

Perception Client – Enquêtes - Mesures de Satisfaction

PERSONNES CONCERNEES



Direction-Responsables
de Service

PEDAGOGIE



Apports théoriques
Pédagogie active avec travaux
en sous-groupes

DOCUMENTATION



Synthèse du diaporama
présenté

DUREE

2 jours



OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- ☉ Mettre l'entreprise en écoute active de ses clients,
- ☉ Appréhender les réactions des clients face à la qualité,
- ☉ Identifier les outils de mesure du service,
- ☉ Concevoir des questionnaires d'enquêtes.

CONTENU DE LA FORMATION

- ☉ **Le recueil des données « relatives aux clients »**
 - L'exploitation des réclamations clients
 - L'exploitation des rapports de visites
 - Les notions de marketing et d'enquêtes (enquêtes face à face, courrier, téléphoniques, tables rondes, ...)
- ☉ **Cycle de la satisfaction client : de la satisfaction à la fidélisation**
 - La satisfaction selon les normes ISO – L'orientation client (Leadership, politique qualité, exigences, identification des besoins, objectifs qualité, les processus client, ...)
 - Les composantes de la satisfaction
 - Le processus de fidélisation client
- ☉ **Les différentes méthodologies d'écoute client**
 - Enquête de perception qualité par la méthode CEM (les 5 étapes de la méthode)
 - Le guide d'entretien pour l'enquête qualitative
 - Le questionnaire d'enquête pour l'enquête quantitative
- ☉ **Indicateurs & Tableau de Bord**
 - Exemples
 - Construction d'un indicateur de mesure de satisfaction
- ☉ **Etapes de la mise en œuvre d'une enquête de satisfaction**
- ☉ **Exploitation des résultats et plan d'action**