

PARTICIPER À LA MESURE LA SATISFACTION ET LA FIDELISATION DE LA CLIENTELE

Objectifs :

- Décrire les comportements d'achat et les habitudes de la clientèle en déduisant les conséquences
- Décrire les outils de mesure permanents et ponctuels de la satisfaction de la clientèle
- Identifier les exploitations possibles des remontées d'informations
- Décrire les techniques de mercatique après-vente utilisées et leurs conditions d'utilisation
- Définir le contenu des différentes zones d'un message
- Indiquer la hiérarchie et souligner la pertinence des informations à transmettre

Situation professionnelle :

Vous débutez une période de formation dans le magasin de prêt-à-porter féminin CAMAÏEU. Vous êtes accueilli(e) par Sophie Laureau, nouvellement nommée responsable du magasin.

CAMAÏEU

A son arrivée, il y a un mois, elle a constaté que les ventes de la boutique diminuaient. Elle veut en identifier les raisons, sachant que les techniques de merchandising définies par le groupe CAMAIEU sont parfaitement appliquées.

Elle vous explique que le marché du prêt-à-porter féminin est un marché très concurrentiel et que pour assurer une croissance ou un maintien du chiffre d'affaires, il est indispensable de veiller à la fidélisation de sa clientèle. Mme Laureau souhaite vous associer à la mesure de ces deux notions.



1

Renseigner un questionnaire proposé par la hiérarchie de l'unité commerciale

A



Aujourd'hui, je tiens à vous associer à la mesure de la fidélisation et de la satisfaction de notre clientèle féminine âgée de 15 à 50 ans. Les ventes de notre magasin diminuent. Nous devons en comprendre les raisons, c'est pourquoi nous allons réaliser un questionnaire pour connaître l'appréciation de nos clientes sur le magasin et sur le programme fidélité CAMAIEU. Durant la semaine du 24 au 29 mars, vous administrerez ce questionnaire aux femmes qui auront visité le magasin, qu'elles aient acheté ou non, qu'elles possèdent ou non la carte de fidélité CAMAIEU. Pour obtenir des résultats représentatifs, 300 femmes devront être interrogées.

Prenez connaissance du mémo présentant les différentes étapes à suivre pour construire un questionnaire (document 1) et préparez un récapitulatif des quatre premières étapes pour notre projet.

Document 1

MÉMO - Les étapes de construction d'un questionnaire de satisfaction

Étape 1. Définir le ou les objectifs de l'enquête : que veut-on savoir ?

Étape 2. Constituer un échantillon : qui et combien interroger ?

Un échantillon est un ensemble de personnes à interroger. Il est dit représentatif lorsqu'il possède les mêmes caractéristiques que la population de base.

On distingue deux méthodes d'échantillonnage :

- la méthode probabiliste basée sur le hasard, le tirage au sort ;
- la méthode non probabiliste qui consiste à identifier dans la population de base, un ou des critères de répartition significatifs à respecter lors de la détermination de l'échantillon de personnes à interroger. Par exemple, si notre clientèle est constituée à 80 % de femmes et 20 % d'hommes, l'échantillon comprendra 80 % de femmes et 20 % d'hommes.

Étape 3. Choisir un mode d'administration : où, comment interroger ?

• En face à face (dans le magasin, à la sortie du magasin, dans la rue, au domicile des interrogés) • par téléphone • par voie postale • par voie électronique (site Internet, messagerie électronique).

Étape 4. Déterminer la période, la durée d'administration du questionnaire : quand administrer le questionnaire ?

Étapes	Éléments propres au questionnaire CAMAIEU
1. Définir le ou les objectifs de l'enquête	
2. Constituer un échantillon	
3. Choisir un mode d'administration	
4. Déterminer la période, la durée d'administration du questionnaire	

Document 2

B **MÉMO - Les étapes de construction d'un questionnaire de satisfaction (suite)**

Étape 5. Structurer et rédiger le questionnaire : quelle structure adopter ? quelles questions poser ?

- Une phrase d'introduction qui précise le but de l'enquête.
- Un développement qui reprend les thèmes à aborder. Commencer par des thèmes ou questions d'ordre général et finir par des thèmes et questions plus précis, plus personnels. Les questions doivent être claires, simples, courtes et sans équivoque. Pour faciliter le repérage et la saisie des réponses lors du traitement et dépouillement du questionnaire, il convient de numéroter les questions.
- Une zone d'identification de l'enquêté (sexe, âge, profession, situation de famille, adresse...).
- Une conclusion qui remercie l'interrogé de sa collaboration.

Étape 6. Tester le questionnaire : ce questionnaire est-il exploitable ?

Prenez maintenant connaissance des étapes 5 et 6 (document 2). Je compte sur vous pour me faire des propositions concernant l'étape 5 ! Donnez une structure au questionnaire en rédigeant l'introduction, la zone d'identification de l'interrogé et la conclusion du questionnaire.

ENQUETE DE SATISFACTION

CAMATEU

Introduction :

Identification de l'interrogé :

Conclusion :



J'ai réalisé une ébauche du questionnaire (document 3). J'ai notamment choisi des questions à échelle mais il existe d'autres types de questions (document 4). L'administration de ce questionnaire doit également nous permettre de savoir si les clientes connaissent le programme de fidélité CAMAÏEU (document 5). À l'aide des documents 4 et 5 et de mes notes, terminez la rédaction du questionnaire. Proposez des questions portant sur le thème de la fidélisation.

Document 3

Ébauche du questionnaire de satisfaction

ENQUÊTE DE SATISFACTION

CAMAÏEU

Légende : 😊😊 Très satisfaisant 😊 Satisfaisant 😞 Insuffisant

Question 1 : Concernant le MAGASIN

Quelle est votre appréciation sur :	😊😊	😊	😞
L'attrait de la vitrine ?			
La propreté extérieure du magasin ?			
La propreté à l'intérieur du magasin ?			

Question 2 : Concernant les PRODUITS

Quelle est votre appréciation sur :	😊😊	😊	😞
La présentation des produits ?			
Le choix proposé ?			
La qualité des produits ?			
Le rapport qualité-prix ?			

Question 3 : Concernant l'ACCUEIL ET LES CONSEILS DU PERSONNEL DE VENTE

Quelle est votre appréciation sur :	😊😊	😊	😞
L'accueil que vous a réservé le personnel de vente ?			
La disponibilité du personnel de vente ?			
Les conseils et les réponses apportés par le personnel de vente ?			

Document 4

Les différents types de questions

Types de questions	Caractéristiques de la question	Exemple
Fermée unique	Réponse guidée, une seule réponse possible	Venez-vous pour la première fois dans ce magasin ? <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
Ouverte	Réponse libre	Quelles sont vos suggestions pour améliorer notre magasin ?
À choix multiple	Éléments de réponse à choisir	Quel(s) sport(s) pratiquez-vous ? <input type="checkbox"/> Tennis <input type="checkbox"/> Foot <input type="checkbox"/> Rugby
Avec classement	Éléments de réponse à classer	Classez par ordre de préférence les enseignes suivantes : <input type="checkbox"/> Carrefour <input type="checkbox"/> Auchan <input type="checkbox"/> Géant <input type="checkbox"/> Intermarché
À échelle	Éléments de réponse à apprécier avec une échelle graduée	Nos prix sont moins élevés que ceux de la concurrence : <input type="checkbox"/> Tout à fait d'accord <input type="checkbox"/> Plutôt d'accord <input type="checkbox"/> Pas du tout d'accord

Document 5

Programme de fidélité CAMAIEU (extraits)

ARTICLE 1 – ADHÉSION AU PROGRAMME

La carte de fidélité Camaïeu est délivrée gratuitement pour tout achat dans le réseau Camaïeu. Elle peut être proposée par l'hôtesse de vente ou demandée par toute personne physique majeure. L'adhésion engendre l'acceptation des e-mails liés au programme (franchissement de paliers, bon de fidélité...).

**ARTICLE 2 – OBTENTION DES POINTS ET DES JOURNÉES D'ACHAT**

La carte de fidélité permet de cumuler des points lors de chaque achat dans le réseau Camaïeu, même pendant les soldes, sur présentation ou par identification du client en caisse, sur la base de 1 euro net = 1 point.

ARTICLE 3 – UTILISATION DES POINTS

Les points sont débités au déclenchement automatique d'un bon d'achat fidélité d'un montant de 6 € par tranche de 150 points cumulés. [Ce bon est valable un à deux mois en fonction du palier fidélité].

ARTICLE 4 – LES DIFFÉRENTS PALIERS DE FIDÉLITÉ

5 paliers d'avantages selon le nombre de journées d'achat acquises :

- 1^{er} palier = 1 journée d'achat dans l'année : inscription à la newsletter, accès à un espace dédié sur Internet, hotline client et cumul des points
- 2^e palier = 2 journées d'achat dans l'année : retours sans ticket de caisse en magasin, réservation gratuite de 3 vêtements pendant 48h et des invitations exclusives
- 3^e palier = 4 journées d'achat dans l'année : un cadeau d'anniversaire
- 4^e palier = 8 journées d'achat dans l'année : des retouches simples gratuites en magasin et une augmentation de la validité des bons d'achat fidélité d'un mois supplémentaire
- 5^e palier = 12 journées d'achat dans l'année : livraison à domicile gratuite si indisponibilité de l'article en magasin et des invitations à des ventes privées

Source : www.camaieu.fr

Notes pour le questionnaire de satisfaction

- ✓ Insérez un thème « Votre connaissance du programme de fidélité CAMAIEU »
- ✓ Rédigez des questions (au maximum 4 questions) pour savoir :
 - si les clientes possèdent notre carte de fidélité
 - Si non, pourquoi ?
 - si elles connaissent notre programme de fidélité
 - Si oui, quels avantages ?
- ✓ Évitez les questions ouvertes, trop fastidieuses à dépeuiller.

Rédaction des questions portant sur le thème de la fidélisation

Thème	
Q. 1	
Q. 2	
Q. 3	
Q. 4	

2

Recueillir les informations et les exploiter

D



Vous avez bien administré le questionnaire à 300 femmes et le dépouillement a été réalisé à l'aide d'un logiciel de traitement de questionnaires. Prenez connaissance des résultats et analysez-les. Vous présenterez dans un tableau les points forts et les points faibles du magasin que vous pourrez en dégager.

ACTIVITE D**Résultats du dépouillement des 300 questionnaires (en %)**

Légende : 😊😊 Très satisfaisant 😊 Satisfaisant 😞 Insuffisant

Question 1 : Concernant le MAGASIN			
Quelle est votre appréciation sur :	😊😊	😊	😞
L'attrait de la vitrine ?	65	30	5
La propreté extérieure du magasin ?	90	10	0
La propreté à l'intérieur du magasin ?	95	5	5

Question 2 : Concernant les PRODUITS			
Quelle est votre appréciation sur :	😊😊	😊	😞
La présentation des produits ?	75	20	5
Le choix proposé ?	60	28	12
La qualité des produits ?	73	20	7
Le rapport qualité-prix ?	65	33	2

Question 3 : Concernant l'ACCUEIL ET LES CONSEILS DU PERSONNEL DE VENTE			
Quelle est votre appréciation sur :	😊😊	😊	😞
L'accueil que vous a réservé le personnel de vente ?	92	8	0
La disponibilité du personnel de vente ?	68	27	5
Les conseils et les réponses apportés par le personnel de vente ?	10	39	51

Votre connaissance du programme de fidélité CAMAÏEU

Question 4 : Possédez-vous la carte de fidélité CAMAÏEU ?			
Oui (passez à la question 6)	55 %	Non	45 %

Question 5 : Si non, pourquoi ?	
Le personnel de vente ne vous l'a pas proposée.	70,37 %
Vous avez déjà de nombreuses cartes de fidélité dont vous ne connaissez même pas les avantages.	20 %
Vous n'êtes pas sensible aux offres de fidélité proposées par les enseignes	9,63 %

Question 6 : Connaissez-vous les avantages offerts par les 5 paliers de fidélité de la carte CAMAÏEU ?			
Oui	20 %	Non	80 %

Question 7 : Parmi les avantages suivants du programme de fidélité CAMAÏEU, lesquels connaissez-vous ?			
Le bon de réduction de 6 € envoyé dès 150 points d'achat cumulés	100 %	L'inscription à la newsletter	100 %
Le service clients	7 %	La réservation gratuite de 3 vêtements	0 %
Votre cadeau d'anniversaire	50 %	Les retouches simples gratuites dès la 8 ^e journée d'achats	0 %
La livraison à domicile offerte si l'article est indisponible en magasin	0 %	L'invitation à des ventes privées	5 %

Tableau d'analyse du questionnaire CAMAÏEU

Points forts du magasin	Points faibles du magasin

E**De :** sophielaureau@camaieu.fr**A :** stagiaire.BacCom@camaieu.fr**Objet : Analyse tableau de bord**

✉ Tableau de bord – Mars 201N

Bonjour,

Si le dépouillement du questionnaire nous permet de connaître ponctuellement la satisfaction de nos clientes, le tableau de bord est un outil de mesure permanente de notre activité commerciale, son analyse nous permettra notamment de mesurer et connaître la tendance en matière de fidélisation. Je vous charge donc de compléter et d'analyser le tableau de bord des sorties de caisse pour mars, vous le trouverez en pièce jointe.

Pour information : le panier moyen correspond à la dépense moyenne par client. Chaque mois, l'objectif de placement de carte CAMAÏEU est de 5 %, celui du taux de CA TTC encarté est de 60 %.

Je suis en formation pendant 2 jours, merci de laisser vos commentaires sur mon bureau.

Bonne journée.

Sophie Laureau

Extrait du tableau de bord – Sorties caisses – Mars

Indicateurs de mesure	Février 201N	Mars 201N	Évolution en % entre février et mars**
CA total TTC réalisé	78 258,00 €	75 287,00 €	
Nombre de porteurs de la carte de fidélité	556	568	
CA TTC avec la carte de fidélité CAMAÏEU	42 564,00 €	40 745,00 €	
Nombre de passages en caisse sans la carte de fidélité	1 127	1 023	
Nombre de passages en caisse avec la carte de fidélité	702	688	
Panier moyen d'un client non fidélisé*	32 €		
Panier moyen d'un client porteur de la carte*	61 €		
Taux de CA TTC encarté**			

* Arrondir à l'unité la plus proche ** Arrondir à deux décimales

F



Le diagnostic de notre magasin en matière de satisfaction clientèle et de fidélisation a mis en évidence nos points faibles, il faut y remédier. Les techniques de mercatique après-vente sont des services qui permettent de renforcer l'attachement des clients à une enseigne une fois la vente réalisée. Par exemple, après la date d'achat, toute cliente CAMAÏEU dispose de 30 jours (7 jours pour les produits soldés) pour retourner les articles non portés, non retouchés. Sur présentation du ticket de caisse, ils sont échangés ou remboursés. Lisez attentivement le document 6 sur les différentes techniques de mercatique après-vente puis listez les techniques actuellement mises en place dans le cadre du programme de fidélité CAMAÏEU (document 5) et celles qu'il convient d'améliorer ou de mettre en place pour pallier nos faiblesses et ainsi augmenter notre chiffre d'affaires.

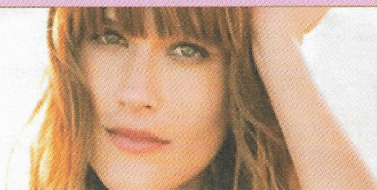
Document 6

Les techniques de mercatique après-vente

Techniques	Intérêt pour le point de vente	Outils à disposition
Le service après-vente	Le SAV doit assurer une satisfaction maximum au client suite à l'achat du produit ou lors de son utilisation. Assurés par le fabricant ou par le distributeur, certains services comme la réparation sont fournis dans le cadre des garanties contractuelles et légales.	La livraison à domicile ou en magasin
		Le retour gratuit en magasin
		L'échange ou le remboursement
		L'installation, la mise en service
		Le retrait en magasin
		La réparation
		La commande de pièces détachées
		L'assistance à domicile
		L'entretien, la révision
		La proposition d'une garantie complémentaire
La communication	Qu'elle soit personnalisée ou collective, la communication vise à maintenir le contact avec le client, à instaurer un dialogue.	Le service clients (conseils, gestion des réclamations...)
		Le publipostage, l'e-mailing
		Le magazine, la newsletter
		Les supports d'ILV
		Le site Internet
La fidélisation	La fidélisation vise à garder un client actif, en instaurant un attachement à l'enseigne, à la marque.	La création d'événements
		La boîte à idées, à suggestions
		La carte de fidélité
		Le couponnage électronique
		Les cadeaux, les avantages exclusifs
La formation du personnel aux techniques de fidélisation		

CAMAÏEU

ACHETEZ 24H/24 sur camaieu.fr



Analyse des techniques de mercatique après-vente pour CAMAIEU

Techniques mises en place	Techniques à améliorer ou mettre en place

3 Rendre compte

MESSAGE

G

La responsable régionale, Stéphanie Louvier, a connaissance de la baisse de chiffre d'affaires de notre magasin. Je l'ai notamment informée de l'enquête de satisfaction administrée à nos clientes au cours de la semaine du 24 au 29 mars. Elle souhaite que nous lui transmettions une fiche de synthèse (document 7).

Vous la rédigerez à l'aide d'un logiciel de traitement de texte en prenant soin de structurer le développement de la fiche et de proposer au moins trois actions d'amélioration en conclusion.

Sophie Laureau

Document 7

MÉMO - La présentation d'une fiche de synthèse

En-tête
Nom de l'émetteur

Date

Destinataire

Titre

Objet

Sources

Introduction :
thème, problématique et annonce du plan

Développement structuré de la fiche avec présentation
des points importants

Conclusion : bilan final, propositions

Signature,
nom et qualité

La fiche de synthèse est un document écrit qui permet de faire le point sur un thème précis. Elle est élaborée à partir de plusieurs documents, à la demande d'un supérieur hiérarchique.