

Fiche méthodologique

L'ENQUÊTE DE SATISFACTION

QU'EST-CE QU'UNE ENQUÊTE DE SATISFACTION?

La satisfaction est l'opinion d'un client résultant de l'**écart** entre ses **attentes** et sa **perception** du produit ou service consommé.

Le schéma de satisfaction du client est le suivant :
Attentes → Expérience du produit → Perception de l'écart entre attentes et expérience du produit → Niveau de satisfaction

Une enquête de satisfaction est menée par une équipe qui recueille les données relatives aux attentes et perceptions des clients afin d'en extraire des indices de satisfaction. L'enquête peut se réaliser **indirectement** (fichiers clients, retours clients, etc.) ou **directement** auprès des clients par des méthodes [qualitatives](#) ou [quantitatives](#).

POURQUOI REALISER UNE ENQUÊTE DE SATISFACTION ?

Une étude de satisfaction peut avoir un ou plusieurs objectifs parmi lesquels :

Connaître les attentes, les besoins, les préférences, les priorités, les motifs d'insatisfaction des clients ;

Mesurer la satisfaction et son évolution dans le temps ;

Expliquer, trouver des explications à des questionnements ou à des observations ;

Solliciter des idées et des points d'amélioration.

Manager, sensibiliser le personnel, le motiver ;

Ainsi, l'étude de satisfaction permet de recueillir des informations sur ce que pensent les clients des produits/services, pour permettre à l'entreprise :

- de se situer par rapport à la concurrence;
- d'identifier les points d'amélioration des produits/services;
- de fidéliser la clientèle.

EN QUOI CONSISTE L'ETUDE DE SATISFACTION ?

Comme dans le cadre de toute autre étude, l'étude de satisfaction consiste à recueillir et analyser des **informations** spécifiques à l'aide de différents **outils méthodologiques**, en suivant rigoureusement un ensemble d'**étapes**.

LES INFORMATIONS A RECUEILLIR

On peut s'intéresser à la satisfaction globale du client par rapport à l'entreprise, ou s'intéresser à la satisfaction sur un point spécifique (bien ou service, événement ponctuel ...).



Ex : Les revendeurs sont-ils satisfaits de faire partie du réseau de vente de Nafa Naana ? (général)

Les revendeurs sont-ils satisfaits des services d'accompagnement proposés par Nafa Naana ? (spécifique)

Dans tous les cas, il faut recueillir des informations :

- Sur les attentes initiales des clients ou parties prenantes étudiées. *Ex : Pourquoi les vendeurs s'engagent-ils dans la revente de produits Nafa Naana ?*
- Sur les valeurs du groupe étudié. *Ex : Quels sont les bénéfices que les revendeurs tirent à faire partie du réseau Nafa Naana ?*
- Sur l'utilisation qui est faite du bien ou du service. *Ex : Combien de revendeurs ont recours aux services d'appui de Nafa Naana ?*
- Sur la perception du bien ou du service. *Ex : Quels sont les motifs d'insatisfaction des revendeurs ? Quelles sont leurs préférences ?*

LES METHODES D'ENQUETE

Afin de collecter ces informations concernant la satisfaction et le niveau d'utilisation des biens et services reçus, il existe divers outils méthodologiques, **qualitatifs** et **quantitatifs**, qui peuvent être utilisés de façon complémentaire :

1. L'observation et l'analyse des données disponibles (fichiers clients, chiffres de vente, retours clients etc.)
2. [Les entretiens qualitatifs](#) : focus group ou entretien individuel
3. [Les questionnaires quantitatifs](#)

LES ETAPES DE L'ETUDE DE SATISFACTION

1. Elaboration des [Termes de Référence](#) : définition du contexte, des objectifs, du budget, et de l'équipe en charge de l'étude de marché
2. Sélection des méthodes d'enquête qui seront appliquées ([Qualitatif](#) et/ou [quantitatif](#))
3. Elaboration des supports d'enquêtes (trames d'entretien ou de [questionnaires de satisfaction](#) ...)
4. Conduite de l'étude et des différentes enquêtes sélectionnées lors de l'étape 2.
5. Saisie et analyse de données
6. Synthèse et communication des résultats

