

# Chapitre 5 – Assurer le suivi et la traçabilité des demandes

Ce chapitre de formation couvre l'ensemble des pratiques et procédures permettant d'assurer un suivi rigoureux et une traçabilité complète des demandes clients. De la mise à jour du système d'information à l'archivage réglementaire, vous découvrirez les méthodes, outils et responsabilités qui garantissent la qualité du service client.

1

**Mise à jour du SI client**

2

**Tableau de bord de suivi**

3

**Relance client**

4

**Détection des anomalies**

5

**Conservation et archivage RGPD**

# Mise à jour du système d'information client

Le système d'information client (SIC) est le socle de toute activité de support. Sa fiabilité repose sur une mise à jour rigoureuse, régulière et encadrée par des procédures claires. Un SIC mal tenu génère des erreurs de traitement, des doublons, des relances inutiles et une dégradation de l'expérience client.

## Pourquoi mettre à jour en temps réel ?

Chaque interaction client doit être enregistrée immédiatement dans le système afin que l'ensemble de l'équipe dispose d'une vision partagée et actualisée. Un délai de saisie, même court, peut entraîner des prises en charge incohérentes ou des réponses contradictoires.

## Quand mettre à jour ?

- **En temps réel** : à chaque interaction (appel, email, chat, courrier)
- **En fin de journée** : vérification et consolidation des saisies
- **Hebdomadairement** : audit qualité des données récentes
- **Mensuellement** : nettoyage des données obsolètes ou incorrectes

# Procédures et responsabilités de mise à jour

La mise à jour du SIC ne peut reposer sur la seule bonne volonté des agents. Elle doit être encadrée par des procédures formalisées et une répartition claire des responsabilités entre les différents acteurs de l'équipe support.

**1**

## **L'agent de support**

Responsable de la saisie immédiate des informations issues de chaque contact client : objet de la demande, canal utilisé, statut, actions menées et suite à donner. Il doit respecter les champs obligatoires définis par la procédure interne.

**2**

## **Le référent qualité données**

Vérifie périodiquement la cohérence, la complétude et l'exactitude des données saisies. Il identifie les erreurs systématiques, propose des corrections et assure des rappels de procédure auprès des équipes.

**3**

## **Le responsable d'équipe**

Valide les procédures de mise à jour, arbitre les cas particuliers et veille à ce que les outils soient correctement configurés. Il est garant de la conformité des données vis-à-vis des exigences légales et internes.

# Le tableau de bord de suivi des demandes

Le tableau de bord de suivi est l'outil central qui permet à l'équipe support de visualiser en temps réel l'état des demandes en cours, de détecter les retards et de piloter l'activité avec efficacité. Il transforme les données brutes du SIC en informations actionnables pour les agents et les responsables.



## Indicateurs de volume

Nombre de demandes reçues, en cours, résolues et en attente. Ces indicateurs permettent d'évaluer la charge de travail et d'anticiper les pics d'activité.



## Indicateurs de qualité

Taux de satisfaction client (CSAT), taux de réouverture des dossiers, taux d'escalade. Ces données renseignent sur la pertinence des réponses apportées.



## Indicateurs de délai

Temps moyen de traitement, délai de première réponse, taux de résolution au premier contact (FCR). Ces métriques mesurent la réactivité et l'efficacité du service.



## Alertes et seuils critiques

Des alertes automatiques signalent les demandes qui dépassent les délais contractuels (SLA) ou qui n'ont reçu aucune réponse depuis un certain nombre d'heures.

# Les indicateurs essentiels du tableau de bord

## FCR

### First Contact Resolution

Résolution dès le premier contact sans réouverture du dossier.  
Objectif cible : supérieur à 70%.

## SLA

### Respect des délais

Pourcentage de demandes traitées dans les délais contractuels convenus avec le client.

## CSAT

### Satisfaction client

Score de satisfaction mesuré après résolution, idéalement via enquête automatique à chaud.

## NPS

### Net Promoter Score

Mesure de la propension du client à recommander l'entreprise, indicateur de fidélisation.

Ces indicateurs doivent être suivis avec une fréquence adaptée : quotidiennement pour les volumes et alertes, hebdomadairement pour les délais, mensuellement pour la satisfaction et la qualité. Un reporting structuré permet au responsable d'équipe d'identifier les tendances, de corriger les dérives et de communiquer les résultats à la direction.

# Alertes automatiques et reporting régulier

## Configurer des alertes efficaces

Les alertes doivent être paramétrées pour signaler automatiquement les situations critiques sans générer de bruit inutile. Un trop grand nombre d'alertes conduit les agents à les ignorer. Il convient donc de définir des seuils pertinents :

- Demande sans réponse depuis plus de 4 heures
- Ticket en attente depuis plus de 24 heures
- Dépassement imminent du SLA (à 80% du délai contractuel)
- Escalade non prise en charge dans l'heure

## Structure d'un reporting hebdomadaire

Le rapport hebdomadaire doit synthétiser les données clés de la semaine et être partagé avec toute l'équipe :

- Synthèse des volumes et tendances
- Analyse des SLA respectés / dépassés
- Focus sur les demandes non résolues
- Points d'amélioration identifiés
- Objectifs de la semaine suivante

## La relance client : principes et enjeux

La relance client est une démarche proactive qui consiste à recontacter un client lorsqu'une demande reste sans réponse de sa part, ou lorsqu'un dossier est en attente d'informations complémentaires. Elle témoigne de l'engagement du service support et contribue à maintenir la relation de confiance. Une relance bien conduite peut transformer une expérience négative en satisfaction retrouvée.

### **Relance informative**

Informé le client de l'avancement de sa demande lorsque le traitement prend plus de temps que prévu. Elle rassure et prévient l'insatisfaction liée à un sentiment d'abandon.

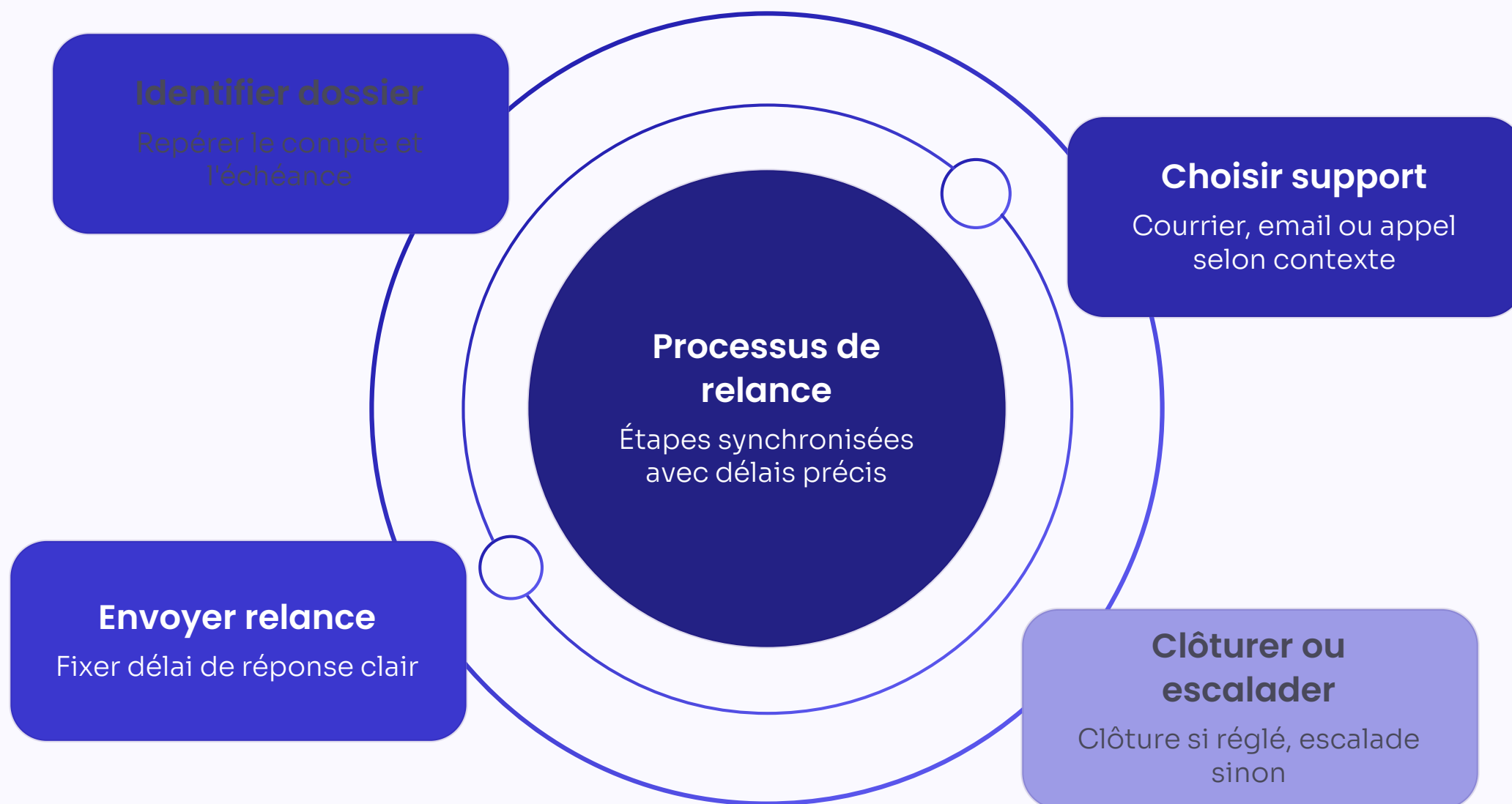
### **Relance de collecte**

Solliciter des informations manquantes nécessaires au traitement du dossier. Elle doit être précise, courtoise et indiquer clairement ce qui est attendu.

### **Relance de validation**

Vérifier que la solution proposée a bien résolu le problème du client et que le dossier peut être clos. Elle contribue au calcul du FCR et de la satisfaction.

# Les étapes et délais de la relance client



Chaque étape de la relance doit s'inscrire dans un calendrier précis. La rapidité de la première relance est déterminante : plus elle intervient tôt après l'échéance, plus le taux de réponse est élevé. En l'absence de réponse après deux tentatives, le dossier doit être escaladé ou clos selon les procédures internes.

## Délais recommandés

- **1ère relance** : 24 à 48h après l'échéance
- **2ème relance** : 3 à 5 jours après la 1ère
- **Escalade ou clôture** : après 10 jours sans réponse

## Bonnes pratiques

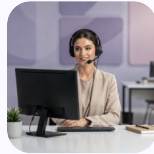
- Mentionner toujours le numéro de dossier
- Rappeler le contexte de la demande initiale
- Proposer une action claire et facile pour le client
- Respecter un ton professionnel et bienveillant

# Les supports de relance : email, téléphone, courrier



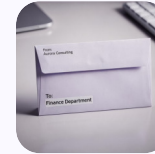
## La relance par email

L'email est le support de relance le plus utilisé car il laisse une trace écrite, peut être envoyé à tout moment et ne crée pas d'intrusion pour le client. Il doit comporter un objet clair mentionnant le numéro de dossier, un corps concis rappelant le contexte et une invitation à l'action. L'email convient particulièrement pour les relances de collecte d'information ou de validation de résolution.



## La relance téléphonique

Le téléphone est recommandé pour les dossiers urgents, complexes ou sensibles. Il permet un échange direct, une compréhension immédiate et une résolution plus rapide. Avant d'appeler, l'agent doit consulter l'historique complet du dossier, préparer les points à aborder et disposer d'une plage horaire adaptée. Toute relance téléphonique doit être consignée dans le SIC.



## La relance par courrier

Le courrier postal est réservé aux situations formelles, aux dossiers à fort enjeu juridique ou contractuel, ou lorsque les autres canaux ont échoué. Il apporte une valeur légale en cas de litige. Son envoi en recommandé avec accusé de réception constitue une preuve de la démarche entreprise et peut être produit en cas de contestation.

# Rédiger une relance efficace : bonnes pratiques


## Structure d'un email de relance

Un email de relance bien structuré comporte les éléments suivants :

1. **Objet** : clair, avec numéro de dossier (ex. : « Suivi de votre demande n°12345 »)
2. **Introduction** : rappel du contexte et de la date de la demande initiale
3. **Corps** : explication concise de l'objet de la relance
4. **Appel à l'action** : ce que l'on attend du client, avec délai clair
5. **Signature** : nom, poste, coordonnées directes

## Erreurs à éviter

- Relancer sans avoir consulté l'historique du dossier
- Utiliser un ton impatient ou culpabilisant
- Ne pas préciser ce qui est attendu du client
- Envoyer plusieurs relances sur différents canaux simultanément
- Oublier de noter la relance dans le SIC
- Clore un dossier sans confirmation de la résolution

 Toute relance doit impérativement être tracée dans le système d'information client avec la date, le canal utilisé et le contenu de la démarche.

# La détection des anomalies dans la base de données client

La base de données client est un actif stratégique dont la qualité conditionne directement l'efficacité du service support. Les anomalies, si elles ne sont pas détectées et corrigées rapidement, se propagent et génèrent des erreurs en cascade : mauvaises affectations de dossiers, communications envoyées à la mauvaise personne, analyses faussées, voire non-conformités réglementaires.

## Données manquantes

Champs obligatoires non renseignés (numéro de téléphone, adresse email, numéro de contrat). Ces lacunes empêchent le traitement complet du dossier et bloquent certaines actions automatisées comme l'envoi de notifications.

## Données dupliquées

Un même client enregistré plusieurs fois avec des variantes d'orthographe ou d'identifiant. Cela fragmente l'historique des interactions et peut conduire à des réponses incohérentes entre agents.

## Données erronées

Informations incorrectes saisies lors de la création ou de la mise à jour du dossier (mauvais code postal, prénom/nom inversés, numéro de contrat erroné). Ces erreurs peuvent avoir des conséquences juridiques ou contractuelles.

## Données obsolètes

Coordonnées périmées, statuts clients non actualisés (ex. : client classé "actif" alors que son contrat est résilié). Elles induisent des actions inutiles et des ressources gaspillées.

# Procédure de signalement des anomalies

Détecter une anomalie n'est que la première étape. Le processus de signalement doit être fluide, accessible à tous les agents et aboutir à une correction rapide et traçable. Une anomalie non signalée reste une anomalie active qui continuera à produire des erreurs.



- ⓘ Chaque anomalie signalée doit recevoir un accusé de réception et un délai de traitement estimé. L'agent signalant doit être informé de la correction effectuée afin de maintenir sa motivation à signaler.

# Prévenir les anomalies : contrôles et bonnes pratiques

## Contrôles à la saisie

La meilleure façon de gérer les anomalies est de les empêcher. Les outils CRM modernes permettent de paramétrer des contrôles automatiques :

- Champs obligatoires bloquants avant validation
- Formats de saisie contraints (ex. : format email, téléphone)
- Détection automatique des doublons à la création
- Alertes en cas d'incohérence (ex. : date de naissance incompatible)

## Audits périodiques de la base

Même avec des contrôles à la saisie, des anomalies peuvent s'accumuler. Des audits réguliers permettent de maintenir la qualité des données :

- **Audit mensuel** : vérification des données récentes et correction des erreurs détectées
- **Audit trimestriel** : dédoublonnage, mise à jour des statuts, purge des données inutiles
- **Audit annuel** : révision complète des procédures de saisie et formation des agents si nécessaire

# Conservation et archivage des échanges clients

La conservation des échanges clients est à la fois une nécessité opérationnelle et une obligation légale. Elle permet de retrouver l'historique complet d'un dossier, de justifier les actions entreprises en cas de litige, et de démontrer la conformité aux réglementations en vigueur, notamment le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD).



## Emails et courriers

Tous les échanges écrits avec les clients doivent être archivés dans le SIC, rattachés au dossier client concerné, avec date, expéditeur et destinataire clairement identifiés.



## Appels téléphoniques

Les comptes rendus d'appels, et dans certains cas les enregistrements (sous conditions légales), doivent être conservés. Le client doit être informé de tout enregistrement.



## Chats et messagerie

Les transcriptions de chat ou de messagerie instantanée constituent des preuves écrites à part entière. Elles doivent être sauvegardées automatiquement par l'outil utilisé et exportées dans le dossier client.



## Formulaires et documents

Tout document transmis par le client (pièces justificatives, formulaires signés, bons de commande) doit être archivé de manière sécurisée et accessible uniquement aux personnes habilitées.

# Les obligations légales : le cadre RGPD

Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), entré en application le 25 mai 2018, impose des obligations précises concernant la conservation des données personnelles des clients. Toute entreprise traitant des données de résidents européens est concernée, quelle que soit sa taille.

## Durées de conservation légales

- **Données contractuelles** : 5 ans après la fin du contrat
- **Données de facturation** : 10 ans (obligation comptable)
- **Données de prospection** : 3 ans sans interaction
- **Données de réclamation** : durée du traitement + prescription légale applicable
- **Enregistrements d'appels** : 6 mois maximum sauf obligation légale spécifique

## Principes RGPD à respecter

- **Minimisation** : ne collecter que les données strictement nécessaires
- **Limitation de la conservation** : ne pas conserver au-delà de la durée nécessaire
- **Intégrité et confidentialité** : protéger les données contre tout accès non autorisé
- **Droit d'accès et d'effacement** : honorer les demandes des clients dans les délais légaux

# Mettre en place une procédure d'archivage conforme

La conformité RGPD ne se décrète pas, elle se construit à travers des procédures opérationnelles claires, connues de tous et régulièrement auditées. L'archivage conforme repose sur trois piliers : la sécurisation, l'organisation et la traçabilité.

## → **Sécurisation des archives**

Les données archivées doivent être stockées sur des serveurs sécurisés, avec des accès restreints aux seules personnes habilitées. Les données sensibles doivent être chiffrées. En cas de sous-traitance de l'hébergement, un contrat de traitement des données conforme au RGPD est obligatoire.

## → **Traçabilité des accès**

Tout accès aux archives doit être journalisé : qui a consulté quel document, à quelle date et dans quel contexte. Ces journaux d'accès constituent eux-mêmes des données qui doivent être conservées selon les durées réglementaires.

## → **Organisation et indexation**

Les archives doivent être organisées de manière à permettre une recherche rapide par dossier client, par date ou par type d'échange. Une nomenclature standardisée de nommage des fichiers facilite les recherches et réduit les risques d'erreur.

## → **Purge et suppression contrôlée**

À l'expiration de la durée de conservation, les données doivent être supprimées de manière sécurisée et irréversible. La suppression doit être documentée afin de pouvoir en apporter la preuve en cas de contrôle de la CNIL.

# Répondre aux droits des clients en matière de données


## Les droits garantis par le RGPD

Tout client a le droit d'exercer plusieurs droits sur ses données personnelles. Le service support est souvent en première ligne pour recevoir et traiter ces demandes :

- **Droit d'accès** : obtenir une copie de toutes les données le concernant
- **Droit de rectification** : faire corriger des données inexactes
- **Droit à l'effacement** : demander la suppression de ses données ("droit à l'oubli")
- **Droit à la portabilité** : récupérer ses données dans un format structuré
- **Droit d'opposition** : s'opposer au traitement à des fins de prospection

## Procédure de traitement d'une demande RGPD

1. Réception de la demande et vérification de l'identité du demandeur
2. Enregistrement de la demande dans le SIC comme ticket spécifique
3. Transmission au DPO (Délégué à la Protection des Données) si nécessaire
4. Traitement dans le délai légal : **1 mois maximum**
5. Réponse au client avec confirmation des actions effectuées

 Le délai légal de réponse à une demande RGPD est d'un mois. Tout dépassement expose l'entreprise à une plainte auprès de la CNIL et à des sanctions financières.

# Synthèse : les 5 piliers du suivi et de la traçabilité

Ce chapitre de formation a couvert l'ensemble des dimensions du suivi et de la traçabilité des demandes clients. Ces cinq piliers sont interdépendants : la qualité de l'un conditionne l'efficacité des autres.

## 1. Mise à jour du SI client

Rigueur de saisie, fréquence adaptée et responsabilités clairement définies pour garantir une base de données fiable et partagée.

## 2. Tableau de bord de suivi

Indicateurs pertinents, alertes paramétrées et reporting régulier pour piloter l'activité et réagir aux anomalies en temps réel.

## 3. Relance client

Démarche proactive, délais maîtrisés et supports adaptés (email, téléphone, courrier) pour maintenir la relation et avancer dans le traitement des dossiers.

## 4. Détection des anomalies

Vigilance quotidienne, procédures de signalement accessibles et audits réguliers pour préserver la qualité et la cohérence de la base client.

## 5. Conservation et archivage RGPD

Respect des durées légales, sécurisation des données et traitement des droits clients dans les délais imposés par la réglementation.

# Points de vigilance et erreurs fréquentes

Dans la pratique quotidienne du support client, certaines erreurs reviennent fréquemment et peuvent compromettre la qualité du suivi. Les identifier permet de mieux les éviter.

## Saisie retardée ou incomplète

Repousser la mise à jour du SIC après l'interaction crée des décalages d'information entre agents et risque d'oubli. La saisie doit être réflexe, immédiate et complète à chaque contact.

## Relances non tracées

Une relance effectuée mais non enregistrée dans le système est une relance qui n'existe pas officiellement. Elle ne peut pas être comptabilisée dans les indicateurs ni servir de preuve en cas de litige.

## Ignorance des anomalies détectées

Face à une charge de travail élevée, les agents ont tendance à contourner les anomalies plutôt que de les signaler. Cette attitude aggrave la dégradation de la base de données sur le long terme.

## Non-respect des durées RGPD

Conserver des données trop longtemps est aussi une infraction au RGPD que de les supprimer trop tôt. L'absence de procédure de purge automatisée est un risque réglementaire réel.

# Conclusion – Chapitre 5

La maîtrise du suivi et de la traçabilité des demandes clients est une compétence fondamentale pour tout professionnel du support. Elle repose sur une combinaison de rigueur opérationnelle, d'utilisation efficace des outils et de respect des obligations légales.



## **Un suivi rigoureux protège le client et l'entreprise**

Tracer chaque interaction, mettre à jour chaque dossier et archiver chaque échange, c'est garantir la qualité du service et la conformité réglementaire simultanément.



## **Les outils ne remplacent pas les procédures**

Un CRM performant n'est efficace que s'il est correctement alimenté et utilisé selon des procédures partagées et comprises par toute l'équipe.



## **La culture de la qualité des données se construit collectivement**

Chaque agent est acteur de la fiabilité de la base client. La formation continue, le signalement des anomalies et le partage des bonnes pratiques sont les leviers d'une amélioration durable.

✔ Ce chapitre constitue une base de formation essentielle pour les équipes support. La mise en pratique régulière de ces principes contribue directement à l'amélioration de la satisfaction client et à la conformité de l'entreprise.