

Objectifs

A l'issue de la formation, le participant sera capable de : - comprendre les besoins de leurs clients, - construire une enquête de satisfaction, - mesurer leur niveau de satisfaction, - découvrir les outils d'exploitation des résultats.

Participants

Directeurs Qualité, responsables Qualité. Responsables commerciaux, marketing. Chefs de marchés, chefs de produits.

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion collectives et individuelles, d'exercices, d'études de cas et de mises en situations observées. Formation / Action participative et interactive : les participants sont acteurs de leur formation notamment lors des mises en situation car ils s'appuient sur leurs connaissances, les expériences et mettront en oeuvre les nouveaux outils présentés au cours de la session.

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert sur cette thématique. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assurée par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Méthodes d'évaluation des acquis

Exercices individuels et collectifs durant la formation. Evaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

Programme

Mesurez la satisfaction de vos clients

3 jours - 21 heures

Objectifs

A l'issue de la formation, le participant sera capable de : - comprendre les besoins de leurs clients, - construire une enquête de satisfaction, - mesurer leur niveau de satisfaction, - découvrir les outils d'exploitation des résultats.

Participants

Directeurs Qualité, responsables Qualité. Responsables commerciaux, marketing. Chefs de marchés, chefs de produits.

Pédagogie

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion et de confrontation d'expériences. Des exercices pratiques accompagnent les apports théoriques et permettent un entraînement concret.

Profil de l'intervenant

Consultant-formateur expert sur cette thématique. Suivi des compétences techniques et pédagogiques assurée par nos services.

Moyens techniques

Encadrement complet des stagiaires durant la formation. Espace d'accueil, configuration technique des salles et matériel pédagogique dédié pour les formations en centre. Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique à échéance de la formation.

Méthodes d'évaluation des acquis

Exercices individuels et collectifs durant la formation. Evaluation des acquis et attestation de fin de stage adressés avec la facture.

Programme

Identifier les attentes de ses clients : étude qualitative des besoins

L'évolution des concepts : la part croissante de l'écoute client dans les démarches Qualité.

construction du diagramme en arbre des attentes.

Qualification des attentes par le questionnaire de Kano : les attentes obligatoires, proportionnelles et attractives.

La constitution d'une équipe projet.

Les interviews client :

choix des clients à interviewer ;

préparer ses interviews (guide d'entretien) ;

les techniques d'entretien, la prise de notes.

L'analyse des interviews :

tri de l'information, sélection des idées fortes ;

traduction de la voix du client en attente ;

Mesurer la performance Qualité perçue par les clients : l'enquête quantitative de la satisfaction

Le choix de la cible.

La conception d'un questionnaire de satisfaction :

principes pour améliorer le taux de retour ;

règles de construction.

La réalisation de l'enquête : les options possibles et les conditions de réussite associées.

Comparer l'entreprise à la concurrence : la carte face à face.

Exploiter les résultats : définir une stratégie gagnante

L'analyse des résultats : calcul de l'indice Qualité, construction de la grille de performance.

Savoir évaluer la précision statistique des résultats.

Définition d'une stratégie : la communication associée.

1111