



METTRE EN PLACE DES ENQUÊTES DE SATISFACTION CLIENT

Cibler et Définir : La Clé d'une Enquête Pertinente

- Définir la clientèle à sonder (ex: nouveaux clients, clients fidèles).
- Définir le but de l'enquête (évaluer un produit, un service, la vente...).

Questions Fermées, Alternatives, Ouvertes : Quel Format Choisir ?

Les Questions Fermées

- Réponse oui/non.
- Faciles à analyser (traitement automatisé).

Les Questions Alternatives

- Plusieurs choix de réponses prédéfinies.
- Exemple :** Tableau de satisfaction (Très satisfait, Satisfait...).
- Questions avec échelle de notation (Donnez une note de 1 à 10).

Les Questions Ouvertes

- Permettent à l'interviewé de répondre librement.
- Plus riches mais analyse plus complexe.

Conseils pour la Formulation	Explication Concise
Positionner la question en entonnoir	Du général au spécifique pour ne pas décourager.
Prévoir un seul champ de saisie libre	Limiter l'effort du client. Plusieurs champs = abandon.
Prévoir la place pour la réclamation	Laisser un espace pour l'expression.
Prévoir une question orientée avis	Solliciter le vécu du client ("Racontez votre expérience...").
Mettre la réponse en option	Le client doit pouvoir répondre même s'il n'a pas l'info. Éviter le "ne sait pas" qui biaise l'analyse.

Canal	Conseils
Téléphone 📞	Évaluation de la relation, contact direct, réponse immédiate.
SMS (💬)	Utilisé pour les enquêtes plus longues, peut être couplé à un appel.
E-mail (✉️)	Utilisé pour les enquêtes plus longues, permet un recueil d'informations détaillé.
Courrier papier (✉️)	Moins performant (coût, délai), à utiliser avec parcimonie pour des raisons spécifiques (clientèle âgée).