



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

École Nationale Supérieure Agronomique

المدرسة الوطنية العليا للفلاحة

Département : Économie Rurale

القسم : الاقتصاد الريفي

Spécialité : Management des entreprises agroalimentaires

التخصص : تسيير المستثمرات والمقاولات

Mémoire De Fin D'étude

Pour l'obtention du diplôme Master

THEME

**Importance des outils qualité dans la résolution des problèmes :
Cas de la gestion des réclamations clients chez ABC PEPSI.**

Présenté Par : Amel ZAIMEN

Soutenu Publiquement le : 09 /07/2025

Devant le jury composé de :

Présidente : Mme. BRABEZ Fatima

Professeur, ENSA

Promoteur : Mr. KACI Achène

Professeur, ENSA

Examineurs : Mme BENARBIA Chiraz

Maitre de conférences classe B, ENSA

Mr. Ait AMEUR Chérif

Maitre-assistant classe A, ENSA

Invitée : Mme. TOUHAMI Alia

Chef de service QHSE, ABC PEPSI

Promotion : 2020-2025

Table des matières

Remerciements.....	1
Dédicace.....	
Liste des tableaux.....	
Liste des figures	
Liste des abréviations.....	
INTRODUCTION GENERALE	1
Méthodologie de travail.....	2
CHAPITRE I : Cadre conceptuel autour des réclamations clients.....	4
Introduction	5
1. Définition de la gestion des réclamations clients.....	5
1.1 La réclamation.....	5
1.2 Le client.....	6
1.3 La gestion des réclamations	6
2. Les enjeux de la réclamation client.....	6
2.1 Satisfaction.....	6
2.2 Fidélisation.....	7
2.3 Amélioration de la qualité des produits et services.....	7
2.4 Impact financier et réduction des coûts.....	7
2.5 Conformité aux normes et certifications qualité	8
2.6 Réputation et image de marque.....	8
3. Typologie des réclamations clients	8
3.1 Réclamations liées à la qualité du produit	8
3.2 Réclamations liées à la qualité du service.....	9
3.3 Réclamations administratives et commerciales	9
3.4 Réclamations liées à la logistique et à la livraison.....	9
3.5 Réclamations liées aux engagements de l'entreprise	9
4. Les outils de la gestion de la réclamation client	9
4.1 La base de données des réclamations.....	9
4.2 Le tableau de bord des réclamations clients	10
4.2.1 Mesure de l'insatisfaction des clients	11
4.2.2 Évaluation de la performance du processus du traitement des réclamations	12

4.3 La grille de compensation	12
4.3.1 Reprise de la typologie des clients de l'entreprise	13
4.3.2 Classification des différents types de réclamations	13
4.3.3 Réflexion aux modalités de compensation :	13
5. Processus de traitement de la réclamation	13
5.1 Accueil et enregistrement de la réclamation	14
5.2 Accusé de réception et communication avec le client	14
5.3 Analyse et diagnostic du problème	14
5.4 Recherche et mise en œuvre de solutions	14
5.5 Réponse et résolution de la réclamation	15
5.6 Suivi et évaluation de l'efficacité des actions	15
5.7 Archivage et amélioration continue	15
6. Comportements de l'entreprise face aux réclamations	16
Conclusion	18
CHAPITRE II : Outils qualité et leur rôle dans la résolution des problèmes.....	19
Introduction	20
I. Notions de base autour de la qualité	20
1. Définition de la qualité.....	20
2. Historique et évolution de la qualité	22
3. Le contrôle de qualité.....	23
3.1 Le contrôle à posteriori.....	23
3.2 Le contrôle à priori	23
4. L'assurance qualité	24
5. La qualité totale.....	25
6. Enjeux de la qualité.....	25
6.1 Satisfaction et fidélisation des clients	25
6.2 Amélioration continue et innovation.....	25
6.3 Réduction des coûts et optimisation des ressources	25
6.1 Conformité réglementaire et normes internationales	26
6.2 Avantage concurrentiel et différenciation	26
II. Le système de management de la qualité (SMQ).....	26
1. Définition du système	26
2. Définition du management de la qualité	26
3. Définition du système de management de la qualité (SMQ)	27
3.1. Les principes de SMQ	27

3.1.1 Orientation client	27
3.1.2. Leadership.....	27
3.1.3. L'implication du personnel.....	27
3.1.4 L'approche processus	28
3.1.5 L'amélioration continue	28
3.1.6. Prise de décision fondée sur des preuves.....	28
3.1.7. Management des relations avec les parties intéressées.....	28
III. La démarche d'amélioration continue.....	29
1. Qu'est-ce que l'amélioration continue ?	29
1.1 Amélioration des processus.....	29
1.2 Maîtrise des non conformités	30
1.3 Traitement d'une non-conformité	31
1.4 Actions correctives	31
1.5 Actions préventives	31
2. Démarche de résolution d'un problème	32
IV. Les outils qualité.....	33
1. Le diagramme d'ISHIKAWA.....	33
2. Les cinq pourquoi.....	34
3. Le QQQQCP	35
4. Le brainstorming	36
5. Le diagramme de PARETO	37
Conclusion	38
Chapitre III : Présentation de l'entreprise ABC PEPSI	39
Introduction.....	40
I. Bref aperçu sur l'entreprise ABC PEPSI.....	40
1. Présentation et localisation.....	40
2. Historique.....	41
II. Fonctionnement.....	42
1. Organigramme et organisation.....	42
1.1 Organigramme.....	42
1.2 Organisation	44
2. Personnel.....	46
3. Capacité de production.....	46
4. Politique qualité adoptée	46
5. Démarche de traitement des réclamations au sein d'ABC PEPSI	47

6. Domaine d'activités de l'entreprise ABC PEPSI.....	48
7. Gamme de produits	48
Conclusion	50
Chapitre IV : Résultats et discussions.....	51
I. Analyse des résultats.....	52
1. Présentation de résultats.....	52
2. Analyse statistique	54
II. Identification des causes principales des problèmes majeurs	56
1. Application du diagramme d'Ishikawa au problème de bouteilles dégonflées	56
2. Application du diagramme d'Ishikawa au problème des avaries	60
3. Proposition d'améliorations	62
Conclusion	66
CONCLUSION GENERALE	67
References bibliographiques	69
Annexes.....	76

Résumé :

L'amélioration de la qualité au sein des processus industriels représente aujourd'hui un enjeu stratégique pour les entreprises souhaitant renforcer la satisfaction et la fidélisation de leur clientèle. La gestion efficace des réclamations constitue un levier essentiel dans cette dynamique.

Ce travail s'intéresse à l'utilisation des outils qualité pour identifier, analyser et traiter les principales causes d'insatisfaction client. L'application de la loi de Pareto permet de prioriser les problèmes les plus impactants, tandis que le diagramme d'Ishikawa facilite l'exploration des causes profondes. L'intégration de ces deux approches méthodologiques offre une vision structurée et rigoureuse des dysfonctionnements rencontrés. Les résultats obtenus ont permis de détecter les différentes non-conformités et de proposer des actions correctives ciblées, contribuant ainsi à l'amélioration continue des processus internes et à une meilleure prise en charge des attentes des clients.

Mots-clés : Outils qualité, Gestion des réclamations, Loi de Pareto, Diagramme d'Ishikawa, Satisfaction client, Amélioration continue.

ABSTRACT:

Improving quality within industrial processes has become a strategic priority for companies aiming to enhance customer satisfaction and loyalty. Effective management of complaints plays a crucial role in this effort.

This study focuses on the use of quality tools to identify, analyze, and address the main causes of customer dissatisfaction. The application of the Pareto Law enables the prioritization of the most impactful problems, while the Ishikawa diagram supports the exploration of root causes. Combining these two methodological approaches provides a structured and rigorous understanding of operational shortcomings. The results lead to the proposal of targeted corrective actions, contributing to the continuous improvement of internal processes and better meeting customer expectations.

Key Words: Quality tools, Complaint management, Pareto Law, Ishikawa Diagram, Customer satisfaction, Continuous improvement.

ملخص :

تُعد تحسين الجودة داخل العمليات الصناعية هدفاً استراتيجياً للمؤسسات التي تسعى إلى تعزيز رضا العملاء وولائهم. وتمثل الإدارة الفعالة للشكاوى عنصراً محورياً في هذا الإطار.

تركز هذه الدراسة على استخدام أدوات الجودة لتحديد الأسباب الرئيسية لعدم رضا العملاء، وتحليلها، ومعالجتها. يسمح تطبيق قانون باريتو بترتيب المشكلات حسب أولويتها، بينما يساعد مخطط إيشيكوا في استكشاف الأسباب الجذرية. ويساهم الجمع بين هاتين الأدوات في تقديم رؤية منهجية دقيقة للاختلالات التشغيلية. وقد مكنت النتائج من اقتراح إجراءات تصحيحية موجهة، مما يدعم التحسين المستمر للعمليات الداخلية والاستجابة بشكل أفضل لمتطلبات العملاء.

كلمات مفاتيح : أدوات الجودة، إدارة الشكاوى، قانون باريتو، مخطط إيشيكوا، رضا العملاء، التحسين المستمر.