments des services à la clientèle qui ont aussi été critiqués au Canada, et imposant même parfois le paiement de pénalités au consommateur en cas de manquement.

Nos recommandations portent sur un encadrement par le CRTC des politiques de service à la clientèle des fournisseurs de service, afin que les consommateurs sachent ce à quoi ils sont en droit de s'attendre lorsqu'ils communiquent avec le service à la clientèle d'un fournisseur et qu'ils soient traités adéquatement. Nous recommandons au CRTC l'établissement de certaines normes minimales et d'obligations de reddition de compte sur tous les éléments normalisés ainsi que sur le traitement des plaintes. Nous recommandons de plus que la CPRST traite les plaintes des consommateurs relativement aux manquements par les fournisseurs à leurs politiques de service à la clientèle.

English version available.

Union des consommateurs a reçu du financement en vertu du Programme de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada ou du gouvernement du Canada.