Fiche Technique : enquete de satisfaction entreprise

Objectifs de la mission

- Transformer les opinions client en plans d'action chiffrés, hiérarchisés et pilotables.
- Aligner la perception du marché sur les processus, contrats de service et objectifs commerciaux.
- Identifier les écarts significatifs par segment, canal, région ou produit pour des actions ciblées.
- Relier satisfaction, incidents et coûts cachés afin d'objectiver un ROI mesurable.
- Sécuriser le chiffre d'affaires récurrent et réduire le churn.
- Institutionnaliser un pilotage par données probantes et une boucle d'amélioration continue.

> **Conformité et auditabilité :** la mission intègre la traçabilité RGPD et s'aligne sur les référentiels qualité (ISO 9001) pour fournir des preuves documentaires solides.

Entreprises / profils concernés

- Entreprises B2B et B2C soumises à des engagements contractuels (SLA) et à des exigences normatives.
- Organisations certifiées ISO ou en voie de certification souhaitant prouver la maîtrise de la voix du client.
- Secteurs concernés : industrie, supply chain, logistique, retail, télécoms, banque-assurance, immobilier, restauration, secteur public.
- Directions générales, qualité, opérations, relation client et ventes.
- Donneurs d'ordre et équipes achats recherchant des preuves de performance et des livrables traçables.

Durée et format de la mission

Format	Durée	Objectif principal
Mission flash	2 à 4 semaines	Éclairage rapide sur un périmètre restreint pour sécuriser un arbitrage immédiat.
Mission standard	6 à 8 semaines	Dispositif complet avec benchmark interne, analyse segmentée et plan d'action 90 jours.
Accompagnement annuel	2 vagues / an + suivi	Boucle d'amélioration continue avec comités de pilotage et tableaux de bord récurrents.

Chaque format est ajustable selon vos contraintes internes (audit, renouvellement contractuel, lancement produit).

Méthodologie / déroulement de la mission

1. Diagnostic et cadrage

- Interviews ciblées et revue documentaire (SLA, contrats, historiques d'incidents).

- Définition des KPI, périmètre précis et hypothèses mesurables.

2. Conception du dispositif

- Questionnaires brefs orientés décision, testés sur échantillon pilote.
- Plan d’échantillonnage robuste (quotas, représentativité, marges d’erreur).

3. Collecte multicanale et conformité

- Déploiement via email, SMS, QR code, web ou téléphone selon les profils clients.
- Traçabilité des consentements et respect strict du RGPD (minimisation, registre).

4. Analyse statistique et insights

- Calcul des indicateurs (CSAT, NPS, CES), corrélations et régressions.
- Text-mining des verbatims et cartographie des irritants par segment et canal.

5. Restitution exécutive et plan d’action

- Rapport exécutif de 15 à 25 pages avec 5 priorités classées impact / effort.
- Atelier de priorisation, plan d’action 90 jours, owners et indicateurs de suivi.
