

## Contexte

Point d'orgue de l'évaluation de la satisfaction client, l'enquête est un moment fort dans la démarche. En effet, elle permet de faire le lien entre la qualité voulue par le fournisseur (prenant en compte les attentes du marché) et la qualité perçue par le client.

**Durée** : 3 jours

**Prix inter** : 1 735€ HT/personne

**Prix intra** : Nous consulter

## Objectifs

- Mettre en place la mesure de la satisfaction client pour déboucher sur une démarche de progrès
- Evaluer les critères d'achat par le client
- Evaluer les besoins latents, implicites
- Connaître les techniques d'enquête, savoir interpréter les résultats et mettre en place un plan d'actions qualité dans l'entreprise

## Public

Directeur Qualité, Responsable Qualité, Responsable commercial, chef de produits,

## Pré-requis

Aucun pré-requis n'est nécessaire pour participer à cette formation.

## Programme

### Les enjeux de la qualité dans l'entreprise

- Les exigences clients
- Sensibilisation à la qualité
- L'écoute client

### Le comportement de l'enquêteur

- Comment communiquer ?
- Importance de la reconnaissance de l'autre
- Les bases de la communication efficace
- L'écoute active
- Le savoir-faire en situation spécifique
- Comment traiter les désaccords et controverses

### Exemples de comportements et de mise en situation

#### Les interviews clients

- Le choix des interlocuteurs
- La préparation de l'entretien

### Le questionnaire

- Objectifs recherchés
- Types de questionnaire, selon finalité de l'enquête
- Points principaux sur lesquels portent les questions
- Les différents types de question
- Principes de rédaction du questionnaire
- Tests des questionnaires

### L'analyse des entretiens

- Comment rester fidèle à la perception du client
- Comment exploiter la masse d'informations recueillies
- Comment dégager l'essentiel de l'enquête

### Le plan d'actions de progrès

- L'exploitation des résultats
- La détection des actions prioritaires
- La communication des résultats (en interne, vers les clients)
- La mise en place du plan d'actions
- La nouvelle mesure de la satisfaction client