Fiche Technique : enquête de satisfaction client automobile

Objectifs de la mission

- Réduire les coûts de non-qualité et sécuriser la fidélisation sur le cycle de vie du véhicule.
- Objectiver la perception client aux moments de vérité (prise de RDV, atelier, livraison VN/VO, relation client).
- Transformer les retours en décisions rapides protégeant la marge, le CSI/NPS et l'image de marque.
- Aligner l'écoute client avec un pilotage qualité mesurable et reconnu par les donneurs d'ordres.
- Relier l'écoute au P&L et aux accords de distribution via des seuils d'alerte opérables par les managers.
- Hiérarchiser les irritants par segment pour définir des plans d'action à fort ROI.

> **Focus concret :** la mission vise des résultats mesurables sous 90 jours (baisse des réclamations, hausse du FCR, amélioration du panier moyen).

Entreprises / profils concernés

- Constructeurs et importateurs : conformité qualité, audits réseau et pilotage de l'image de marque.
- Réseaux de distribution et après-vente : fidélisation, exécution terrain et marge atelier.
- Équipementiers et supply chain : mesure B2B2C, réactivité SAV et clarté des garanties.
- Captives financières et partenaires de financement : transparence et fluidité des processus de souscription.
- Services connectés et mobilités : continuité de l'expérience entre canaux digitaux et physiques.
- Responsables qualité, chefs de site et responsables après-vente.

Durée et format de la mission

Les modalités s'adaptent à votre calendrier et à la maturité de votre réseau :

Type d'intervention	Durée type	Objectifs clés
Diagnostic flash	4 à 6 semaines	Vision rapide, audit dispositif, plan d'action 90 jours
Programme trimestriel	3 mois	Collecte continue, alertes à chaud, restitutions mensuelles
Accompagnement annuel	12 mois	SLA, restitutions trimestrielles, bilan annuel consolidé
Coaching / transfert	Variable	Optimisation outils, formation interne, routines

Méthodologie / déroulement de la mission

1. Cadrage stratégique et segmentation

Définition des objectifs mesurables, des segments cibles (VN, VO, après-vente, flottes) et des indicateurs clés (CSI, NPS, CES, FCR). Élaboration du plan d'échantillonnage et de la gouvernance du dispositif.

2. Conception des questionnaires et conformité data

Conception de canevas spécifiques par moment de vérité, tests A/B et choix des canaux (SMS, email, QR code, téléphone). Respect de la conformité RGPD et minimisation des données collectées.

3. Collecte hybride et maîtrise des biais

Collecte automatisée et ciblée avec invitations cadencées (J+1, J+7, J+14) et relances calibrées. Monitoring en temps réel et alertes à chaud vers les responsables opérationnels.

4. Analyse statistique et priorisation

Analyses descriptives, text mining sur verbatims et matrices impact/effort. Identification des quick wins et définition des standards d'exécution réseau.

5. Restitution et plan d'action

Restitutions multi-niveaux (CODIR, direction réseau, chefs de site). Déploiement d'un plan d'action 90 jours avec owners et échéances. Coaching et suivi post-mission pour pérenniser les routines.
