Contact Qualisium : Sylvain BENHAIM – 1 place Valois –
94220 Charenton-le-Pont – sylvain@qualisium.fr

Ref : QUALI A8

MESURER LA SATISFACTION CLIENTS

Public
Responsables qualité, responsables services clients, responsables études, responsables marketing ou commercial

Participants
Jusqu'à 8 personnes

Intra
Dans vos locaux, selon vos disponibilités

Prérequis
Cette formation ne nécessite pas de posséder de prérequis en amont, aucune connaissance particulière.

Durée
2Jours (14 heures)

Inter
Nous consulter

Tarif
1980 € HT

Objectifs
Intégrer la satisfaction client au cœur de l'entreprise
Définir les éléments et critères de mesure Analyser et exploiter les résultats
Présenter les résultats et mettre en place les plans d'actions

Programme

. Comprendre la notion de satisfaction client
Définitions : satisfaction client, fidélité... - Les principes de fonctionnement du cycle de vie d'un client : qualité, satisfaction et fidélisation. - Quels enjeux pour l'entreprise, les salariés ? - Les prérequis, les modes d'animation et de communication, les facteurs clés de succès de la mise de ce type d'outils. - L'identification, l'analyse et l'importance des facteurs de satisfaction et d'insatisfaction. - L'introduction de la notion d'attachement et les déterminants de la fidélité.
Exercice : Construire une carte mentale de la satisfaction client.

. Mesurer la satisfaction
Quand mesurer : timing, fréquence, saisonnalité... - Qui interroger : cibles, interlocuteurs (BtoB, BtoC...). - Quel mode de recueil des informations privilégier : face-à-face, téléphone, postal, Internet... - Choisir l'échantillon et s'assurer de sa représentativité. - Structurer son questionnaire : choix des échelles de mesure, de l'ordre et de la formulation des questions...
Exercice : Rédaction d'un questionnaire de mesure de satisfaction client.

. Mettre en œuvre des enquêtes - Tester et optimiser son questionnaire. - Briefer les enquêteurs : les consignes à respecter, les erreurs à éviter... - Suivre l'avancement de l'enquête : le suivi terrain.
Mise en situation : Transmettre des consignes à des enquêteurs.
Débriefing en groupe.

. Exploiter les résultats de l'étude - Savoir traiter les questions ouvertes : plan de codes, codification, analyses sémantiques... - Choisir les traitements quantitatifs à appliquer aux données. - Choisir les indicateurs synthétiques à construire. - Choisir l'angle d'analyse : global, par cible clients, par marché, par service, en intégrant des données financières... - Présenter les résultats : choix graphiques, mappings... - Définir les points critiques sur lesquels agir, déterminer les axes d'amélioration. - Mettre en œuvre des actions correctives : choix des outils et plans d'actions.
Exercice : Analyse et exploitation des questionnaires.

Méthodes pédagogiques
Formation participative, apports théoriques, échanges, Partage d'expériences, exercices d'application avec vidéos, mises en situation adaptés à l'activité des participants.

Matériel pédagogique
Vidéoprojecteur, livres, vidéos, photos.

Intervenant
Formateur expérimenté et spécialiste : management, communication, coaching, développement personnel

Travaux pratiques
Outils de diagnostic, Jeux de rôle basés sur des cas professionnels, tests, quiz, mises en situation pratiques et débriefing en groupe.

Evaluation et validation
L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices à réaliser.
Délivrance d'un certificat de réalisation

Modalités d'accès
Positionnement par une entreprise, par un gérant d'entreprise ou en direct si salarié(e) du particulier employeur.

Délais d'accès :
Au plus tard 7 jours avant la date de début de la formation.

Support pédagogique :
Remis aux stagiaires à l'issue de la formation : support de cours.

Accessibilité handicap : toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.