

LA SATISFACTION CLIENTS, L'AFFAIRE DE TOUS LES COLLABORATEURS.

Si la notion de « satisfaction clients » apparaît aujourd'hui comme une évidence, elle n'est cependant pas facile à faire adopter au plus grand nombre. Pourtant, la réussite d'un programme de satisfaction clients repose essentiellement sur la capacité qu'aura l'entreprise à impliquer ses collaborateurs à la démarche.

Il nous apparaît indispensable d'intégrer cet aspect dans la réflexion initiale à la construction ou à l'amélioration de votre programme. Il faut s'attacher à lever les freins naturels aux partages de l'information et aux changements.

Le comité de pilotage de votre projet doit s'efforcer d'apporter des réponses adaptées aux deux facteurs de réussite de votre futur programme :

- La sensibilisation des collaborateurs : comment valoriser à l'interne la « satisfaction client » et les outils de mesure qui y sont associés ?
- L'appropriation du défi : comment faire partager la responsabilité de la « satisfaction client » et communiquer l'information fournie par les outils de mesure ?

Lutter contre les a priori : l'enquête miroir

Face à des équipes réticentes, la mise en place d'une enquête miroir est souvent une solution efficace.

En demandant aux collaborateurs de répondre au même questionnaire en imaginant la réponse des clients, nous pouvons confronter le perçu et le vécu. Cette approche offre une réelle opportunité de remise en cause de chacun sur sa vision du client tout en soulignant les priorités d'action.

Partager l'information : communiquer avec transparence

Le frein principal à la démarche est essentiellement basé sur la question du partage de la responsabilité. Car si la nécessité de la mesure de satisfaction n'est que rarement remise en cause, c'est essentiellement l'exploitation des résultats qui indispose les collaborateurs. Ils perçoivent en premier lieu ces

outils de mesure comme des indicateurs qui remettent en cause la qualité de leur travail.

Avant de lancer un programme, il est donc essentiel de rassurer et de partager avec les salariés les enjeux du programme :

- Le pourquoi
- L'objectif
- Les outils de mesure (enquêtes téléphoniques, enquêtes mystère...)
- Les étapes du parcours client mesurer (commercial, installation, SAV, facturation...)
- Les différents formats de restitutions
- Les plans d'action et le suivi des actions

Communiquer sur les résultats : un baromètre simplifié

Pour qu'un programme de satisfaction client soit une pleine réussite, les résultats ne doivent pas avoir comme unique vocation de mettre en place des plans d'action. Ils doivent également être communiqués à l'interne sous la forme d'un baromètre simplifié (les principaux indicateurs / les objectifs fixés) pour mettre l'accent sur l'enjeu et impliquer chaque jour plus encore les salariés de l'entreprise.

Valoriser le rôle de chacun : le challenge interne

Si la communication autour de l'outil constitue une étape essentielle, elle ne permet pas encore aux collaborateurs de favoriser l'implication de chacun.

Pour créer un déclic, bien souvent l'entreprise lancera un challenge interne sur le thème de la satisfaction clients. Cette démarche stimulera principalement les collaborateurs sensibles aux challenges ou directement impliqués dans la relation clients.

Pour impliquer le plus grand nombre, 100% Satisfaction recommande en amont de ce défi, de bâtir une véritable démarche de réflexion interne autour de ce concept.

L'objectif est de faire participer l'ensemble des départements de l'entreprise à la discussion. Chaque entité devant apporter sa pierre à l'édifice en identifiant, à son niveau, les leviers potentiels susceptibles d'influencer le niveau de satisfaction clients.

Il est essentiel de promouvoir à l'interne cette « campagne » de réflexion et d'apporter un soutien aux managers dans la mise en place de ces « tables



rondes » (guide book : outils d'aide à l'organisation, méthodologie de synthèse et de reporting...).

Reconnaître le mérite : l'incentive

L'expérience démontre bien évidemment que les entreprises qui ont un dispositif de « primes variables » indexées sur le niveau de satisfaction clients arrivent à de meilleurs résultats.

Aussi, dans la réflexion préalable à la construction de l'outil de mesure, il est vivement recommandé de prévoir les indicateurs éventuellement nécessaires à la mise en place d'un tel dispositif.

Une formidable opportunité

Le programme de satisfaction clients est un outil essentiel à la croissance de l'entreprise mais également une magnifique occasion de dynamiser l'implication de ses salariés.

100% Satisfaction recommande de créer, dès le départ, un comité de pilotage composé des principaux acteurs de l'entreprise (marketing, services, distribution, gestion réseaux, ressources humaines, promotions et communications...) qui permettront cette réflexion globale. Ils apporteront la « Voix Interne » garante de la réussite de votre projet d'écoute de la « Voix du Client ».

A propos de 100% Satisfaction SA

100% Satisfaction est un concept d'entreprise unique focalisé autour des métiers de l'Ecoute Clients et de la mesure de la Qualité de Service. 100% intervient pour le compte de grandes entreprises dans les secteurs de l'industrie et des services. Pour plus d'informations, merci de visiter www.100-satisfaction.com

CONTACT

100% Satisfaction SA

3, rue de Marly

78 000 Versailles

tél. : 01 30 97 40 40

web : www.100-satisfaction.com