

1. Trois éléments à mesurer :

- **Ponctualité de la livraison** (ex. : respect du délai annoncé)
- **Qualité du repas livré** (fraîcheur, présentation, température)
- **Service client** (amabilité, efficacité en cas de problème)

2. Exemples d'enquêtes :

- **Enquête à chaud** : SMS automatique envoyé 15 minutes après la livraison demandant : « Votre repas est-il arrivé à l'heure et en bon état ? Notez de 1 à 5. »
- **Enquête à froid** : Email envoyé un mois après la dernière commande demandant : « Dans quelle mesure recommanderiez-vous notre service à un ami ? » (type NPS)

3. Outils / canaux de communication :

- **Enquête à chaud : SMS** → rapide, direct, adapté à une réaction immédiate.
- **Enquête à froid : Email** → permet de poser plus de questions et obtenir une vision plus globale.

4. Actions en cas de retards fréquents :

- Analyser les données pour repérer les zones ou horaires critiques.
- Renforcer la **logistique** (plus de livreurs sur les heures de pointe).
- Améliorer le **système de suivi en temps réel** pour les clients.
- Offrir des **compensations** automatiques en cas de retard (ex. : bon de réduction).

5. Pourquoi combiner plusieurs outils :

Utiliser plusieurs canaux et types d'enquêtes (SMS, email, chat, réseaux sociaux...) permet de :

- **Couvrir différents moments du parcours client** (immédiat et à long terme)
- **Toucher tous les profils d'utilisateurs** (certains lisent plus leurs SMS, d'autres leurs mails)
- **Croiser les données** pour obtenir une **vision complète et fiable** de la satisfaction