



COMMERCIAL

Mesure et satisfaction Client

Objectifs : Connaître et comprendre les méthodes de mesure et de suivi de la satisfaction clientèle. Définir les étapes de réalisation des études de satisfaction. Faire un diagnostic du service et de l'accueil. L'entreprise sera à même d'établir un questionnaire respectant les prescriptions et les normes de qualité et mènera l'enquête de satisfaction des clients de manière efficace et fiable.	
PROGRAMME	
► Satisfaction. Ecart entre la qualité attendue par le client et la qualité perçue • La qualité est inférieure d'où une insatisfaction • La qualité répond aux attentes • La qualité est supérieure d'où surqualité ► Pourquoi mesurer la satisfaction Client ? • Satisfaction. Préalable à la fidélisation • Fidélisation coûte beaucoup moins cher que la conquête d'une nouvelle clientèle • Management. Outil d'évaluation de la performance des collaborateurs • Amélioration organisationnelle • Un outil de la relation client ► La méthodologie de l'enquête • Cible de l'enquête / Enquête qualitative / Enquête quantitative ► Définir la qualité attendue. Décrypter le positionnement de l'entreprise • L'audit du niveau de qualité attendu par l'entreprise • La formalisation des exigences qualité et la notion de charte qualité ► Mesurer la qualité offerte. Un regard objectif sur soi-même • Le recensement des données existantes dans l'entreprise • L'exploitation des données clients disponibles dans les services de l'entreprise ⇒ Le développement du chiffre d'affaires avec un même client ⇒ La fidélité des clients, le nombre de plaintes ⇒ Le profit, la marge ⇒ Le recueil de données externes et les enquêtes clients mystères ► Mesurer la qualité perçue à l'écoute du consommateur • Point clé : le client satisfait ou insatisfait va rarement le faire savoir alors que le client très satisfait ou très insatisfait va facilement en faire part • Le recensement des données existantes dans l'entreprise • L'exploitation des données clients disponibles dans les services de l'entreprise • Le recueil de données externes et les enquêtes de satisfaction clientèle ► Exploiter des résultats qualité. Améliorer la satisfaction du Client • Mieux connaître son Client. Mieux connaître son métier • Traiter les points d'insatisfaction • Réagir rapidement aux réclamations – Satisfaction accrue • La présentation de l'information qualité • La lecture des résultats qualité et leur suivi dans le temps • La diffusion des résultats qualité et le management par objectifs	
Personnes concernées Toute personne souhaitant mettre en place une mesure de la satisfaction Client dans son entreprise. Pré requis : aucun	
PEDAGOGIE	
Le Formateur Spécialiste de la satisfaction Client	
Méthode pédagogique 1/3 Théorie -1/3 Pratique -1/3 Echanges Apports théoriques et méthodologiques Applications pratiques sur les données de la société Participation et intervention des stagiaires. Ce module est volontairement proactifs	
Intra entreprise Lieu de formation : dans la ville de votre choix	
Inter entreprise Tarif par personne	
4 jours	
1 990 €	
Réf : CO067	

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

Tél. : 01 48 74 29 45 - Mail : contact@proformalys.com - Fax : 01 48 74 39 98
Informations, dates de stage et inscriptions sur www.proformalys.com