

# 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**