

# Note Méthodologique : Indicateurs de satisfaction client

Synthèse structurée de la démarche et des étapes de réalisation de la mission.

---

## Contexte & finalité de la méthodologie

---

Les indicateurs transforment la voix du client en signaux mesurables pour piloter risques et performance.

- Intégration au PDCA avec gouvernance claire et seuils d'alerte partagés.
- Complètent l'écoute terrain et les audits, sans s'y substituer.
- Chaîne de valeur complète : collecte fiable → verbatims → plans d'actions → mesure des effets.
- Mesures complémentaires : transactionnelle, relationnelle et d'effort.
- Alignement interne pour une lecture homogène et des décisions cohérentes.

**Point clé :** Stabilité des définitions sur 12 mois et revue dédiée tous les 90 jours pour garantir comparabilité et pilotage discipliné.

---

## Objectifs de la mission

---

- Détecter les priorités d'amélioration avec un seuil d'alerte (variation  $\geq 3$  points/trimestre).
  - Traiter les verbatims en moins de 10 jours pour consolider la confiance.
  - Aligner les équipes via un tableau de bord unique et des définitions gelées sur 12 mois.
  - Relier chaque indicateur à un processus et à un responsable identifié.
  - Assurer la fiabilité statistique (taux de réponse post-interaction  $\geq 20$  %).
- 

## Périmètre / livrables attendus

---

- Cartographie des parcours et points de mesure; déclencheurs d'enquêtes (post-interaction, relationnel).
  - Gouvernance formalisée (comité mensuel, revue à 90 jours) et rôles "qui fait quoi".
  - Questionnaires standardisés (3–5 questions, échelles unifiées) et règles de commentaires pour notes faibles.
  - Plan d'échantillonnage et fenêtres de collecte; quotas par segment; journal de données pour la traçabilité.
  - Tableaux de bord structurés, segmentation, seuils/alertes (ex. variation  $\pm 3$  points; CES  $> 2,5/5$ ).
  - Plans d'actions datés avec responsables et suivi d'impact (ex. 80 % d'actions clôturées à 60 jours).
- 

## Démarche méthodologique (étapes)

---

### Étape 1 – Cadrage, gouvernance et périmètre

- Diagnostic initial (cartographie des points de mesure, fiabilité des données).
- Formalisation des instances (comité mensuel, revue à 90 jours) et des rôles.
- Fixation des objectifs (ex. NPS cible, délai de traitement des verbatims) et alignement opérations/qualité/SI.
- Choix des canaux de collecte; périmètre réaliste pour une montée en cadence.

## Étape 2 – Cartographie des parcours et points de mesure

- Ateliers de parcours (front, back-office, partenaires); priorisation des moments de vérité.
- Définition des déclencheurs (post-interaction, relationnel périodique); envoi visé < 24 h.
- Lien indicateur → processus → propriétaire; documentation des exclusions (ex. clients en litige).

## Étape 3 – Design des questionnaires et canaux

- Questionnaires courts (3–5 items), échelles stabilisées (0–10; 1–5), commentaires obligatoires si note faible.
- Choix des canaux (courriel, SMS, in-app), paramétrage de l’anonymat et tests A/B.
- Balisage des verbatims (thèmes, causes, processus) pour l’analyse.

## Étape 4 – Échantillonnage, collecte et qualité des données

- Taille d’échantillon cible (ex. 384 réponses pour  $\pm 5\%$  à 95 %), fenêtres de collecte et quotas par segment.
- Automatisation des envois; contrôle des doublons; filtrage des réponses suspectes.
- Journal de données pour tracer toute correction/neutralisation de saisonnalités.

## Étape 5 – Analyse, segmentation et interprétation

- Structuration des tableaux de bord; modélisation notes/causes/impacts; seuils d’alerte (ex. CES > 2,5/5).
- Segmentation (produit, canal, site, équipe); codification des verbatims; tendances (médiane, variance).
- Prudence sur petites tailles d’échantillon; tolérance  $\pm 3$  points pour éviter la sur-réaction.

## Étape 6 – Boucle d’amélioration et pilotage

- Boucle de correction formalisée (qui fait quoi, quand, preuves); jalons mensuels et à 90 jours.
- Plans d’actions datés, responsables nommés; mesure d’impact (ex. 80 % d’actions clôturées à 60 jours).
- Communication aux clients concernés; expérimentation par pilotes de 4–6 semaines.

## Planning / durée / jalons

Jalon / activité	Délai / fréquence	Repère clé
Envoi post-interaction	24–72 h	Mémoire fraîche; évite biais “à chaud” non clôturé
Traitement des verbatims	Sous 10 jours	Preuve de réactivité et consolidation de confiance
Consolidation / analyse opérationnelle	Hebdomadaire	Détection de tendances et alertes
Comité de pilotage	Mensuel	Arbitrages et suivi des actions
Revue de direction (PDCA)	Tous les 90 jours	Décisions structurantes; traçabilité des choix

---

## Rôles & responsabilités

---

### Client (organisation)

- Aligner opérations, qualité et informatique sur objectifs et définitions.
- Nommer des propriétaires de processus pour chaque indicateur.
- Appliquer les règles de collecte (envoi < 24–72 h) et traiter les verbatims < 10 jours.
- Exécuter et tracer les plans d'actions; communiquer aux clients concernés.
- Maintenir la stabilité des questionnaires/définitions sur 12 mois.

### Consultant

- Conduire le diagnostic initial (cartographie, fiabilité des données).
- Formaliser la gouvernance et les rôles; cadrer comités mensuels et revues à 90 jours.
- Animer les ateliers de parcours; définir déclencheurs et canaux de collecte.
- Concevoir questionnaires, échantillonnage et protocole qualité; structurer tableaux de bord et seuils.
- Formaliser la boucle d'amélioration; outiller le suivi et la restitution; former à l'interprétation.

---

## Prérequis & données nécessaires (inputs)

---

- Définitions partagées NPS, CSAT, CES et échelles unifiées.
- Périmètre, moments de vérité et liens indicateur → processus → propriétaire.
- Canaux de collecte (courriel, SMS, in-app) et règles d'envoi (< 24–72 h).
- Cibles/seuils validés: CSAT  $\geq 85$  %, CES  $\leq 2,0/5$ , variation significative  $\pm 3$  points.
- Exigences d'échantillonnage: taux de réponse  $\geq 20$  %, 384 réponses pour  $\pm 5$  % (95 %),  $\geq 100$  réponses/segment pour comparer.
- Schéma de codification des verbatims et balises thématiques.
- Automatisation des envois et contrôles qualité (doublons, temps anormaux).
- Journal d'audit des corrections/transformations de données.

---

## Modalités de pilotage & qualité (comités, validations, risques)

---

- Cadre PDCA; comités mensuels et revue de direction tous les 90 jours.
- Seuils/tolérances partagés: variation  $\pm 3$  points; alerte si CES  $> 2,5/5$ .
- Stabilité des définitions/questionnaires sur 12 mois; signalement des ruptures de série.
- Traçabilité: journal des données, preuves d'actions; audits internes  $\geq 1$  fois/an.
- Gouvernance anti-manipulation: cibles en fourchettes, focus sur preuves d'actions.
- Maîtrise des biais: canal, saisonnalité, fatigue; tailles minimales par segment surveillées.
- Confidentialité: information claire, accès restreint, anonymisation si pertinent, registre de traitements.
- Suivi d'exécution: taux d'actions clôturées (cible 80 % à 60 jours) et restitution aux équipes.

