

MESURER LA SATISFACTION DE VOS CLIENTS

3 jours
21 heures



Objectif

Ce cours a pour objectif de

- comprendre les besoins de leurs clients,
- construire une enquête de satisfaction,
- mesurer leur niveau de satisfaction,
- découvrir les outils d'exploitation des résultats

Public et prérequis

Ce cours s'adresse aux Directeurs Qualité, responsables Qualité. Responsables commerciaux, marketing. Chefs de marchés, chefs de produits.

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion et de confrontation d'expériences.

Des exercices pratiques accompagnent les apports théoriques et permettent un entraînement concret

Rôle Formateur

Le formateur est attentif à ce que chaque participant s'approprie méthodes et outils. Il pratique un accompagnement comportemental personnalisé à chaque apprenant par des méthodes d'écoute et de questionnement

Programme

1. Identifier les attentes de ses clients : étude qualitative des besoins

- L'évolution des concepts : la part croissante de l'écoute client dans les démarches Qualité.
- Construction du diagramme en arbre des attentes.
- Qualification des attentes par le questionnaire de Kano : les attentes obligatoires, proportionnelles et attractives.
- La constitution d'une équipe projet.
- Les Interviews Client :
- Choix Des Clients A Interviewer ;
- Préparer Ses Interviews (Guide D'entretien) ;
- Les Techniques D'entretien, La Prise De Notes.
- L'analyse Des Interviews :
- Tri De L'information, Sélection Des Idées Fortes ;
- Traduction de la voix du client en attente ;

**MESURER LA SATISFACTION DE VOS
CLIENTS**

3 jours
21 heures





2. Mesurer la performance Qualité perçue par les clients : l'enquête quantitative de la satisfaction

- Le choix de la cible.
- La conception d'un questionnaire de satisfaction :
 - Principes pour améliorer le taux de retour ;
 - Règles de construction.
- La réalisation de l'enquête : les options possibles et les conditions de réussite associées.
- Comparer l'entreprise à la concurrence : la carte face à face.

3. Exploiter les résultats : définir une stratégie gagnante

- L'analyse des résultats : calcul de l'indice Qualité, construction de la grille de performance.
- Savoir évaluer la précision statistique des résultats.
- Définition d'une stratégie : la communication associée