

Fiche Technique: Formation indicateurs satisfaction client au Maroc

Objectifs de la formation

Des objectifs concrets et opérationnels pour piloter la satisfaction client au Maroc.

- Concevoir une stratégie d'indicateurs robuste; fixer des objectifs chiffrés; choisir les bons moments de collecte; bâtir des questionnaires efficaces.
- Éviter les biais (échantillons, questions orientées, confusion satisfaction/effort) et ancrer l'analyse dans des méthodes reconnues.
- Relier chaque KPI (NPS, CSAT, CES...) à des leviers d'action concrets; transformer les résultats en plans opérationnels et quick wins.
- Mettre en place une gouvernance CX: instance de pilotage, rituels de revue, rôles et responsabilités, tableaux de bord partagés.
- Industrialiser l'écoute client: exploiter des données multi-sources, combiner quanti/quali, prioriser les projets selon la valeur créée.

Évaluation des acquis et remise d'une attestation nominative à l'issue des niveaux du parcours.

Population cible

- Directeurs/trices de l'expérience client, responsables qualité, responsables réclamations, directeurs/trices commerciaux et marketing.
- Chefs d'agence, managers de plateformes et centres de contact, responsables e-commerce et opérations.
- Responsables RH, managers QHSE, chefs de projets digitaux, responsables data/BI.
- PME/ETI en transformation digitale souhaitant intégrer le feedback dans les parcours (online/offline).
- Entreprises industrielles, de services et établissements publics; acheteurs publics, directions territoriales, délégataires de service public.

Durée de la formation

Élément	Détails
Format	Présentiel, distanciel ou hybride
Durée standard	2 jours intensifs (14 heures)
Options	Extension 3–4 jours; en intra, possible en demi-journées
Organisation & suivi	Inter-entreprises ou intra-entreprise; coaching post-formation 4–6 semaines (option)

Programme de la formation

Alternance d’apports méthodologiques, mises en situation, ateliers et études de cas sectorielles au Maroc.
Fil rouge: construction d’un référentiel d’indicateurs, gabarits d’enquête et maquette de tableau de bord exécutif.

Module	Objectif opérationnel	Principaux KPI	Livrables
1. Fondamentaux et cadre	Stratégie CX pilotée par les données	NPS relationnel/transactionnel, CSAT	Charte d’indicateurs, glossaire
2. Conception d’enquêtes	Questionnaires sans biais et échantillonnage	CES, taux de réponse, représentativité	Templates d’enquête, guide d’échantillonnage
3. Collecte multi-canal	Intégration feedback online/offline	Taux d’opt-in, verbatim, temps réel	Plan de déploiement cross-canal
4. Analyse et priorisation	Lien KPI–causes racines, choix des chantiers	Drivers NPS, effort perçu, churn	Matrice impact/effort, roadmap
5. Tableaux de bord	Vues exécutives et opérationnelles	SLA réclamations, FCR, délai de résolution	Prototypes BI, règles de refresh
6. Boucle d’amélioration	Gouvernance CX et rituels	OKR CX, taux de mise en œuvre	Rôles, rituels, charte de pilotage

Livrables remis: référentiel d’indicateurs, templates d’enquêtes, gabarits de dashboard, matrice impact/effort, plan d’action priorisé.

Ateliers et ressources

- Ateliers guidés par des cas réels marocains; mapping parcours; modélisation des boucles de feedback.
- Simulations de restitution au COMEX pour ancrer la décision.
- Modèles Excel/BI prêts à l’emploi et exercices NPS/CSAT/CES (calculs, interprétation, pièges).