

Fiche Technique : Mise en place enquêtes satisfaction à Abidjan

Objectifs de la mission

Disposer d'un dispositif complet, fiable et intégré pour capter la voix du client et piloter des plans d'actions mesurables.

- Obtenir des données de satisfaction fiables, exploitables et comparables (NPS, CSAT, CES, verbatim).
- Couvrir tout le parcours client et les points de contact clés (agence, livraison, maintenance, réclamation, achat digital).
- Aligner direction, terrain et support autour d'indicateurs partagés et de routines de pilotage.
- Transformer les résultats en plans d'actions priorisés avec propriétaires et échéances.
- Intégrer le dispositif à vos systèmes (CRM, ERP, BI) pour un reporting continu.
- Sécuriser la conformité (consentement, anonymisation, traçabilité) et limiter les biais de mesure.

Résultats attendus: décisions sécurisées, gains quantifiables sur les délais de traitement, la rétention et le panier moyen.

Entreprises / profils concernés

Adapté aux entreprises multi-sites et aux établissements publics opérant à Abidjan et environs.

- BTP, maintenance, industrie, agro-industrie, énergie/utilities, transport/logistique, services et secteur public.
- Structures présentes à Treichville, Marcory, Port-Bouët, Abobo, Koumassi, Yopougon, Vridi et Plateau.
- Directions générale, opérations, QHSE, commercial/relation client, DSI et contrôle de gestion.
- Organisations souhaitant réduire les irritants, standardiser les retours et ancrer l'amélioration continue.
- Acteurs multi-canaux (agences, chantiers, entrepôts, digital) recherchant une vision 360°.

Durée et format de la mission

Cadence type: 6 à 12 semaines selon la complexité des parcours et des intégrations.

Phase	Durée indicative
Diagnostic initial	1 à 2 semaines
Design & intégrations	2 à 3 semaines
Pilote ciblé	2 à 4 semaines
Déploiement itératif	par vagues

- Formats: clé en main, AMO avec DSI/qualité, ou coaching de l'équipe interne.

- Modalités: sur site (ateliers/tests), à distance (intégrations/dashboards) ou hybride.
- Engagements: taux de complétion cible, réactivité d’analyse, délais de diffusion des insights, cadence des plans d’actions.

Méthodologie / déroulement de la mission

Approche en sprints, du diagnostic flash au pilotage continu, avec validation par pilote puis généralisation.

- Cadrage stratégique et cartographie des moments de vérité.
- Conception des indicateurs et des questionnaires (NPS, CSAT, CES, verbatim).
- Choix des canaux: face-à-face, téléphone, SMS/USSD, WhatsApp, e-mail, QR.
- Échantillonnage robuste et fenêtres d’envoi pour maximiser le taux de réponse.
- Collecte terrain et contrôle qualité des données.
- Analyse, rapports et tableaux de bord (segmentation par site/canal, tendances).
- Plan d’actions priorisé avec propriétaires, échéances et routines de pilotage.
- Gouvernance alignée sur vos comités; rituels mensuels et roadmaps.
- Conformité: consentement, anonymisation, sécurisation et transparence.

Livrable clé	Valeur apportée
Cadre de mesure	Objectifs, périmètre, gouvernance partagée et pérenne.
Questionnaires normalisés	Comparabilité des résultats, gain de temps.
Plan d’échantillonnage	Résultats robustes et défendables.
Kit multicanal	Couverture client élevée (scripts et supports par canal).
Tableaux de bord	KPIs, filtres par site/canal et tendances pour décider vite.
Rapport d’insights	Analyses et priorités d’actions actionnables.
Plan d’actions	Actions, responsables et échéances pour un suivi discipliné.