



Les BUSINESS CASES de 100% Satisfaction

Secteur Distribution

Construction d'un incentive financier basé sur la mesure de la satisfaction dans un grand magasin

100% Satisfaction SAS
3, rue de Marly
78000 Versailles
+33 (0)1 30 97 40 40
<http://www.100-satisfaction.com>



- Contexte
- Construction du système
- Choix d'une technique de collecte de l'information
- Choix d'une échelle de notation
- Sélection d'une liste de critères à mesurer
- Echantillon et plan d'enquête
- Calcul de Sativente
- Calcul du multiplicateur de prime
- Annexes : le rayon orfèvrerie

Contexte

Dans le courant de l'année 2XXX, la direction d'un grand magasin de la Région Parisienne décide d'initier un chantier de redynamisation de sa force de vente. Ce magasin ayant entamé quelques années auparavant une démarche pour rajeunir ses personnels de vente et de caisse.

Dans le système de rémunération classique des personnels de vente en distribution, la prime sur chiffre d'affaires tient une place importante. L'idée de lier une partie de la rémunération sur la satisfaction des clients fait son chemin pour apporter une nouveauté dans le schéma de calcul de prime.

L'équipe dirigeante se retrouve lors d'un séminaire pour réfléchir sur le projet. L'idée retenue est d'indexer une partie de la rémunération sur le salaire afin d'accompagner les chantiers de formation des collaborateurs et la redynamisation de la démarche commerciale. 100% Satisfaction est alors sollicitée pour proposer à la direction générale le calcul d'un indice de satisfaction client qui serait utilisé comme multiplicateur de la prime sur chiffre d'affaires. L'originalité du système alors proposé par 100% Satisfaction est de calculer cet indice sur la base d'enquêtes de satisfaction réalisées au niveau de chaque zone ou rayon du magasin, avec une incidence à la hausse ou à la baisse sur la prime ainsi obtenue!

Construction du Système

100% Satisfaction anime un premier atelier avec un comité de pilotage composé des équipes marketing, études et direction des ventes du magasin. Un nom de programme est trouvé, combinant les deux dimensions du programme : Satisfaction Clients et Dynamisation des Ventes. Le programme « Sativente » est né.

Une discussion s'engage autour des bases du système, à partir des pistes de réflexion amenées par 100% Satisfaction pour en choisir les paramètres :

1. Choix d'une technique de collecte de l'information
2. Choix d'une échelle de notation
3. Sélection d'une liste de critères de satisfaction à mesurer
4. Echantillon et plan d'enquête



5. Calcul de l'indice Satisfivente
6. Calcul de la prime
7. Déploiement du programme

Choix d'une Technique de Collecte de l'Information

100% Satisfaction met à disposition son personnel d'enquêteurs équipés de Palms Pilots fonctionnant avec le logiciel Pendragon Software. Ces petits PDA permettent de saisir directement les réponses des clients aux questionnaires et de télétransmettre tous les jours les réponses sur le centre serveur de 100% Satisfaction depuis le magasin. Cette technologie permet aux enquêteurs de s'affranchir des questionnaires papier et donc de gagner considérablement en efficacité et en coût.

Le choix à effectuer concerne l'emplacement des enquêteurs pour interviewer les clients et clientes : les enquêteurs peuvent se poster soit en sortie de caisse, soit au niveau de chaque escalator de tous les étages. Le tableau ci-dessous montre les avantages et inconvénients de chacune des techniques.

Mode d'Administration

- Sortie Escalator

- Les PLUS Interview neutre par rapport à l'emplacement d'achat
Données collectées fiables
- Les MOINS Efforts de balayage importants pour identifier des
acheteuses

- Sortie de Caisse

- Les PLUS Information collectée juste après achat
Données collectées très ciblées / quotas
Données collectées fiables
- Les MOINS Collecte vue du personnel qui peut altérer les
comportements
Perçu comme plus agressif
Efforts de conviction plus important



La décision du groupe sera de se poster près des escalators.

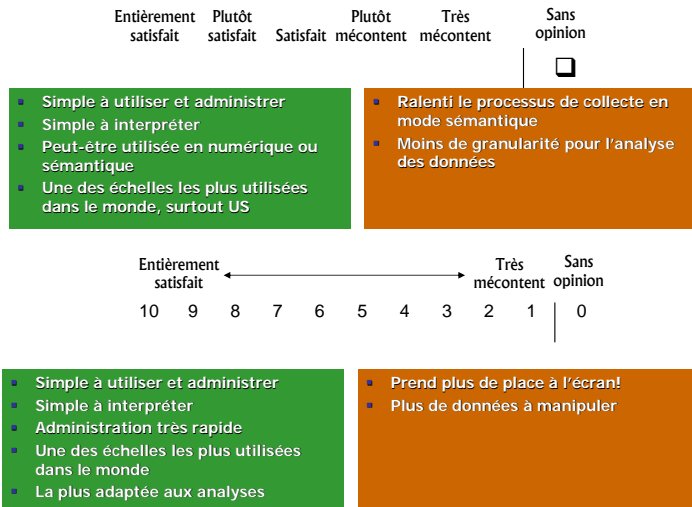
Choix d'une Echelle de Notation

Les discussions autour du choix de l'échelle de notation est souvent très animé. Il existe une quantité importante de littérature sur le sujet et deux écoles principales co-existent dans le domaine de la satisfaction clients.

Le tableau ci-dessous présente les avantages et inconvénients de chacune des 2 échelles.



Choix d'une échelle de mesure



Le groupe optera pour la première échelle en 5 points, sémantique.

Sélection d'une liste de critères à mesurer

A partir d'études qualitatives réalisées sous la forme de tables rondes directement dans le magasin, le service études-marketing a pu identifier les dimensions clé dans la relation client.

Cette liste de critères a ensuite été communiquée à 100% Satisfaction pour qu'une comparaison avec la base Benchmarking soit effectuée. La base Benchmarking de 100% Satisfaction contient en effet les résultats de plus de 600 études de satisfaction, dont une grande partie dans un cadre de relation client en magasin. Cette base permet à l'équipe de 100% Satisfaction d'extraire rapidement les critères importants pour les clients d'un point de vente et ainsi comparer la liste avec celle souhaitée par le comité de pilotage.

Le travail final est une liste réduite de critères de satisfaction, centrée autour de la qualité de l'accueil, de l'acte de vente et du passage en caisse

Le format suivant de questionnaire est ensuite proposé au comité de pilotage et validé pour être testé sur quelques zones du magasin.



Questionnaire du baromètre de satisfaction SATIVENTE

Bonjour Monsieur/Madame, Nous réalisons actuellement une enquête auprès des clients du magasin. Avez-vous cinq minutes à m'accorder ? Merci

INTRODUCTION / QUESTION FILTRE

Q1- FILTRE : Avez-vous eu un contact avec le personnel de vente (vendeur ou vendeuse) dans un rayon ? (hors demandes d'orientation)

OUI 1 NON => Fin interview 2

Q2 Si oui en Q 1 : dans quel rayon ?

(si plusieurs rayons avec un contact, prendre le dernier)

Livre /disque	<input type="checkbox"/> 1	Sport /Jean Attitude	<input type="checkbox"/> 5
Cristallerie/ Orfèvrerie/ Porcelaine	<input type="checkbox"/> 2	Radio / Télé / Hifi / Multimédia	<input type="checkbox"/> 6
Gros électroménager, Petit électroménager, table au quotidien	<input type="checkbox"/> 3	Souvenirs de Paris	<input type="checkbox"/> 7
Papeterie	<input type="checkbox"/> 4		

LE PERSONNEL

Q3- En ce qui concerne l'accueil et l'amabilité du personnel de vente de ce rayon, êtes-vous ... ?

Entièrement satisfait	Satisfait	Moyennement satisfait	Plutôt pas satisfait	Mécontent
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Q4- En ce qui concerne l'écoute et la compréhension de votre demande par le personnel de vente, êtes-vous ... ?

Entièrement satisfait	Satisfait	Moyennement satisfait	Plutôt pas satisfait	Mécontent
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Q5- En ce qui concerne la compétence du vendeur sur le produit/article, êtes-vous... ?

Entièrement satisfait	Satisfait	Moyennement satisfait	Plutôt pas satisfait	Mécontent
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

L'ENCAISSEMENT

Q6- Avez-vous acheté quelque chose dans ce rayon ?

OUI 1 NON => passer en Q10 2

Q7- SI OUI EN Q6- Est-ce le vendeur lui-même qui a encaissé votre achat ?

OUI 1 NON 2

Q8- SI NON EN Q7- En ce qui concerne l'accueil et l'amabilité du personnel qui a encaissé votre achat, êtes-vous ? (si différent du vendeur)

Entièrement satisfait	Satisfait	Moyennement satisfait	Plutôt pas satisfait	Mécontent
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Q9- A TOUS (vendeur et caissier) - En ce qui concerne la manière dont a été emballé votre achat, êtes-vous ... ?

Entièrement satisfait	Satisfait	Moyennement satisfait	Plutôt pas satisfait	Mécontent
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

LA SATISFACTION GLOBALE

Q10- Quel est votre niveau de satisfaction globale de votre visite dans ce rayon ?

Entièrement satisfait	Satisfait	Moyennement satisfait	Plutôt pas satisfait	Mécontent
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5



▪ SIGNALETIQUE

Q11- Avez-vous la carte du magasin ?

Oui 1 Non 2

Q12- Quel est votre âge ? (en clair) / ___/ ___/RECODAGE

15-29 ans 1

30-49 ans 2

50 ans et + 3

Q13- Habitez-vous ... ?

en France 1 à l'étranger 2

Q14- Genre : homme / femme

Femme 1 Homme 2

Q15- Jour de la semaine

Lundi 1 Jeudi 4

Mardi 2 Vendredi 5

Mercredi 3 Samedi 6

Q16- Tranche horaire

09h30 / 12h00 1

12h00 / 14h00 2

14h00 / 19h00 3

Echantillon et plan d'enquête

Afin de mesurer l'activité commerciale de façon statistiquement fiable et représentative de l'ensemble de la clientèle, il est décidé d'utiliser le plan d'enquête suivant :

- une équipe d'enquêteurs est placée de manière permanente, tout au long de l'année pour représenter tous les jours de la semaine ainsi que toutes les périodes de l'année
- les clientes et clients sont abordés de façon aléatoire à la sortie des escalators
- les équipes d'enquêteurs suivent un plan précis de présence auprès des différents étages et emplacements du magasin afin de représenter toutes les surfaces de vente

Calcul de Sativente

La recommandation de 100% Satisfaction est d'utiliser un calcul simple qui soit compréhensible par tous et donnant une bonne visibilité en cas de progression.

2 options se présentent alors au groupe :

1. Le score de satisfaction global, qui a pour avantage d'être simple à manipuler et non discutable dans son mode de calcul
2. Un indice composite permettant de bien refléter la valeur perçue par les clients sur plusieurs critères, mais plus complexe à manipuler en suivi et en communication

La formule d'un indice composite sera retenue pour le calcul de Sativente.



Présentation des formules de calcul : SATIVENTE

3 critères :

- *L'accueil et l'amabilité du vendeur*
- *Son écoute et sa compréhension*
- *Sa compétence sur le produit/article*

1 seule catégorie de répondants :

- *le nombre de client « entièrement satisfaits »*

1 formule simple pour calculer « SATIVENTE » :

$$\text{SATIVENTE} = \frac{\text{Nombre de « entièrement satisfaits » (sur les 3 critères : Q3, Q4 et Q5)}}{\text{Nombre total de réponses (sur les 3 critères : Q3, Q4 et Q5)}} \times 100 = \%$$

Exemple

- *L'accueil et l'amabilité du vendeur : 49 entièrement satisfaits sur 100*
- *Son écoute et sa compréhension : 44 entièrement satisfaits sur 100*
- *Sa compétence sur le produit/article : 30 entièrement satisfaits sur 90*
- ***SATIVENTE = 49 + 44 + 30 / (100+100+90) = 42%***

Calcul du multiplicateur de prime

Le groupe décide de pré-tester le questionnaire et le mode de calcul sur 7 zones test. L'analyse des résultats permet d'identifier les premières bornes des scores obtenus pour le Sativeinte.

Détermination du Multiplicateur en fonction de SATIVENTE

SATIVENTE	MUTIPPLICATEUR
>50%	150%
41% à 50%	125%
31% à 40%	100%
21% à 30%	50%
< 20%	25%

Prime brute
de réalisation
CA

(X)

Multiplicateur
de prime

= Prime mensuelle

Exemples de calcul de la prime mensuelle :

1. *Indice SATIVENTE de 42% et indice de CA sur cible de 101%*
→ 50€ Prime CA x 125 % = 62,50 €
2. *Indice SATIVENTE de 52% et indice de CA sur cible de 117%*
→ 100 € Prime CA x 150% = 150 €



Déploiement du Système

Le comité de pilotage organise avec l'aide de 100% Satisfaction les étapes suivantes :

1. Construction d'un document présentant le projet
2. Validation par la DRH
3. Présentation au CE et validation
4. Dépôt à la Direction Départementale du Travail
5. Lancement officiel du programme
6. Communication globale aux salariés
7. Création d'un kit de formation pour les directeurs de départements
8. Formation de l'ensemble des personnels de vente



Annexes : Le Rayon Orfèvrerie

Les tableaux suivants montre une année d'évolution de Sativente ainsi que l'impact sur le multiplicateur de prime:

SATIVENTE	cristallerie - orfèvrerie - porcelaine				
	2003	2004	2004	2004	2004
Echantillon	Trim. 4 Réf	Trim. 1	Trim. 2	Trim. 3	Trim. 4
Client(e)s ayant eu un contact avec le personnel de vente	101	100	100	100	100
Dont celles/ceux qui ont acheté quelque chose	88	87	81	87	77
Taux d'achat	87%	87%	81%	87%	77%
Hommes	0%	0%	1%	3%	4%
Femmes	100%	100%	99%	97%	96%
Paris / RP	93%	89%	88%	68%	78%
Province	4%	6%	6%	10%	14%
Etranger	3%	5%	6%	22%	8%
15-29 ans	10%	20%	7%	13%	28%
30-49 ans	50%	52%	53%	43%	37%
> 50 ans	40%	28%	40%	44%	35%
% détenteurs cartes	51%	54%	67%	53%	48%
Satisfaction					
1. Accueil et Amabilité Personnel de Vente					
Entièrement satisfaits	52%	59%	83%	55%	43%
Satisfaits	44%	39%	15%	39%	46%
Moyennement + Plûtôt pas satisfaits + Mécontents	4%	2%	2%	6%	11%
2. Ecoute et Compréhension Personnel de Vente					
Entièrement satisfaits	51%	55%	82%	59%	41%
Satisfaits	41%	41%	17%	36%	48%
Moyennement + Plûtôt pas satisfaits + Mécontents	8%	4%	1%	5%	11%
3. Compétence Vendeur Produit / Article					
Entièrement satisfaits	50%	56%	83%	61%	35%
Satisfaits	42%	37%	15%	36%	60%
Moyennement + Plûtôt pas satisfaits + Mécontents	8%	7%	2%	3%	5%
4. Accueil et Amabilité Personnel qui a Encaissé l'Achat					
Entièrement satisfaits	55%	63%	81%	59%	42%
Satisfaits	41%	36%	17%	41%	45%
Moyennement + Plûtôt pas satisfaits + Mécontents	5%	1%	1%	0%	13%
5. Compétence & efficacité Personnel qui a encaissé l'Achat					
Entièrement satisfaits	56%	61%	81%	62%	44%
Satisfaits	40%	38%	17%	37%	45%
Moyennement + Plûtôt pas satisfaits + Mécontents	5%	1%	1%	1%	10%
SATIVENTE	51%	57%	83%	58%	40%



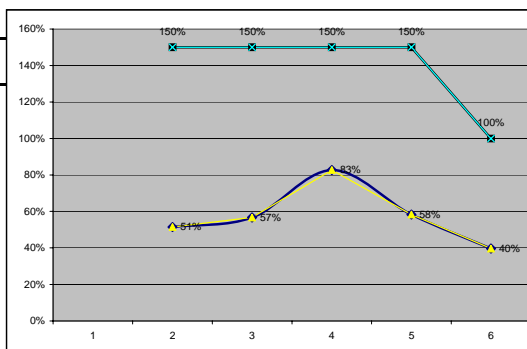
SATIVENTE

cristallerie - orfèvrerie - porcelaine

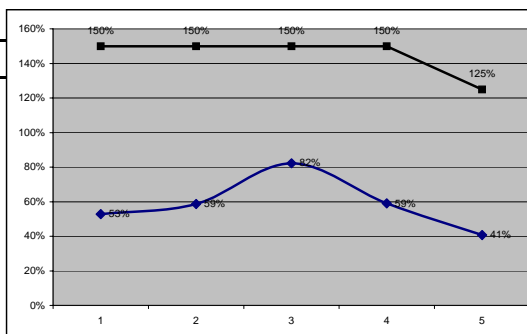
Echantillon

	2003 Trim. 4 Réf	2004 Trim. 1	2004 Trim. 2	2004 Trim. 3	2004 Trim. 4
SATIVENTE	51%	57%	83%	58%	40%
MULTIPLICATEUR	150%	150%	150%	150%	100%
SATIVENTE CAISSE	53%	59%	82%	59%	41%
MULTIPLICATEUR	150%	150%	150%	150%	125%

RESULTATS SATIVENTE
PERSONNEL DE VENTE



RESULTATS SATIVENTE
PERSONNEL DE CAISSE



Données du Business Case

Ces données proviennent d'un cas réel dont les résultats ont été rendus anonymes afin de respecter la confidentialité sur son mandataire.

A propos de 100% Satisfaction SAS

100% Satisfaction est le meilleur spécialiste de la satisfaction clients en France. 100% intervient pour le compte de grandes entreprises dans les secteurs industriels et de services. Pour plus d'informations, merci de visiter www.100-satisfaction.com

Propriété intellectuelle

L'ensemble des outils, techniques, méthodologies et concepts développés dans ce document sont des éléments de la propriété intellectuelle de 100% Satisfaction. Toute reproduction, copie, duplication ou modification est strictement interdite sans l'autorisation expresse et écrite de 100% Satisfaction et constitue un acte illicite (code de la Propriété Intellectuelle art. L. 122-4, L. 1225 et L. 335-2).

