

### Introduction

Encore méconnu des PME, l'utilisation de questionnaires fait pourtant partie des outils nécessaires et indispensables à l'analyse et à la compréhension d'une situation. Elle permet d'aller plus loin dans la compréhension que les traditionnels constats d'usage en fournissant des indicateurs qui permettront d'expliquer, confirmer ou infirmer une tendance.

Véritable système d'écoute, à la fois des clients, mais aussi des salariés, elle est utile pour remonter " la bonne information ", celle qui nous échappait et que, malgré tous les moyens mis en place, nous n'avions détecté.

En faire régulièrement, c'est aussi disposer de points de repères qui permettront d'être réactif face aux variations

Elle vous sera utile notamment pour répondre à des questions dans les domaines suivants :

### Champs d'application possibles

#### **Stratégie**

La mise en place d'indicateurs va permettre de confirmer ou renforcer la stratégie adoptée. Bien conçue, l'enquête est un outil de veille et d'alertes évitant à l'entreprise de s'endormir.

#### **Organisation**

Parce qu'il y a autant de priorités vis-à-vis des clients que des collaborateurs dans l'entreprise, l'enquête est un outil d'écoute active permettant de remonter l'information au bon moment. Interviewer pour mieux gérer.

#### **Management**

Parce qu'un collaborateur ne vous dit pas tout. L'enquête de par son anonymat permet d'avoir un baromètre du moral de ses troupes.

### **Le saviez-vous ?**

- 70% environ des clients insatisfaits ne le disent pas.
- Un client insatisfait en parle à 10 personnes, un client très satisfait à 5 personnes.
- 20 à 25% des clients insatisfaits sont fidèles car "prisonniers" de leur fournisseur.
- Seuls les clients très satisfaits sont fidèles.
- En période de faible croissance, le coût d'acquisition d'un nouveau client peut être très élevé.

#### **Marketing**

Parce que les comportements des consommateurs, utilisateurs évoluent, l'enquête est un outil d'observation qui permet de rester en adéquation avec le marché.

#### **Communication**

La communication tel que je la conçois et souhaite la transmettre est-elle bien celle que perçoivent mes clients et mes employés. L'enquête est un outil permettant de mesurer d'éventuelles différences de perception.

#### **Système de pilotage**

Est-ce que j'utilise les bons outils ? Comment mon personnel perçoit le changement ? Sinon, comment dois-je m'y prendre ? Une enquête bien menée permet d'y répondre.

### Méthodologie des études

Les principes de réalisation d'une « bonne » étude sont simples et se résument en 8 points :

1. Identifier la problématique
2. Poser les bonnes questions pour trouver l'information
3. Disposer d'un bon échantillon, représentatif de la diversité des sondés.
4. Utiliser un outil de recueil des opinions adapté
5. Recourir à une société externe garantissant la qualité de la démarche méthodologique et la neutralité des réponses obtenues (on ne peut être juge et partie)
6. Faire une bonne exploitation statistique permettant d'aller au delà des évidences et d'isoler les critères révélateurs apportant la réponse à la question posée
7. Établir une communication transparente autour des résultats de façon à créer un déclic mobilisateur
8. Construire des plans d'actions en interne autour d'une dynamique active et participative.

Ceux qui ont mis en place ce type de mesure depuis plusieurs années - et qui ont réellement exploités les résultats - ont vu leur entreprise progresser tant au niveau de la conquête client que de la qualité des relations entre collaborateurs.

### Exemple d'étude

Une enquête de Satisfaction clients : pour quoi faire ?...

1. Parce que ça ne sert à rien de recruter de nouveaux clients si c'est pour les laisser partir à la première commande !
2. Parce que le seul qui peut nous dire si nous faisons bien notre travail, c'est le client !
4. Parce que les entreprises les plus dynamiques ont tiré les exigences de tous les clients vers le haut
5. Parce que satisfaire est la première marche vers la fidélité

Les études de satisfaction visent donc deux grands objectifs :

1. Chercher à s'améliorer en permanence en tenant compte des besoins et des opinions de ses clients (ne pas se contenter d'être bon - vouloir être « meilleur » en permanence),
2. Mobiliser l'interne autour de chiffres fiables, neutres qui légitiment les décisions prises.

La recherche de l'amélioration permanente est un des objectifs des entreprises souhaitant maintenir leur leadership. La recherche de la mobilisation de tous est un des facteurs de la réussite des plans d'actions.

Dans les sociétés de service, c'est l'interaction entre les clients et les équipes qui crée la valeur perçue. Une bonne qualité de service et un haut niveau de satisfaction sont seuls capables de rendre fidèle les clients volages.

La mesure de la satisfaction n'est pas une dépense inutile, c'est un investissement sur la valeur la plus précieuse de l'entreprise : le client.

### **Le saviez-vous ?**

Les 5 principaux facteurs d'influence de la satisfaction globale des employés en milieu de travail sont :

1. La qualité des dirigeants
2. L'éthique de travail
3. La possibilité d'épanouissement personnel
4. La communication entre la direction et les employés
5. Le rapport entre la direction et les employés

## Voir, connaître, anticiper, décider...

Les données internes ou externes de l'entreprise, correctement exploitées et analysées, viennent nourrir la réflexion stratégique.

De part les informations qu'elles contiennent, elles fournissent des indicateurs utiles sur tout un ensemble de paramètres influençant le fonctionnement de l'entreprise.

## L'analyse statistique permet :

de mieux voir, de mieux comprendre, donc de mieux décider. Elle permet de passer d'un pilotage à vue à un pilotage éclairé.

## Applications au marketing :

L'objectif est de mieux connaître ses clients, d'anticiper leurs attentes ou leurs comportements de consommation afin de transformer cette information en opportunité.

## Applications à la satisfaction client :

L'objectif est de permettre à l'entreprise de développer la valeur de son offre par la prise en compte de l'expression des clients.

## Application Base de donnée :

L'analyse facilite l'identification et la localisation des clients à plus forte valeur, elle améliore le rendement des opérations en vous aidant à choisir le canal adapté à chaque client.

### Les 4 étapes :

- 1) Définir le périmètre de l'étude
- 2) Collecter les données
- 3) Recueillir et analyser les données, réaliser les tableaux et graphiques illustrant les résultats.
- 4) Remise d'un document de synthèse avec recommandations.

### Contacts

Nathalie Brenac : 06 65 03 83 51

[nbrenac@bmc-stat.com](mailto:nbrenac@bmc-stat.com)

Marion Kissous: 06 69 18 12 70

[mkissous@bmc-stat.com](mailto:mkissous@bmc-stat.com)