

Le taux de satisfaction client n'est pas mesuré ni analysé de manière régulière et formalisée.

Une analyse de la satisfaction client est menée et donne lieu à un plan d'action et des objectifs d'amélioration.

Mise en place des actions d'amélioration de la satisfaction client.

Le taux de satisfaction client est en hausse et le plan d'action est régulièrement mis à jour.



### Explication et contexte

La satisfaction client est essentielle pour la pérennité du point de vente. En effet, il est plus aisé et moins coûteux de fidéliser des clients satisfaits que d'en démarcher de nouveaux.

**De ce fait, mesurer la satisfaction client permet de proposer et d'ajuster vos produits ou vos services pour répondre aux demandes actuelles mais également à celles de demain en vous démarquant de la concurrence.** Il existe plusieurs manières de la mesurer client (quantitativement et qualitativement), notamment par la mise en place d'enquêtes ou de questionnaires client, par des sondages en ligne, en répondant aux demandes en ligne, en faisant appel à des clients mystères, en organisant des appels téléphoniques, en prenant le temps d'échanger avec vos clients régulièrement pour écouter leurs attentes et leurs demandes...

**En inscrivant la satisfaction client comme enjeu stratégique de votre entreprise, cela donnera plus de force et de poids pour l'imposer comme leitmotiv à l'ensemble de vos collaborateurs.** En faisant de cette satisfaction le point essentiel de la relation client, il deviendra un marqueur différenciant du point de vente.

### Point réglementaire

Si vous mesurez la satisfaction client de votre point de vente par le biais d'un sondage ou questionnaire de satisfaction, vous pouvez récupérer des données personnelles.

Si c'est le cas, vous devez vous soumettre à la réglementation de la gestion des données personnelles (25 mai 2018). **“ Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)** entré en application le 25 mai 2018 encadre de façon stricte les traitements de données à caractère personnel sur l'ensemble du territoire de l'Union Européenne”.



### Que dois-je faire pour atteindre le niveau 1 ?

*Le taux de satisfaction client n'est pas mesuré ni analysé de manière régulière et formalisée.*

Il est parfois difficile de s'améliorer quand on ne sait pas concrètement ce qui ne va pas ou ce qui ne plaît pas à nos clients. Par conséquent, mettre en place des actions qui ne sont fondées que sur l'intuition sont souvent une perte de temps et peuvent être parfois contre productives. Avant de vous lancer dans des mesures, prenez le temps de la réflexion sur quels sont vos besoins ? Que souhaitez-vous mesurer ? Quels sont les outils qui vont répondre au mieux à vos interrogations et à ce que vous souhaitez mesurer ? Une fois ce travail effectué vous serez en capacité de mesurer, par le biais d'indicateurs pertinents qui répondent à vos besoins identifiés.

### Que dois-je faire pour atteindre le niveau 2 ?

*Une analyse de la satisfaction client est menée et donne lieu à un plan d'action et des objectifs d'amélioration.*

Afin de vous améliorer ou de performer dans la satisfaction client, vous avez mis en place des questionnaires quantitatifs et qualitatifs (sur votre site internet, sur les réseaux sociaux, ...) pour comprendre et ajuster vos produits et services à vos clients.

Vous analysez les réponses et proposez de mettre en place des actions pour améliorer les produits et les services.

**Pour mesurer la satisfaction client vous pouvez utiliser les indicateurs connus comme :**

- Le NPS (Net Promoter Score) qui permet de mesurer les clients satisfaits et insatisfaits par la mise en place d'une échelle de 0 (pas content) à 9 (très content).

- Le Csat (Customer Satisfaction) qui traduit cette fois la satisfaction globale, généralement par des questions comme « êtes-vous satisfait de X ? ». Les réponses proposées aux clients sont : très satisfait, plutôt satisfait, pas tellement et pas du tout.
- Le CES (Customer Effort Score) qui permet d'analyser et de déterminer le niveau de satisfaction du client ainsi que la fluidité de l'expérience proposée par votre point de vente... Par exemple, le passage en caisse s'est bien passé ? Oui - Non.
- Le CXi (Customer experience Index) qui pose 3 questions pour mesurer la facilité d'accès du produit et la réponse aux attentes de ce dernier (produit facile à acheter, plaisir à acheter ce produit et répond-il à vos attentes, envies ?).

**Exemple de questions à poser dans un questionnaire de satisfaction client (liste non-exhaustive) :**

1. À quelle fréquence utilisez-vous notre produit / service ?
2. Êtes-vous satisfait du produit / service ?
3. Sur une échelle de 1 à 10, de 1 - fortement insatisfait à 10 - extrêmement satisfait, comment évaluez-vous le produit ?
4. Sur une échelle de 0 à 10, de 0 - extrêmement improbable à 10 - extrêmement probable, nous recommanderiez-vous à vos amis ou à votre famille ?
5. Que pourrions-nous modifier pour améliorer votre expérience client dans notre point de vente ?
6. Quelle(s) fonctionnalité(s) pourrions-nous ajouter pour améliorer votre expérience client ?
7. Comment nous avez-vous connu ?
8. À combien évaluez-vous l'effort que vous avez dû fournir pour trouver le produit que vous recherchez dans notre point de vente / site internet ?



### Que dois-je faire pour atteindre le niveau 3 ?

*Mise en place des actions d'amélioration de la satisfaction client.*

- Prendre en compte les remarques de vos clients pour améliorer votre point de vente et augmenter la satisfaction des clients.
- Analyser les réponses et mettre en place des actions relatives aux points identifiés comme néfastes. Par exemple, des actions en faveur de la fluidité du passage en caisse, déplacer ou améliorer la mise en rayon des produits pour faciliter leur accessibilité, afficher les politiques de retours des produits si ces derniers venaient à ne pas satisfaire le client, ...
- Partager Les résultats des analyses de la satisfaction client à l'ensemble des collaborateurs sous forme de support de communication pour inciter chacun à s'améliorer au quotidien.

### Les ressources

<https://www.bonnespratiques.amarc.asso.fr/les-bonnes-pratiques/>

<https://commercantdumonde.com/2018/08/06/prendre-en-compte-une-reclamation-des-clients/>

<https://www.management-commercial.fr/2019/02/18/reclamation-clients/>

<https://www.userlike.com/fr/blog/mesurer-la-satisfaction-client>

<https://www.management-commercial.fr/2019/02/18/reclamation-clients/>

### Que dois-je faire pour atteindre le niveau 4 ?

*Le taux de satisfaction client est en hausse et le plan d'action est régulièrement mis à jour.*

Pour poursuivre dans la dynamique engagée et l'augmentation du taux de satisfaction client, vous devez régulièrement revoir et ajuster votre plan d'actions afin de continuer de performer.

Vous pouvez organiser des réunions avec l'ensemble de vos collaborateurs pour trouver les meilleures réponses. En étant en contact direct avec vos clients, ils ont des retours précieux à vous faire et des solutions à proposer.

Pensez également à informer vos clients qui prennent le temps de répondre à vos questionnaires/ sondages et de leur expliquer que leurs réponses permettront d'ajuster la politique de votre entreprise, de répondre à leurs besoins comme la mise en place de nouveaux produits ... Ce retour permettra à vos clients de se sentir utiles et écoutés mais surtout ils auront l'envie de continuer à répondre à vos sondages.

**ERAM****Comment Eram prend en compte les avis de ses clients ?**

Grâce à Critizr, Eram collecte les avis clients en envoyant un e-mail après qu'ils aient réalisé leur achat en ligne ou dans l'un des 179 magasins connectés. Les avis clients sont captés via 3 parcours d'e-mail post achat : en boutique, en ligne avec retrait en magasin et en ligne avec livraison.

**La data collectée permet à l'enseigne d'analyser les données afin de prioriser les actions à mettre en place. La synthèse des résultats est partagée chaque lundi en CODIR.**

Pour les aider à améliorer leur magasin, les Directeurs peuvent avoir un aperçu de la satisfaction client en temps réel via le back office Critizr.

Les chantiers initiés sur la base des avis clients sont présentés lors du bilan semestriel de l'entreprise.

“L'écoute client ne doit pas uniquement être l'affaire du service client ou du service études. Les clients sont souvent donneurs d'idées et celles-ci peuvent nourrir ou conforter nos réflexions autour de nos axes d'amélioration.

Grâce à l'animation faite en interne via Critizr, toutes les équipes ont compris l'importance d'écouter les clients et sont fédérées autour de ce projet.” expliquait Tiphaine Chateigner, ex-Responsable expérience client chez Eram.

1. Enquête de satisfaction
2. Plan-actions-expérience-client
3. Communication client 1
4. Communication client 2
5. Tableau de suivi satisfaction client