

[Logo de l'organisme]

[Nom de l'organisme]

Commented [9A1]: Tous les champs dans ce document marqués avec des crochets [] doivent être remplis.

PROCEDURE DE MESURE ET DE SUIVI DE LA SATISFACTION CLIENT

Commented [9A2]: Si vous souhaitez apprendre plus sur la satisfaction client, voir:

- Article: Principaux éléments de maintenance de la satisfaction client dans ISO 9001
<http://advisera.com/9001academy/blog/2014/07/01/main-elements-handling-customer-satisfaction-iso-9001/>
- Cours gratuits online ISO 9001 Foundations Course
<http://training.advisera.com/course/iso-90012015-foundations-course/>

Commented [9A3]: Adaptez aux pratiques existantes de l'organisme.

Code:	
Version:	0.1
Crée par:	
Approuvée par:	
Date de la version:	
Signature:	

Liste de distribution

Commented [9A4]: Cela est uniquement nécessaire si les documents sont sous forme papier; sinon ce tableau devrait être supprimé.

Copie No.	Distribuée à	Date	Signature	Renvoyée	
				Date	Signature

Historique des modifications

Date	Version	Crée par	Description de la modification
	0.1	9001Academy	Structure documentaire de base

Table des matières

1. BUT, DOMAINE D'APPLICATION ET AUDIENCE.....	3
2. DOCUMENTS REFERENCES	3
3. ETABLISSEMENT D'UN SYSTEME POUR MESURER LA SATISFACTION CLIENT	3
3.1. FLUX DE PROCESSUS	3
3.2. IDENTIFICATION DES ATTENTES CLIENT.....	4
3.3. IDENTIFICATION ET CHOIX DES CARACTERISTIQUES RELATIVES A LA SATISFACTION CLIENT	5
3.4. SELECTION DE LA METHODE POUR RECUEILLIR DES DONNEES SUR LA SATISFACTION CLIENT	5
3.5. CHOIX DE L'ECHELLE ET DE LA METHODE POUR L'ENQUETE.....	6
3.6. REALISATION DE QUESTIONNAIRES POUR L'EVALUATION DE LA SATISFACTION CLIENT	6
3.6.1. <i>Choix de la structure et formulation des questions</i>	6
3.6.2. <i>Etablissement d'un système de classement</i>	6
3.7. ANALYSE DES DONNEES SUR LA SATISFACTION CLIENT	7
3.8. RAPPORT DES ANALYSES MENEES	7
3.9. COMMUNICATION DES INFORMATIONS SUR LA SATISFACTION CLIENT.....	7
4. GESTION DES ENREGISTREMENTS CONSERVES SUR LA BASE DE CE DOCUMENT.....	8
5. ANNEXES.....	8

1. But, domaine d'application et audience

Le but de cette procédure est de décrire les méthodes pour recueillir et utiliser les informations relatives à la satisfaction client afin d'établir un système pour le suivi de la satisfaction client et de la perception client du degré auquel leurs besoins et attentes sont remplis.

Cette procédure s'applique à tous les processus et / ou zones (parties de l'organisme) au sein du Système de management de la qualité (SMQ) qui établit les communications et détermine les demandes client ou reçoit les feedback des clients.

Les utilisateurs de ce document sont les [employés du Département ventes] de [nom de l'organisme].

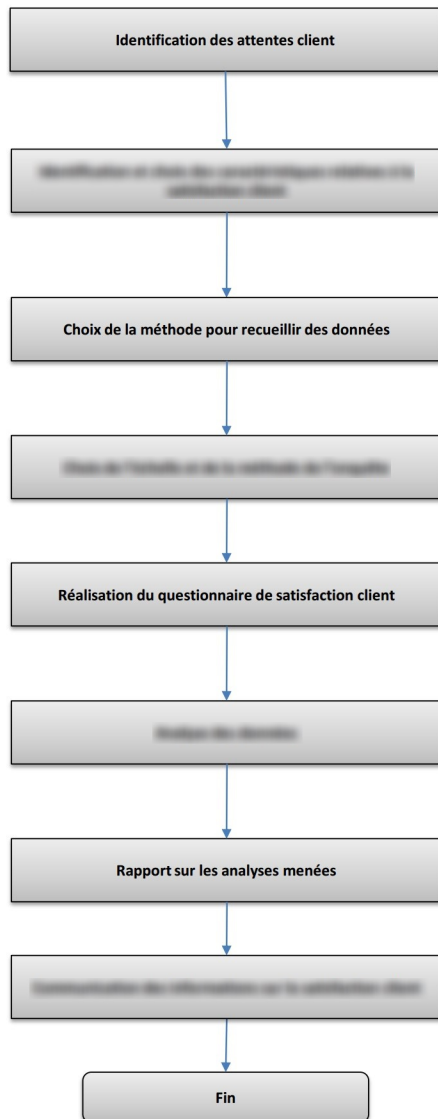
Commented [9A5]: Adaptez aux pratiques de l'organisme.

2. Documents référencés

- Norme ISO 9001:2015, clauses 9.1.2
- Procédure pour le management des non-conformités et des actions correctives
- Procédure pour la revue de direction

3. Etablissement d'un système pour mesurer la satisfaction client

3.1. Flux de processus



3.2. Identification des attentes client

Lors de la détermination des besoins et des attentes client, [titre du poste] doit considérer les points suivants:

- Les documents que le client a fournis par contrat et les documents accompagnants

Commented [9A6]: Par exemple, le Directeur des ventes

Commented [9A7]: Par exemple, les Spécifications produit, les documents de commande, etc.

[nom de l'organisme]

- Les demandes que le client n'a pas déclarées
- Les demandes clients qui sont implicites
- Les demandes légales et réglementaires

Le client n'a pas besoin de spécifier tous les aspects du produit - il est important que l'organisme comprenne globalement ses attentes afin de les transformer en demandes.

3.3. Identification et choix des caractéristiques relatives à la satisfaction client

Les caractéristiques peuvent être regroupées en catégories et classées selon leur pertinence pour le client.

- Caractéristiques du produit et / ou service

Le performance (qualité, fiabilité), les caractéristiques techniques, la sécurité, le support (maintenance, formation), le prix, les garanties, les informations sur le produit

Commented [9A8]: Adaptez aux besoins de l'organisme.

- Caractéristiques de l'expédition

Le livraison à temps, l'intégrité de la livraison, le temps nécessaire pour répondre à la demande, les informations d'accompagnement sur l'expédition, la qualité du service d'expédition

Commented [9A9]: Adaptez aux besoins de l'organisme.

- Caractéristiques organisationnelles

Les caractéristiques personnelles (gentillesse, compétence, communication), les manières de résolution de problèmes, la sécurité, le comportement de l'organisme envers les clients, la responsabilité des entreprises), la réputation de l'organisme

Commented [9A10]: Adaptez aux besoins de l'organisme.

3.4. Sélection de la méthode pour recueillir des données sur la satisfaction client

[Titre du poste] est responsable de la collecte de données sur la satisfaction client, et cela peut être à travers une méthode de recherche qualitative, quantitative ou combinée.

Commented [9A11]: Par exemple, le Directeur Marketing

La recherche qualitative est menée de façon à découvrir quelles sont les caractéristiques du produit, de l'expédition ou de l'organisme qui sont les plus pertinentes pour la satisfaction client.

[Titre du poste] recueille des informations par des entretiens approfondis avec les clients et des groupes de discussion réalisés avec les clients les plus importants.

Commented [9A12]: Par exemple, le Directeur Marketing

Commented [9A13]: Adaptez aux besoins de l'organisme.

La recherche quantitative mesure le niveau de satisfaction client.

Les entretiens et les questionnaires de données sont envoyés par courrier, e-mail, avec le produit, ou peuvent être mis sur le site web de l'organisme) avec les outils appropriés que [Titre du poste] utilise pour mener ses recherches.

Commented [9A14]: Par exemple, le Directeur Marketing

Commented [9A15]: Adaptez aux besoins de l'organisme.

[Titre du poste] rassemble ces informations au moins [une fois par an].

Commented [9A16]: Par exemple, le Directeur Marketing ou une Entreprise externalisée

[Titre du poste] vérifie les données collectées en respectant les aspects suivants:

Commented [9A17]: Ces dynamiques sont recommandées; adaptez aux besoins de l'organisme.

- Des erreurs dans les données; elles doivent être identifiées et corrigées afin de prévenir une mauvaise interprétation.
- L'exactitude des données; il est important de vérifier l'exactitude des données et de décider comment gérer des données incomplètes,
- La précision des données; il est recommandé de confirmer que le nombre de répondants à l'enquête et que la méthode d'enquête sont cohérents avec le niveau souhaité de fidélité.

3.5. **Choix de l'échelle et de la méthode pour l'enquête**

[Titre du poste] détermine l'échelle statistique de l'enquête, afin d'assurer le niveau de précision.

C'est un compromis entre la précision souhaitée et les coûts de l'enquête.

Dans le cas d'enquêtes consultatives, [titre du poste] utilise un petit échantillon et cela dépend d'une décision des affaires. Si le nombre de clients est relativement faible, l'enquête est menée sur l'ensemble.

[Titre du poste] doit déterminer les méthodes d'échantillonnage afin de fournir des résultats représentatifs à l'égard du nombre de clients:

- La méthode d'échantillonnage aléatoire est utilisée lorsque le groupe de clients est homogène.
- La méthode d'échantillonnage stratifiée est utilisée pour des groupes de clients dans différentes catégories, et alors les échantillons proportionnels sont extraits afin d'acquérir des informations sur chaque groupe de clients.

3.6. **Réalisation de questionnaires pour l'évaluation de la satisfaction client**

3.6.1. **Choix de la structure et formulation des questions**

Après avoir déterminé quelles informations sont nécessaires, [titre du poste] regroupe les questions

en sections logiques avec plus de questions, spécialement quand il peut y avoir plusieurs réponses. L'ordre des questions est logique - de général à des questions plus spécifiques.

Lors de la formulation des questions, [titre du poste] doit:

- Définir clairement la question à savoir qui, quoi, quand, où, pour quoi et comment
- Utiliser un langage neutre
- Éviter l'utilisation de mots ambigus
- Éviter l'utilisation de mots qui peuvent conduire le répondant dans une autre direction, ou le rendre tendancieux et le conduire aux réponses que l'organisme veut entendre.

Le questionnaire peut inclure des questions qui nécessitent des réponses descriptives.

3.6.2. **Etablissement d'un système de classement**

Selon les informations sur les clients rendues par [titre du poste], [titre du poste] fournit le

questionnaire aux clients. Une échelle de cinq points est utilisée pour les catégories positives. Les clients reçoivent le questionnaire complété par courrier ou email. Lors de l'analyse de la satisfaction

Commented [9A18]: Supprimez si l'organisme utilise une autre méthode pour évaluer la satisfaction client.

Commented [9A19]: Par exemple, le Directeur Marketing

Commented [9A20]: Supprimez si l'organisme utilise une autre méthode pour évaluer la satisfaction client.

Commented [9A21]: Par exemple, Y a-t-il autre chose que vous aimeriez que nous fassions pour améliorer votre expérience? (à ajouter dans une section des commentaires)

Commented [9A22]: Par exemple, une Personne des ventes

Commented [9A23]: Par exemple, le Directeur Marketing

[nom de l'organisme]

client, [titre du poste] calcule un score moyen pour chaque question, et le score moyen de l'ensemble, et les entre dans l'engagement de suivi de la satisfaction client. Après avoir terminé l'analyse, le Responsable de la direction analyse les résultats et effectue un rapport sur les résultats à [titre du poste], qui développe alors une conclusion et décide de mettre en oeuvre les actions préventives et correctives appropriées, si nécessaire.

Critères pour l'évaluation de la satisfaction client:

Note moyenne totale sur une échelle de 1 à 5	Niveau de satisfaction
4,0 - 5,0	Niveau élevé de satisfaction
3,0 - 4,0	Niveau satisfaisant
Moins que 3,0	Niveau insatisfaisant

Commented [9A24]: Par exemple, le Directeur Marketing ou le DG

Commented [9A25]: Pourquoi adopter une échelle à cinq points?
Les échelles avec des nombres pairs forcent un choix pour les répondants qui ne reflète pas leurs véritables convictions. Par exemple, une échelle à quatre points, qui force un choix de 1 à 4, est plus difficile pour les répondants à utiliser.

Commented [9A27]: Adaptez cette colonne et les critères si une autre échelle est utilisée.

Commented [9A26]: Adaptez cette colonne si une autre échelle est utilisée.

3.7. Analyse des données sur la satisfaction client

[Titre du poste] envoie le Questionnaire de satisfaction client à tous les clients et récolte les résultats après une période d'une semaine. Le nombre de questionnaires qui n'ont pas été retournés est entré dans le Rapport de satisfaction client.

Lorsque les données concernant la satisfaction client sont reçues, [titre du poste] les analyse afin d'acquérir des informations, qui comprennent:

- Le niveau de satisfaction client (au total ou par catégories de clients) et les tendances
- Les caractéristiques des produits et des processus dans l'organisme qui peuvent avoir une influence significative sur la satisfaction client
- Des informations pertinentes sur les produits et les processus de la concurrence
- Les zones qui peuvent être améliorées

Les résultats de chaque enquête sont entrés par [titre du poste] dans le Suivi de la satisfaction client afin de déterminer les tendances de la satisfaction client concernant chaque aspect identifié de la satisfaction client.

3.8. Rapport des analyses menées

[Titre du poste] documente les résultats de l'analyse dans le Rapport de satisfaction client, avec des recommandations possibles qui peuvent aider l'organisme à identifier des zones d'amélioration, et le diffuse à [titre du poste]. Le rapport doit identifier les causes possibles qui contribuent à l'insatisfaction client.

3.9. Communication des informations sur la satisfaction client

Les informations qui affectent les éléments de la satisfaction client sont examinées par la direction et les résultats sont fournis aux personnes responsables dans l'organisme afin de prendre des actions.

[nom de l'organisme]

qui peuvent conduire à l'amélioration. En fonction de la nature de l'information, la personne appropriée est notifiée.

Les informations peuvent être délivrées à:

- Le Département achats, si l'insatisfaction est relative à la qualité ou à des matériaux achetés
- Le Département ventes, si les données montrent une insatisfaction avec les délais de livraison, ou si les données montrent une insatisfaction client avec le comportement des employés en contact avec les clients
- Le Département support client, si les clients sont insatisfaits avec le service et la qualité de réponse aux demandes d'aide client
- Le Département, si le prix et la valeur (selon la perception du client) sont importants pour les clients

Commented [9A28]: Adaptez et identifiez tous les [nom de l'organisme] mentionnés.

4. Gestion des enregistrements conservés sur la base de ce document

Nom de l'enregistrement	Code	Conservation		Responsabilité
		Temps de rétention	Emplacement	
Questionnaire de satisfaction client	PR.14.1	2 ans	[bureau de [titre du poste]]	[titre du poste]
Rapport de satisfaction client	PR.14.2	2 ans	[bureau de [titre du poste]]	[titre du poste]
Suivi de la satisfaction client	PR.14.3	2 ans	[bureau de [titre du poste]]	[titre du poste]

Commented [9A29]: Si les enregistrements sont sous forme électronique, écrivez le nom du dossier sur l'ordinateur de [titre du poste].

5. Annexes

- Annexe 1 – Questionnaire de satisfaction client
- Annexe 2 – Rapport de satisfaction client
- Annexe 3 – Suivi de la satisfaction client