

---

---

**Centres de contact clients —**

**Partie 1:  
Exigences relatives aux centres de  
contact clients**

*Customer contact centres —*

*Part 1: Requirements for customer contact centres*  
**iTeh STANDARD PREVIEW**  
**(standards.iteh.ai)**

ISO 18295-1:2017

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/d87228c4-fdc4-4e58-85fa-84083536a913/iso-18295-1-2017>



**iTeh STANDARD PREVIEW**  
**(standards.iteh.ai)**

ISO 18295-1:2017

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/d87228c4-fdc4-4e58-85fa-84083536a913/iso-18295-1-2017>



**DOCUMENT PROTÉGÉ PAR COPYRIGHT**

© ISO 2017, Publié en Suisse

Droits de reproduction réservés. Sauf indication contraire, aucune partie de cette publication ne peut être reproduite ni utilisée sous quelque forme que ce soit et par aucun procédé, électronique ou mécanique, y compris la photocopie, l'affichage sur l'internet ou sur un Intranet, sans autorisation écrite préalable. Les demandes d'autorisation peuvent être adressées à l'ISO à l'adresse ci-après ou au comité membre de l'ISO dans le pays du demandeur.

ISO copyright office  
Ch. de Blandonnet 8 • CP 401  
CH-1214 Vernier, Geneva, Switzerland  
Tel. +41 22 749 01 11  
Fax +41 22 749 09 47  
copyright@iso.org  
www.iso.org

## Sommaire

Page

<b>Avant-propos</b> .....	<b>iv</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>v</b>
<b>1 Domaine d'application</b> .....	<b>1</b>
<b>2 Références normatives</b> .....	<b>1</b>
<b>3 Termes et définitions</b> .....	<b>1</b>
<b>4 Exigences concernant la relation client</b> .....	<b>2</b>
4.1 Généralités.....	2
4.2 Communication d'informations aux clients.....	2
4.3 Mesure et contrôle de l'expérience client.....	3
4.4 Traitement des réclamations.....	3
4.5 Protection du client.....	4
<b>5 Leadership à l'écoute du client</b> .....	<b>4</b>
5.1 Généralités.....	4
5.2 Définition de l'expérience client et mise en œuvre.....	5
5.3 Satisfaction/engagement des collaborateurs.....	5
<b>6 Ressources humaines</b> .....	<b>5</b>
6.1 Généralités.....	5
6.2 Fonctions.....	5
6.3 Compétences des conseillers.....	6
6.3.1 Généralités.....	6
6.3.2 Posture service client.....	6
6.3.3 Compétences techniques.....	6
6.3.4 Compétences liées au donneur d'ordre.....	6
6.4 Développement des compétences.....	7
6.5 Communication d'informations aux collaborateurs.....	7
<b>7 Processus opérationnels</b> .....	<b>7</b>
7.1 Généralités.....	7
7.2 Processus liés aux clients.....	7
7.3 Planification des effectifs.....	7
7.4 Assurance qualité relative aux interactions avec les clients.....	8
<b>8 Infrastructure de délivrance du service</b> .....	<b>8</b>
8.1 Généralités.....	8
8.2 Prise en charge des interactions avec les clients.....	8
8.3 Données relatives aux clients.....	8
8.4 Environnement de travail.....	9
8.5 Continuité du service.....	9
<b>9 Relations avec le donneur d'ordre</b> .....	<b>9</b>
<b>Annexe A (informative) Indicateurs — Lignes directrices</b> .....	<b>10</b>
<b>Annexe B (informative) Relations entre le CCC et le donneur d'ordre</b> .....	<b>15</b>
<b>Bibliographie</b> .....	<b>16</b>

## Avant-propos

L'ISO (Organisation internationale de normalisation) est une fédération mondiale d'organismes nationaux de normalisation (comités membres de l'ISO). L'élaboration des Normes internationales est en général confiée aux comités techniques de l'ISO. Chaque comité membre intéressé par une étude a le droit de faire partie du comité technique créé à cet effet. Les organisations internationales, gouvernementales et non gouvernementales, en liaison avec l'ISO participent également aux travaux. L'ISO collabore étroitement avec la Commission électrotechnique internationale (IEC) en ce qui concerne la normalisation électrotechnique.

Les procédures utilisées pour élaborer le présent document et celles destinées à sa mise à jour sont décrites dans les Directives ISO/IEC, Partie 1. Il convient, en particulier de prendre note des différents critères d'approbation requis pour les différents types de documents ISO. Le présent document a été rédigé conformément aux règles de rédaction données dans les Directives ISO/IEC, Partie 2 (voir [www.iso.org/directives](http://www.iso.org/directives)).

L'attention est appelée sur le fait que certains des éléments du présent document peuvent faire l'objet de droits de propriété intellectuelle ou de droits analogues. L'ISO ne saurait être tenue pour responsable de ne pas avoir identifié de tels droits de propriété et averti de leur existence. Les détails concernant les références aux droits de propriété intellectuelle ou autres droits analogues identifiés lors de l'élaboration du document sont indiqués dans l'Introduction et/ou dans la liste des déclarations de brevets reçues par l'ISO (voir [www.iso.org/brevets](http://www.iso.org/brevets)).

Les appellations commerciales éventuellement mentionnées dans le présent document sont données pour information, par souci de commodité à l'intention des utilisateurs et ne sauraient constituer un engagement.

Pour une explication de la nature volontaire des normes, la signification des termes et expressions spécifiques de l'ISO liés à l'évaluation de la conformité, ou pour toute information au sujet de l'adhésion de l'ISO aux principes de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) concernant les obstacles techniques au commerce (OTC), voir le lien suivant: [www.iso.org/iso/fr/avant-propos.html](http://www.iso.org/iso/fr/avant-propos.html).

Le présent document a été élaboré par le comité de projet ISO/PC 273, *Centres de contact avec les clients*.

Une liste de toutes les parties de l'ISO 18295 se trouve sur le site Web de l'ISO.

## Introduction

La réussite durable et le développement permanent de tout organisme reposent sur sa compréhension des niveaux d'attentes et de la perception de ses clients. Les conclusions d'une enquête spécifique menée auprès des consommateurs par le Comité de l'ISO pour la politique en matière de consommation (COPOLCO) a conduit, dans un premier temps, à demander aux comités membres de l'ISO d'évaluer l'intérêt d'une norme sur les centres de contact, et que cette norme soit orientée client.

Les normes de service constituent un élément important de l'excellence de service: elles contribuent à préciser les attentes des donneurs d'ordre et des collaborateurs, elles permettent de gérer les performances et concourent à la satisfaction des donneurs d'ordre et des clients. Le présent document spécifie des exigences et fournit des préconisations intéressant les centres de contact internes et les centres de contact externalisés (prestataires relation client). Il est destiné à être utilisé dans le cadre de toute interaction entre un client et un centre de contact client (CCC).

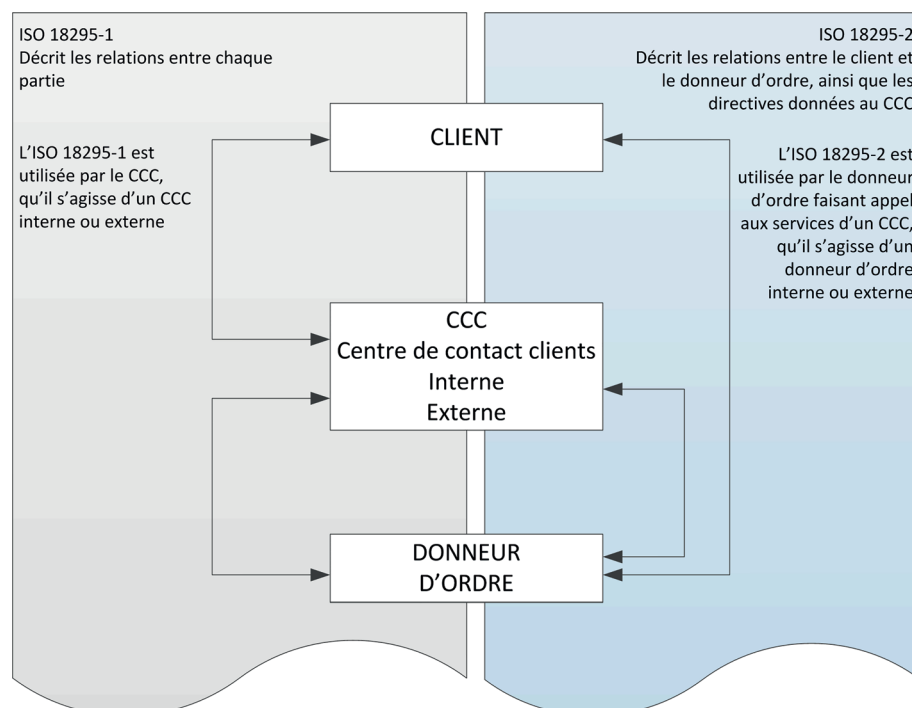
La mise en œuvre du présent document et de l'ISO 18295-2 peut créer de la valeur pour le client, le donneur d'ordre, le collaborateur et le CCC, en améliorant la fiabilité et l'efficacité du service et des relations entre le donneur d'ordre et le CCC, permettant ainsi au CCC de proposer un meilleur niveau d'expérience client pour le compte du donneur d'ordre.

L'ISO 18295 comprend deux parties (voir [Figure 1](#)).

Le présent document spécifie les exigences concernant les centres de contact clients (CCC) internes ou externalisés à un prestataire. Il traite de certains aspects des produits et des services qui demeurent de la responsabilité du donneur d'ordre, plutôt que de celle du CCC.

L'ISO 18295-2 spécifie les exigences concernant le donneur d'ordre qui mandate le CCC (CCC interne et/ou prestataire externe). Le CCC n'est pas responsable de certains aspects des produits et des services qui incombent au donneur d'ordre.

L'ISO 18295-2 a pour objet de garantir que l'adoption et la gestion de dispositions appropriées avec des CCC respectant les exigences du présent document permettront de répondre de manière systématique aux attentes des clients.



**Figure 1 — Relations entre l'ISO 18295-1 et l'ISO 18295-2**

**iTeh STANDARD PREVIEW**  
**(standards.iteh.ai)**

ISO 18295-1:2017

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/d87228c4-fdc4-4e58-85fa-84083536a913/iso-18295-1-2017>

# Centres de contact clients —

## Partie 1:

# Exigences relatives aux centres de contact clients

## 1 Domaine d'application

Le présent document spécifie des exigences de service pour les centres de contact clients (CCC). Il définit un cadre qui a pour objectif d'aider les CCC à délivrer aux donneurs d'ordre et aux clients des services qui, en permanence, répondent à leurs attentes, ou les devancent et même les dépassent.

Le présent document s'applique tant aux CCC internes qu'externalisés (prestataire), de toutes dimensions, dans tous les secteurs et pour tous les canaux d'interaction, y compris entrants et sortants. Il spécifie, quand cela est nécessaire, des indicateurs de performance (IP).

## 2 Références normatives

Le présent document ne contient aucune référence normative.

iTeh STANDARD PREVIEW

## 3 Termes et définitions (standards.iteh.ai)

Pour les besoins du présent document, les termes et définitions suivants s'appliquent.

L'ISO et l'IEC tiennent à jour des bases de données terminologiques destinées à être utilisées en normalisation, consultables aux adresses suivantes:

- ISO Online browsing platform: disponible à l'adresse <http://www.iso.org/obp>
- IEC Electropedia: disponible à l'adresse <http://www.electropedia.org/>

### 3.1

#### conseiller

membre du personnel du CCC qui prend en charge les contacts clients

### 3.2

#### accessibilité

facilité d'utilisation d'un produit, d'un service, d'un environnement ou d'une installation par des personnes ayant le plus grand nombre d'aptitudes possibles

### 3.3

#### campagne

ensemble d'initiatives (interactions et activités) élaborées sur mesure ciblant des prospects ou des clients (ou les deux) afin d'obtenir les résultats souhaités

### 3.4

#### canal

moyen par lequel un client est en mesure d'interagir avec un CCC

EXEMPLE      Messagerie instantanée, courrier électronique, voix.

### 3.5

#### **donneur d'ordre**

organisme qui délègue au CCC les interactions clients pour son compte

Note 1 à l'article: Le donneur d'ordre peut faire partie du même organisme que le CCC ou être un organisme qui externalise tout ou partie de ses activités de CCC.

### 3.6

#### **centre de contact clients**

##### **CCC**

organisme interne ou externalisé qui délivre des services de relation clients pour le compte d'un donneur d'ordre aux clients dudit donneur d'ordre

### 3.7

#### **client**

organisme ou personne qui reçoit un produit ou un service

Note 1 à l'article: Un client peut être un prospect ou un client existant et faire partie ou non de l'organisme, par exemple consommateur, utilisateur final, bénéficiaire ou acheteur.

### 3.8

#### **réclamation**

toute expression de mécontentement adressée à un organisme, concernant ses produits ou services, ou le processus même de traitement des réclamations, duquel une réponse ou une solution est explicitement ou implicitement attendue

[SOURCE: ISO 10002:2014, définition 3.2 modifiée]

**ITeH STANDARD PREVIEW**  
**(standards.iteh.ai)**

Note 1 à l'article: Dans le présent document, les réclamations sont liées aux interactions avec le CCC et/ou au(x) produit(s)/service(s) du donneur d'ordre.

### 3.9

#### **entrant**

<contact avec le CCC> initié par un client

<https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/d87228c4-fdc4-4e58-85fa-84083536a913/iso-18295-1-2017>

### 3.10

#### **sortant**

<contact avec un client> initié par le CCC

## 4 Exigences concernant la relation client

### 4.1 Généralités

Les clients qui interagissent avec un CCC ont des besoins variés. Le CCC doit, pour le compte du donneur d'ordre, proposer aux clients des expériences positives qui répondent à leurs attentes.

Le CCC doit veiller à son accessibilité, sa fiabilité et sa réactivité aux besoins des clients ainsi qu'à la prise en charge cohérente de toutes les interactions avec les clients via ses différents canaux de communication.

### 4.2 Communication d'informations aux clients

Le CCC doit s'assurer que toutes les informations qu'il fournit aux clients sont précises, pertinentes et faciles à comprendre. Dans le cadre de sa communication avec les clients, le CCC doit prendre en compte les besoins des clients en matière de communication (par exemple, la langue dans laquelle ils s'expriment, leur niveau d'instruction et toute déficience éventuelle) et agir en conséquence. Il convient que le CCC tienne compte de l'environnement et du format dans lesquels il délivre les informations.



Lorsque le CCC ne peut pas répondre immédiatement à une requête, il doit communiquer au client des informations appropriées, par exemple:

- a) le délai estimé pour lui fournir une réponse/solution;
- b) le service/le rôle/la fonction qui sera chargé(e) de la réponse/solution;
- c) des mises à jour régulières sur l'état de traitement de la requête;
- d) un calendrier modifié et un plan d'action en cas de retard.

### 4.3 Mesure et contrôle de l'expérience client

Le CCC doit prendre des dispositions pour comprendre l'expérience vécue par les clients dans leurs interactions avec le CCC.

Il convient qu'elles incluent la satisfaction globale des clients et leur satisfaction concernant la prise en charge de l'interaction par le conseiller. Il convient que le CCC veille à comprendre les raisons essentielles expliquant les résultats obtenus.

Le CCC peut utiliser diverses méthodes pour comprendre et contrôler cette expérience, notamment:

- a) l'évaluation qualité du CCC;
- b) le retour d'information du personnel;
- c) la voix des clients;
- d) l'analytique des conversations;
- e) l'analyse des réclamations;
- f) les réactions sur les réseaux sociaux;
- g) les recommandations clients.

Le CCC doit convenir avec le donneur d'ordre de recueillir la voix des clients avant d'entreprendre tout contact client direct.

NOTE Des préconisations concernant la mesure et le contrôle sont données dans l'ISO 10004.

### 4.4 Traitement des réclamations

Le CCC doit établir un processus efficace et efficient de traitement des réclamations concernant le CCC proprement dit et le ou les produits/services du donneur d'ordre.

Le CCC et le donneur d'ordre doivent convenir des conditions dans lesquelles le processus de traitement des réclamations doit être appliqué.

Le CCC doit fournir aux clients des informations claires et facilement accessibles sur la façon de déposer une réclamation et sur le mode de traitement des réclamations.

Le CCC doit accuser réception de toutes les réclamations. Le CCC doit s'assurer que toutes les réclamations, telles que définies par le CCC et le donneur d'ordre, sont:

- a) enregistrées et classées correctement;
- b) étudiées et traitées dans le délai fixé pour leur résolution, qui est communiqué à intervalles réguliers;
- c) transmises au niveau supérieur dans le délai fixé, si nécessaire;

- d) clôturées en ayant dûment fourni aux clients les informations relatives à la résolution de leur réclamation et la conclusion apportée.

Le CCC doit utiliser les informations découlant des réclamations pour améliorer la délivrance du service.

NOTE Des préconisations concernant le traitement des réclamations sont données dans l'ISO 10002.

## **4.5 Protection du client**

Le CCC doit veiller à ce que l'identité du donneur d'ordre soit clairement précisée dans chaque interaction (sauf si l'identité du donneur d'ordre pourrait influencer sur l'objectif de l'interaction, par exemple dans le cadre d'une étude de marché).

Le CCC doit veiller à ce que les conseillers ne partagent des informations confidentielles qu'avec le client concerné.

Le CCC doit informer clairement et de manière proactive les clients sur les coûts supplémentaires susceptibles de s'appliquer du fait de l'interaction avec le CCC. Le CCC ne doit dissimuler aucun coût.

Le CCC doit veiller à interagir avec tous les clients de manière éthique. Il doit fournir des informations claires sur les implications financières, juridiques et contractuelles des décisions prises par les clients concernant les interactions avec le CCC.

Le CCC ne doit pas utiliser de méthodes de vente forcée et ne doit pas abuser les clients. Il ne doit pas présenter des interactions à vocation commerciale/de démarchage comme des études de marché.

Le CCC doit protéger la vie privée des clients ainsi que les informations et les données les concernant.

Pour les interactions sortantes, le CCC doit s'assurer qu'il:

- a) respecte les règles et la législation nationales ou locales en matière de registres de numéros de téléphone à ne pas contacter et de toute demande opt-out (option de retrait);
- b) indique au donneur d'ordre de supprimer les détails concernant le client de la base de données lorsque le client demande à ne plus y figurer;
- c) réduit au minimum le nombre de contacts abandonnés en cas d'utilisation d'un automate de numérotation;
- d) vérifie que le bon client est contacté et lui donne la possibilité de poursuivre ou non l'interaction;
- e) indique l'objet du contact au début de l'interaction;
- f) met fin à un contact non souhaité par le client et ne recontacte plus le client;
- g) réalise les contacts téléphoniques dans les plages horaires communément acceptées dans le pays considéré, à moins que le client n'ait demandé à être contacté à un moment différent (dans les heures de fonctionnement du service convenues).

Il convient de ne pas facturer les temps d'attente au client.

## **5 Leadership à l'écoute du client**

### **5.1 Généralités**

Le leadership du CCC doit endosser la responsabilité générale de la mise en œuvre des exigences du présent document et de la stratégie de l'expérience client du donneur d'ordre. Il doit établir des stratégies orientées client qui produisent des expériences positives pour les clients lors de leurs interactions avec le CCC.

## 5.2 Définition de l'expérience client et mise en œuvre

Le leadership du CCC doit, en concertation avec le donneur d'ordre, déterminer l'expérience souhaitée que le CCC doit faire vivre aux clients. Le leadership du CCC est responsable de la délivrance de l'expérience souhaitée par le biais du CCC.

Le leadership du CCC et le donneur d'ordre doivent convenir des indicateurs de performance appropriés permettant au CCC de contrôler sa performance et de délivrer l'expérience client souhaitée (voir [Annexe A](#)). Le leadership du CCC doit convenir avec le donneur d'ordre de la fréquence des revues de performance.

## 5.3 Satisfaction/engagement des collaborateurs

La satisfaction/l'engagement des collaborateurs a une incidence directe sur la satisfaction client, c'est pourquoi le leadership du CCC doit créer un environnement de travail propice à un haut niveau d'engagement des collaborateurs. Le CCC doit accompagner la montée en compétence de ses collaborateurs et leur fournir les ressources nécessaires pour faire vivre au client l'expérience souhaitée.

Le CCC doit intégrer l'engagement des collaborateurs dans les activités pertinentes du CCC. Il doit régulièrement mesurer le niveau de satisfaction/d'engagement des collaborateurs pour comprendre leurs besoins et agir pour l'améliorer si nécessaire. La mesure doit se concentrer sur:

- a) le niveau de satisfaction/d'engagement global des collaborateurs (voir A.2, indicateur 9);
- b) l'expérience des conseillers dans la prise en charge des interactions avec les clients.

ITeH STANDARD PREVIEW  
(standards.iteh.ai)

## 6 Ressources humaines

ISO 18295-1:2017

### 6.1 Généralités <https://standards.iteh.ai/catalog/standards/sist/d87228c4-fdc4-4e58-85fa-84083536a913/iso-18295-1-2017>

Le CCC doit fournir et affecter le personnel nécessaire, doté des compétences requises, au moment voulu, pour les différents canaux d'interaction afin de satisfaire aux exigences définies avec le donneur d'ordre. Il doit également prévoir un environnement de travail approprié (voir [8.4](#)) permettant de faire vivre au client l'expérience souhaitée.

### 6.2 Fonctions

Le CCC doit préciser les exigences liées à tous les postes. Il doit s'assurer que tous les collaborateurs comprennent les exigences de performance de leur rôle.

Le CCC doit pouvoir s'appuyer sur les fonctions suivantes et doit s'assurer que les personnes qui remplissent ces fonctions possèdent les compétences requises:

- a) leadership;
- b) ressources humaines (recrutement, fidélisation, satisfaction/engagement des collaborateurs, bien-être, etc.);
- c) développement des compétences;
- d) infrastructure support: gestion des informations, des communications, de la technologie, etc.;
- e) assurance qualité;
- f) management des opérations du CCC;
- g) gestion de la relation avec les donneurs d'ordre;