

Fiche Technique : enquête qualité de satisfaction clients

Objectifs de la mission

- Aligner le dispositif avec les objectifs business et les exigences normatives (ISO 9001, RGPD).
- Sécuriser le chiffre d'affaires récurrent et détecter les irritants avant qu'ils ne deviennent des litiges coûteux.
- Fournir une base factuelle stable, comparable et auditable pour les revues de direction et les arbitrages budgétaires.
- Transformer la voix du client en insights priorisés et en plans d'action chiffrés et exploitables.
- Livrer des résultats mesurables sous 90 jours avec une trajectoire claire sur 12 mois.

Entreprises / profils concernés

- Directions générales, COMEX et équipes qualité soumises à des audits de certification ou à des exigences de grands donneurs d'ordre.
- Équipes commerciales, ADV, support et opérations ayant besoin d'indicateurs actionnables plutôt que décoratifs.
- Entreprises industrielles, logistiques, retail, services financiers, SaaS et organisations multi-sites ou multi-pays.
- Structures B2B à cycle long, multi-marques ou soumises à une forte saisonnalité requérant un échantillonnage rigoureux.
- Organisations souhaitant industrialiser une démarche auparavant gérée de manière artisanale et biaisée.

Adaptation : le dispositif s'ajuste aussi bien à un pilote ciblé sur un segment ou un parcours clé qu'à un déploiement groupe complet.

Durée et format de la mission

Format	Durée / rythme	Objectif
Sprint 90 jours	1 trimestre	Éprouver rapidement la valeur avec cadrage, collecte, analyse et plan d'action 30/60/90.
Programme récurrent	Vagues trimestrielles	Installer un cycle d'amélioration continue avec comparatifs historiques et suivi d'actions.
Co-pilotage	Selon besoin	Combiner expertise externe (cadre, analyse, restitution) et ressources internes (collecte, logistique).

Une première vague se décompose généralement en : diagnostic et cadrage (1 à 2 semaines), conception (1 semaine), collecte multicanale (2 à 4 semaines), analyse (1 à 2 semaines) et restitution (1 semaine).

1. Diagnostic et cadrage des objectifs business

État des lieux des irritants connus, des sources de données (CRM, SAV, avis en ligne) et des segments prioritaires. Définition des hypothèses à tester, des KPIs cibles (NPS, CES, CSAT) et installation du comité de pilotage.

2. Conception du questionnaire et échantillonnage

Rédaction d'items courts et mesurables, choix d'échelles cohérentes (0–10 pour NPS, 1–5 pour CSAT), stratification de l'échantillon et calibration des triggers relationnels et transactionnels au parcours client.

3. Collecte multicanal et conformité RGPD

Déploiement sur email, SMS, in-app, téléphone ou QR codes avec relances intelligentes, traçabilité des consentements et suivi temps réel des taux de réponse. Vérification de la minimisation des données et des durées de conservation.

4. Analyse statistique et text mining

Analyse multivariée par segment pour isoler les drivers d'insatisfaction et leur impact business. Traitement des verbatims par text mining (thèmes, tonalité) et estimation des gains par chantier priorisé.

5. Restitution exécutive et boucle d'amélioration continue

Executive summary pour le COMEX et ateliers opérationnels par équipe (vente, ADV, support, opérations). Formalisation d'un backlog d'actions 30/60/90 avec propriétaires, KPIs de succès et rituel de suivi.