

أرقام هامة

الموقع الإلكتروني www.redal.ma
24 وكالة تجارية

مركزي خدمة الزبون :

ألو ريدال 6 أيام/7

ريدال الإغاثة 7 أيام/24 س/24

3 شبابيك وحيدة للإيصالات الجديدة

4 وكالات متنقلة

10 إلتزامات للخدمة

أجهزة هاتفية داخل الوكالات التجارية

173 نقطة خدمة جوار موزعة على مجموع

الحيز الترابي لريدال

خدمة الشبابيك الأتوماتيكية البنكية

(البنك الشعبي - البنك المغربي للتجارة الخارجية،

الشركة العامة المغربية للأبنك، وقرينا AWB)

خدمة الأداء عبر الأنترنت

(الموقع الإلكتروني لريدال، الشعبي نت،

خدمة الأنترنت للقرض العقاري والسياحي وAWB نت)

خدمة جوار موبيل

(بوكت بنك، القرض العقاري والسياحي موبيل، AWB موبيل،

بريد موبيل، وموبيكاش)

CHIFFRES CLÉS

1 site Internet www.redal.ma

24 agences commerciales

2 Centres Service Client :

"Allo Redal" 6j/7 et "Redal

"Dépannage" 7j /7 24h/24

3 Guichets Uniques pour nouveaux branchements

4 agences mobiles

10 engagements de service

Les bornes téléphoniques

au niveau des agences commerciales

Les bornes de consultation

au niveau des agences commerciales

173 espaces services réparti sur le périmètre

Service GAB

(BCP, BMCE, SGMA, CIH et bientôt AWB)

Service de paiement sur Internet

(Site Redal, Chaabine, CIH en ligne, AWBnet)

Service Jiwari Mobile

(Pocket Bank, CIH Mobile, AWB Mobile, Barid Mobile et Mobicash)

Entreprise certifiée

Qualité

ISO 9001 version 2008

Sécurité

OHSAS 18001, version 2007

Environnement

ISO 14001, version 2004

(La station de prétraitement des eaux usées de Rabat-Témara
et la station d'épuration de Skhirat)



@ www.redal.ma

f facebook.com/RedalOfficiel

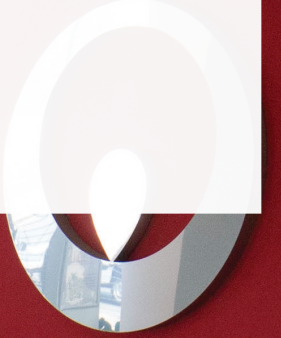
t twitter.com/RedalOfficiel

yt youtube.com/RedalOfficiel



ريدال
Redal

تطوير "خدمات الزبناء"
Innovations "Relations clients"



opéré par  VEOLIA

Innovations "Relations clients" • تطوير "خدمات الزبناء"



La satisfaction Client est, pour Redal et Amendis, une valeur d'entreprise. Ainsi, afin de répondre aux besoins de leurs clients et satisfaire leurs attentes, Redal et Amendis ont développé, durant ces dix dernières années, une stratégie de développement de solutions innovantes et de services, qui place le Client au cœur de leurs préoccupations.

يعتبر إرضاء الزبون قيمة من قيم الشركة، لذلك فلإستجابة لحاجيات زبنائها وإرضاء انتظاراتهم، طورت رياضال خلال السنوات العشرة الماضية، استراتيجية لتطوير حلول مبتكرة وخدمات تضع الزبون في صلب اهتماماتها.

→ Cette stratégie s'articule autour de six principes :

← تتمحور هذه الإستراتيجية حول ستة مبادئ :

S'engager

Par des engagements de service, par la certification et le pilotage de la qualité dans nos installations.

Accueillir et Servir

Par la mise en place de relais relationnels de proximité (création et modernisation d'agences, agences mobiles, centres d'appels, guichets, bornes interactives), de politiques de traitement des réclamations, de canaux de communication avec les associations de consommateurs et associations de quartier.

Mobiliser et Former

Par la mise en place d'un programme de formation pour le personnel en contact avec les clients (chargés de clientèle, responsables d'agence, conducteurs) et le développement d'actions spécifiques pour mobiliser le personnel et renforcer la culture de la relation client pour un service de qualité.

Comprendre et Satisfaire

Par la Réalisation d'études de satisfaction (baromètres de satisfaction), de sondages d'opinion auprès de nos clients, mise en place d'outils d'écoute clients (enquêtes internes...) et d'enquêtes mystères pour mesurer la qualité du service délivrée.

Simplifier et Informer

Par le développement d'initiatives visant à simplifier les procédures d'accès aux services (abonnement, facturation, compréhension des contrats) et d'outils pour favoriser la communication sur le service (panneaux d'information, SMS, lettres d'information, site internet...)

Sensibiliser et éduquer

Par l'organisation d'événements, expositions, concours, la mise en place de partenariats associatifs, la réalisation de campagnes de sensibilisation à une consommation responsable pour susciter la mobilisation des citoyens pour l'environnement et favoriser l'ancrage de l'entreprise dans la communauté.

التعبئة والتكوين

عبر وضع نظام للتكوين خاص بالمستخدمين المتصلين مباشرة مع الزبناء (المكلفون بالزبناء مسؤولو الوكالات، السائقون) وتطوير أنشطة خاصة لتعبئة المستخدمين وتعزيز ثقافة العلاقات مع الزبناء من أجل خدمة جيدة.

التحسيس والتربية

من خلال تنظيم أحداث ومعارض ومسابقات بشراكة مع الجمعيات وتنظيم حملات تحسيسية باستهلاك مسؤول وتشجيع المواطنين على العناية بالبيئة وترسيخ اندماج الشركة في وسط الجماعة.

الإستقبال والخدمة

من خلال وضع إمكانيات التواصل عبر علاقات القرب (خلق وعصرنة الوكالات التجارية والوكالات المتنقلة ومركز خدمة الزبون والشبابيك والأجهزة التفاعلية بالوكالات)، إضافة إلى سياسة معالجة الشكايات وقنوات للتواصل مع جمعيات حماية المستهلكين وجمعيات الأحياء.

التبسيط والإعلام

من خلال تطوير المبادرة الرامية إلى تبسيط إجراءات الولوج إلى الخدمات (الإنخراط، الفوترة، فهم العقود) وغيرها من الأدوات التي تسهل عملية التواصل حول الخدمات (لوحات إعلامية، رسائل نصية قصيرة، موقع إلكتروني...)



الإلتزام

عن طريق التزامات الخدمة وإشهاد ومراقبة جودة منشآتنا

الفهم والإرضاء

عن طريق إجراء دراسات إرضاء الزبناء (مقياس الرضا)، استطلاعات رأي زبنائنا ووضع الوسائل الضرورية لتحقيق الإنصات للزبناء (تحقيقات داخلية...) وتحقيق مفاجأة لقياس جودة الخدمات المقدمة.

