

Fiche Technique : Enquête de satisfaction client au Cameroun

Objectifs de la mission

- Identifier les irritants prioritaires et les drivers d’attrition par canal, par région et par segment.
- Anticiper les décrochages de fidélité et sécuriser les parts de marché.
- Fournir des données fiables et des indicateurs actionnables (CSAT, NPS, CES) pour arbitrer en comité de direction.
- Réduire les coûts de non-qualité, les litiges et le traitement des réclamations.
- Aligner la gouvernance client sur les exigences normatives (ISO 9001, ISO 10004) et sécuriser les audits externes.
- Transformer les signaux clients en plans d’action concrets avec échéances, responsables et indicateurs de suivi.

Entreprises / profils concernés

- Directions générales, responsables qualité et équipes marketing en charge de la croissance et de la rétention.
- Banques et services financiers (agences, mobile money, parcours digitaux).
- Opérateurs télécoms et services numériques (réseau, service client, facturation).
- Industrie, BTP, maintenance et opérateurs logistiques (délais, conformité, chaîne d’approvisionnement).
- Distribution, retail, restauration et agences immobilières.
- Établissements publics et organisations visant l’amélioration de l’accueil et de la transparence.

Assurance méthodologique : la mission s’appuie sur les lignes directrices ISO 10004 et s’intègre dans un système de management de la qualité ISO 9001 pour garantir la fiabilité des données et la crédibilité lors des audits tiers.

Durée et format de la mission

Trois formats d’intervention s’adaptent à vos contraintes de timing, au périmètre de collecte et à la complexité des canaux.

Format d’intervention	Durée type	Périmètre et objectif
Sprint d’écoute à chaud	4 à 6 semaines	Cibler un segment ou canal critique (lancement, incident) pour des quick wins rapides.
Programme trimestriel	8 à 12 semaines + suivi	Ancrer la mesure dans le pilotage, comparer les tendances et élargir les segments couverts.
Déploiement multi-sites / multi-régions	12 à 16 semaines	Couvrir Douala, Yaoundé et les régions avec échantillonnage local et consolidation nationale.

Quel que soit le format, la mission est jalonnée par un cadrage validé, une recette des scripts, une revue intermédiaire de collecte et une restitution devant comité de direction assortie d'un plan d'action.

Méthodologie / déroulement de la mission

La mission s'articule en quatre phases claires, du diagnostic initial à la restitution opérationnelle, avec des livrables traçables à chaque étape.

1. Cadrage stratégique et diagnostic initial

- Aligner les enjeux de direction avec le périmètre, les segments prioritaires et les canaux d'interaction à auditer.
- Cartographier les irritants potentiels et définir les indicateurs (CSAT, NPS, CES) ainsi que le plan d'échantillonnage.
- Co-construire les questions et le ton de chaque canal avec marketing, qualité et opérations via des ateliers courts.
- Valider les KPI cibles, les critères de succès et le protocole de contrôle qualité des réponses.

2. Conception des questionnaires et scénarios de collecte

- Construire des questionnaires concis (questions fermées pour la mesure, ouvertes pour les verbatims) et des guides d'entretien adaptés.
- Définir les scénarios de collecte (à chaud, à froid), les relances et les seuils d'alerte pour limiter les biais.
- Préparer des versions optimisées pour chaque canal : téléphone, face-à-face, SMS et digital.
- Sécuriser la cohérence méthodologique et la traçabilité selon les bonnes pratiques de l'ISO 10004.

3. Collecte multicanale et contrôle qualité

- Déployer la collecte sur téléphone, SMS, web et face-à-face en fonction des segments cibles.
- Appliquer des contrôles qualité : quota, redressement, détection des réponses incohérentes et journal de contrôle.
- Consolider les données dans un entrepôt centralisé, sécurisé et pseudonymisé.
- Isoler les verbatims significatifs pour préparer l'analyse quantitative et qualitative.

4. Analyse, recommandations et plan d'action

- Produire des tableaux de bord par canal, région et segment (drivers de satisfaction et d'effort client).
- Thématiser les verbatims et croiser données qualitatives/quantitatives pour éclairer le « pourquoi ».
- Classer les recommandations par impact et faisabilité avec responsables, échéances et indicateurs de succès.
- Restituer les décisions prioritaires aux comités de direction et livrer un kit de communication interne pour ancrer la boucle d'amélioration continue.