Fiche Technique : enquête de satisfaction client restauration

Objectifs de la mission

- Piloter la qualité de service, sécuriser la rentabilité et fidéliser les convives par une écoute structurée.
- Mesurer l'expérience perçue via des KPI actionnables : NPS, CSAT, Customer Effort Score et taux de réachat.
- Identifier et hiérarchiser les irritants clients pour prioriser les actions à fort impact économique.
- Détecter précocement les dérives opérationnelles (temps d'attente, exactitude, qualité perçue, ambiance).
- Maîtriser les coûts de non-qualité (plaintes, remises, annulations) et optimiser le ticket moyen.
- Aligner les équipes salle/cuisine sur des objectifs communs et faciliter la conformité (RGPD, ISO 9001).

Entreprises / profils concernés

- Directions opérationnelles, qualité et exploitation du secteur CHR (restauration commerciale, collective, franchises multi-sites).
- Enseignes de restauration rapide et fast casual cherchant à optimiser la fluidité et le throughput.
- Casual dining et brasseries visant l'amélioration du service à table et du panier moyen.
- Restauration collective (entreprise, éducation, santé) soumise à des exigences de constance et de traçabilité.
- Acteurs de la livraison, du click & collect et des réseaux multi-sites nécessitant standardisation et benchmarks internes.

Durée et format de la mission

L'intervention s'adapte à votre maturité et au nombre de sites : mission flash pilote, déploiement complet ou accompagnement continu.

Phase	Durée typique	Livrables clés
Cadrage et design	2 à 3 semaines	Questionnaire validé, charte RGPD, plan d'échantillonnage
Déploiement et intégrations	3 à 4 semaines	Parcours multicanal, connecteurs POS/CRM, tableaux de bord
Analyse et recommandations	2 semaines	Rapport exécutif, priorisation, plan d'action 90 jours
Ritualisation et suivi	Cycle continu	Revues mensuelles, coaching managers, ajustements questionnaire

> **À noter :** la mission flash « Design & test » permet de valider le dispositif en 4 à 6 semaines sur un ou deux sites avant généralisation.

Méthodologie / déroulement de la mission

1. Cadrage stratégique et design du questionnaire

- Alignement des objectifs avec direction, opérations et terrain.
- Définition du tronc commun, des échelles et des filtres contextuels (créneau, canal, motif).
- Établissement des fondations RGPD et du plan d'échantillonnage.

2. Déploiement multicanal et intégrations

- Collecte via QR codes, SMS post-visite, email transactionnel et pop-in application.
- Intégration aux outils existants (POS, CRM, BI) pour contextualiser les retours.
- Paramétrage des règles anti-spam et restitutions temps réel pour les managers.

3. Analyse, scoring et priorisation

- Consolidation des réponses par établissement, shift et canal ; analyse de corrélation avec l'intention de retour.
- Analyse textuelle des verbatims pour isoler thèmes et irritants récurrents.
- Recommandations classées par impact et faisabilité, avec seuils d'alerte et estimation du ROI.

4. Ritualisation et amélioration continue

- Institution de points hebdomadaires d'alerte et de revues mensuelles analytiques.
- Fourniture de supports de briefing, fiches réflexes et scripts de traitement des réclamations.
- Benchmarks internes entre sites et coaching des managers pour ancrer la démarche.