



Fiche Technique 100% SATISFACTION

Allez rencontrer vos clients en face-à-face!

Une méthode simple et efficace pour renforcer la relation avec ses clients

A l'intérieur : une maquette de guide d'entretien !

100% Satisfaction SA
3, rue de Marly
78000 Versailles
<http://www.100-satisfaction.com>

- Pourquoi rencontrer ses clients en face-à-face ?
- Comment construire son questionnaire
- Techniques de questionnement
- Trucs et astuces
- Planifier son enquête
- Maquette de guide d'entretien

Cette fiche pratique s'adresse aux collaborateurs d'entreprises qui exercent une activité dans un environnement plutôt orienté business-to-business.

Elle permet de :

- Comprendre l'intérêt de la démarche d'enquête en face-à-face
- De construire son propre questionnaire en appui sur des techniques efficaces
- Apprendre les trucs et astuces pour réussir un entretien avec son client
- De planifier son enquête

Pourquoi rencontrer ses clients en face-à-face?

Les contraintes de la vie quotidienne ne nous permettent pas toujours de se poser avec un client et de « faire le point » avec lui.

Un client aura du mal à vous exprimer ses attentes ou sa perception de vos produits et services en quelques minutes au téléphone, et encore moins sur un questionnaire que vous lui aurez envoyé par courrier ou par internet.

En revanche il le fera beaucoup plus facilement si vous allez le rencontrer sur son lieu de travail lors d'une rencontre qui pourra durer environ une heure.

L'entretien en face-à-face est particulièrement adapté pour connaître :

1. Sa perception du marché, son appréciation du contexte économique, de son évolution, de ses tendances

2. Qui sont pour lui les meilleurs fournisseurs du marché, et les plus mauvais
3. Comment il positionne votre organisation en terme d'image
4. Comment il juge votre performance sur des critères de qualité produits, services et prix
5. Sa position de fidélité par rapport à votre offre

Avant d'en arriver là, il vous faudra préparer votre démarche minutieusement en appui sur les techniques décrites ci-dessous.

Comment construire son questionnaire ?

Un questionnaire pour une rencontre en face-à-face est appelé un « guide d'entretien ».

Ce qui implique :

- Un document court (2 pages maximum)
- Suffisamment lisible pour ne pas avoir à le consulter toutes les deux secondes lors de la rencontre
- Avec entre 20 et 30 questions maximum (rappelez-vous qu'un client passe en moyenne 2 à 3 minutes à répondre à la question d'un guide, donc on arrive très vite à l'heure d'entretien !)

L'architecture du guide est simple et efficace (toujours en 5 parties):

1. Introduction, rappel objectif de l'entretien, présentation par le client de son rôle et de sa mission dans l'organisation
2. Questions générales sur l'environnement du marché
3. Questions générales sur les fournisseurs connus et utilisés, et ceux identifiés comme meilleurs
4. Questions d'attentes et de satisfaction spécifiques sur votre entreprise
5. Satisfaction globale et conclusion entretien

Appuyez-vous sur l'exemple de guide en annexe pour construire votre propre questionnaire.

Quels types de questions utiliser ?

Les questions ouvertes et semi-directives

Il s'agit d'un entretien en face-à-face où l'essentiel de la discussion est ouverte, voire exploratoire. Cependant ne tombez pas dans le piège de poser uniquement des questions ouvertes.

Votre interlocuteur n'a certainement pas une demi-journée de réflexion à vous consacrer, alors à vous de le guider en utilisant des questions semi-directives.

Ainsi la question ouverte : « Que pensez-vous de l'état du marché actuel des produits d'équipements XYZ ? » devient la question semi-directive : « Pensez-vous que la baisse de la demande pour les produits ABCD va affecter la croissance des produits XYZ ? »

Les questions de satisfaction des critères

Elles sont regroupées par domaine de service pour assurer une certaine cohérence. Le client donne une note sur une échelle de 1 à 10 pour chaque critère :

Très Mécontent		Peu Satisfait		Moyennement Satisfait		Satisfait		Très Satisfait	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Cette échelle est facile à administrer et à interpréter ce qui permet une collecte rapide de l'information.

Pour chaque question, il est ensuite facile de demander à votre client d'étayer sa note par des commentaires. Ils sont riches en information et permettent d'affiner l'analyse de ses besoins et de ses attentes.

L'identification du Best-in Class (meilleure performance du marché)

Votre client va identifier le prestataire qui lui offre le meilleur service :

« Parmi les prestataires/fournisseurs de ..., avec qui vous travaillez, quel est le meilleur du marché ? »

La notion du Best-in-Class est très intéressante car elle permet de vous comparer par rapport aux meilleures pratiques du marché et de savoir si vous faites partie des leaders.

Trucs et Astuces

Rythmez l'entretien

Vous l'aurez compris, la dynamique de l'entretien repose sur l'alternance des questions ouvertes, semi-directives et de satisfaction.

Si votre client commente vos questions de manière imprécise, n'hésitez pas à reformuler à haute voix son dernier commentaire pour lui permettre de reprendre la main et de relancer le débat.

N'écrivez pas !

Mais enregistrez la conversation sur un petit dictaphone discret. A vous de présenter à votre client le fait que vous préférez vous concentrer sur la discussion plutôt que d'avoir à prendre en note toutes ses remarques et commentaires.

Même si votre interlocuteur peut paraître gêné au début, il aura vite fait d'oublier l'appareil sur la table. Au bout de quelques minutes il sera avec vous à fond dans la discussion !

Ne rentrez pas dans le débat !

Ne tombez pas dans le piège du professionnel que vous êtes à rentrer dans l'argumentation commerciale avec votre client. Mettez-vous dans la peau d'un enquêteur qui reste neutre et objectif tout au long de l'entretien. Contentez-vous de poser les questions et d'écouter le plus possible (même si ce que vous entendez ne vous plaît pas, ou si vous pensez que vous avez la réponse !).

Allez jusqu'au bout du guide d'entretien

Même si vous sentez que votre interlocuteur commence à se lasser ou montre des signes d'impatience, allez jusqu'au bout des questions (en accélérant légèrement votre rythme).

Il est toujours désagréable de se laisser prendre par le stress du client et de s'apercevoir à la sortie de l'entretien que l'on a oublié de poser une des questions capitales du guide.

Ne parlez pas de prix !

Il s'agit d'un entretien qui doit se situer en dehors d'un contexte de négociation commerciale.

Plannifiez votre enquête

Organisez votre planning

Un bon rendez-vous est organisé de la façon suivante :

1. Envoi d'un courrier présentant la démarche et introduisant l'appel de prise de rendez-vous (n'envoyez JAMAIS de e-mail). C'est une bonne idée d'envoyer le guide d'entretien en avance si votre client en fait la demande.
2. Appel téléphonique 3 jours après l'envoi (pas plus)
3. Confirmation du rendez-vous la veille de l'entretien (par téléphone ou par e-mail)
4. Réalisation de l'entretien. N'annulez pas votre visite et arrivez à l'heure. Votre client ne vous recevra pas dans les mêmes conditions si vous avez du déplacer votre rendez-vous.
5. Faites-un compte-rendu sur les points importants dans la semaine
6. Envoyez TOUJOURS un courrier de remerciement

Faites un compte-rendu rapide et un suivi performant

1. Faites partager le compte-rendu de l'entretien à vos collaborateurs, notamment pour les faire réagir sur les points critiques.
2. Revenez vers votre client au plus tard 15 jours après l'entretien pour lui faire part de la synthèse de vos réponses.
3. Communiquez une synthèse de cette action à votre management, accompagnée de vos recommandations d'actions immédiates

ANNEXE : Maquette de Guide d'Entretien

Client	N° Client	DATE
Adresse		HEURE
Nom Contact		
Fonction		

PARTIE MISSION, MARCHÉ, BEST-in-CLASS et ATTENTES GLOBALES

Introduction répondant

1. Rappel objectifs de l'entretien
2. Confirmation du temps disponible avec le client

Rôle et mission du client

3. Pouvez-vous me rappeler quelle est votre fonction exacte ?
4. Et pouvez-vous me décrire votre mission ?

Parlons des acteurs du marché...

5. Quelle est votre analyse de l'évolution du marché de ?
6. Qui sont les fournisseurs de ... que vous connaissez ? que vous utilisez ?
7. Qui sont pour vous les meilleurs fournisseurs du marché de... ? et les moins performants ?
8. Et pour quels motifs ?

Identification des attentes globales

9. Quels sont les critères de qualité de service et de qualité produits qui vous paraissent les plus importants en ce qui concerne les fournisseurs de ?
10. En ce qui concerne notre entreprise, quelles sont vos attentes en matière de qualité produits et services ?
11. Quelle image avez-vous de nos services, de nos produits ?

Identification des attentes et satisfaction spécifiques (exemple non limitatif)

12. Quelles sont vos attentes en ce qui concerne ... ?
13. Quel est votre niveau de satisfaction en ce qui concerne ... ?
14. Pourquoi êtes-vous particulièrement satisfait / insatisfait sur ce critère ?

PARTIE MESURE SATISFACTION – ATTENTES – SUGGESTIONS (exemple)

Domaine de Service N° 1 : L'organisation

15. L'adéquation de l'organisation de votre fournisseur à vos attentes (qui contacter pour quel problème ?)
16. L'accessibilité de vos interlocuteurs (téléphone ; fax ; e-mail)
17. La clarté des documents commerciaux (factures, proforma...)

Domaine de Service N° 2. La Prise de Commandes

18. La flexibilité sur les minima de commandes
19. La souplesse sur les modifications de commandes (demande spécifique, marquage...)

Domaine de Service N° 3. L'Offre Produits

- | | |
|--|--|
| 20. L'offre d'une gamme de produits standards (Article catalogue sans quantité minimum de fabrication) | |
| 21. L'étendue de la gamme | |

Domaine de Service N° 4. La Logistique (Livraison Physique des Produits)

- | | |
|--|--|
| 22. Les informations communiquées sur les commandes (situation de commande, traitement des commandes...) | |
| 23. Le respect des délais de livraison | |

Domaine de Service N° 5. Les Relations Commerciales

- | | |
|--|--|
| 24. La qualité du relationnel avec vos interlocuteurs (commercial et assistante commerciale) | |
| 25. La réactivité de vos interlocuteurs commerciaux (commercial et assistante commerciale) | |

Domaine de Service N° 6. Les Relations Marketing

- | | |
|---|--|
| 26. La qualité des promotions (publicité) sur les produits | |
| 27. Le soutien et la formation aux produits (auprès de vos clients et équipes de vente) | |

Domaine de Service N° 7. L'Assistance Technique

- | | |
|--|--|
| 28. Le traitement des réclamations (<i>qualité et rapidité des solutions apportées : avoir, remplacement...</i>) | |
| 29. La pertinence des informations techniques fournies (<i>par rapport aux opérations de transformation faites sur le produit</i>) | |

SATISFACTION GLOBALE ET CONCLUSION**Satisfaction Globale**

30. Quel est votre niveau de satisfaction global pour ...
31. Dans quelle mesure êtes-vous prêt à recommander ...

Entreprise	Meilleur du marché

Conclusion

32. Quelles sont les suggestions que vous souhaitez formuler à ... pour qu'il améliore sa qualité de service ?
33. Quelles sont vos attentes de suivi suite à notre rencontre ?

**Merci de votre accueil et de votre temps
Je vous souhaite une bonne journée**

A propos de l'auteur

Stéphane Blondeau est fondateur et dirigeant de 100% Satisfaction SA depuis 1995. Il possède 10 années d'expériences dans les métiers des études, du conseil en management et du Web. Stéphane a notamment fondé planeteclient.com, « le portail de la Relation Client ». Stéphane est diplômé de l'Institut Supérieur du Commerce et a obtenu un MBA à la University Michigan Business School, Ann Arbor, USA

A propos de 100% Satisfaction SA

100% Satisfaction est un concept d'entreprise unique focalisé autour des métiers de la connaissance clients et du changement stratégique. 100% intervient pour le compte de grandes entreprises et de dotcoms dans les secteurs de l'industrie et des 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. Ils ont pour but d'aider à mieux comprendre les outils du management moderne. Toute reproduction, copie ou duplication strictement interdite sans l'autorisation expresse et écrite de 100% Satisfaction