

Fiche Technique : Enquête de satisfaction client au Maroc

Objectifs de la mission

- Transformer la voix du client en décisions commerciales concrètes et rentables.
- Sécuriser les audits ISO et renforcer la crédibilité lors des appels d'offres.
- Réduire l'attrition et améliorer la fidélité par une écoute structurée.
- Orienter la priorisation des investissements et éclairer les arbitrages entre canaux.
- Identifier les irritants et causes-racines pour agir vite et en priorité.
- Instaurer une boucle d'amélioration continue avec des indicateurs mesurables.

Entreprises / profils concernés

- Directions générales, opérations, qualité et contrôle de gestion.
- Industrie, logistique et supply chain (zones franches, ports, hubs logistiques).
- Banques, assurances et services financiers en réseaux omnicanaux.
- Opérateurs télécoms, BTP, retail, hôtellerie et restauration.
- Services publics, santé et organismes soumis à conformité ISO.
- PME en phase de relance et groupes multi-sites sous-capacitaires en data.

Durée et format de la mission

Format	Durée indicative	Contexte recommandé
Mission flash	4 à 6 semaines	Diagnostic rapide, PME, preuve avant investissement.
Cycle complet	6 à 10 semaines	Diagnostic standard avec cadrage, collecte et restitution.
Baromètre annuel	2 à 4 vagues / an	Groupes multi-sites et opérateurs régulés, suivi continu.
Externalisation complète	Selon cadrage	Sous-capacité interne ou pics saisonniers d'activité.
Accompagnement hybride	Flexible	Équipes client en collecte, experts en analyse et restitution.

Phases clés : cadrage et diagnostic (1–2 semaines), conception et échantillonnage (1–2 semaines), collecte et contrôle qualité (2–4 semaines), analyse et restitution (1–2 semaines), suivi post-mission (4–12 semaines).

Livrables exploitables : rapport de diagnostic priorisé, tableaux de bord segmentés, fichiers sources nettoyés et plan d'action avec responsables, délais et indicateurs d'impact. Ces éléments sont directement utilisables en comité de direction et en audit ISO 9001 / ISO 10004.

1. Cadrage stratégique et diagnostic initial

- Alignement des parties prenantes sur les objectifs business (churn, expérience post-vente, image de marque).
- Cartographie du parcours client et analyse des données existantes.
- Identification des irritants présumés et définition des indicateurs cibles (CSAT, NPS, CES, FCR).

2. Conception des questionnaires et plan d'échantillonnage

- Questionnaires multilingues (français / arabe) adaptés au contexte local.
- Plan d'échantillonnage par région, canal et segment client avec quotas pertinents.
- Tests pilotes et validation conforme à la norme ISO 10004.

3. Collecte multi-canal et analyse statistique

- Collecte via email, SMS, téléphone et QR code en agences ou points de vente.
- Contrôle qualité strict : dédoublonnage, détection des incohérences, suivi des délais.
- Analyse descriptive et explicative (corrélation, variance, scoring d'impact) avec benchmarks sectoriels.

4. Restitution, plan d'action et boucle d'amélioration

- Restitution en ateliers avec rapports hiérarchisés et tableaux de bord dynamiques.
- Plan d'action priorisé : propriétaires, échéances et indicateurs de succès.
- Suivi post-mission de 4 à 12 semaines : vérification de la mise en œuvre, ajustements et re-mesure.