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

Afin de choisir la meilleure stratégie de fidélisation, une entreprise doit être capable de connaître le niveau de satisfaction et de fidélisation de sa clientèle.

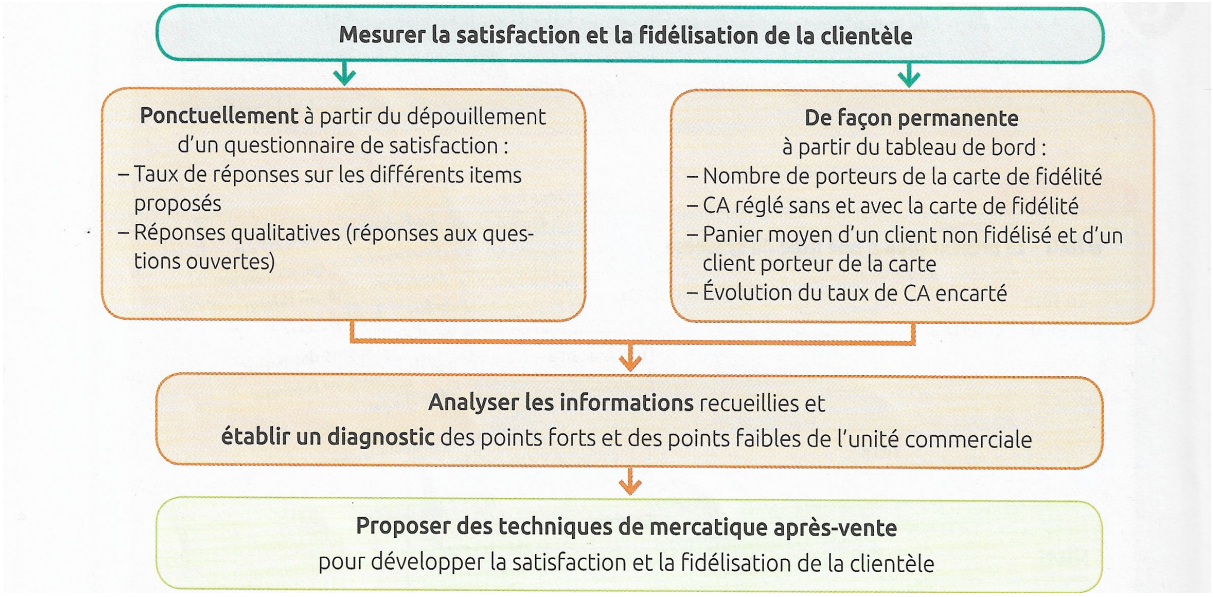
I- La démarche

La mesure du degré de satisfaction et de fidélisation de la clientèle d'une enseigne se fait surtout par le biais de questionnaires qui sont à compléter par les clients.

Pour cela, il faut :

- ➔ **Concevoir un questionnaire**
  et s'assurer de sa qualité pour qu'il soit exploitable
- ➔ **Administrer le questionnaire**
  auprès d'un échantillon de la clientèle
- ➔ **Analyser les informations recueillies**
  et les présenter sous forme de tableaux ou graphiques
- ➔ **Etablir un diagnostic des points forts et des points faibles**
  de l'unité commerciale
- ➔ **Proposer des techniques de mercatique après-vente**
  pour développer la satisfaction et la fidélisation de la clientèle
- ➔ **Rendre compte des résultats obtenus**
  sous forme de synthèse à sa hiérarchie ou aux clients

II- Le recueil des informations et leur exploitation



Évaluer les performances de l'unité commerciale :
analyser les différents indicateurs pour établir un diagnostic de l'unité commerciale

Fréquentation	Chiffre d'affaires	Offre	Équipe de vente
Calculer le taux de transformation en fonction du nombre d'entrées clients par rapport au nombre de passages en caisse.	Comparer le chiffre d'affaires par rapport : – à une unité pilote, aux autres points de vente du réseau ou aux concurrents ; – à l'historique des ventes.	Dégager les forces et les faiblesses par rapport aux attentes des clients.	Évaluer les performances individuelles et collectives au niveau : – de la réalisation des différents objectifs individuels ; – de la compétence ; – de la relation clientèle ; – de la gestion du rayon.

III- Le compte-rendu

Par un moyen de communication approprié, transmettre les résultats sous forme de synthèse illustrée de données chiffrées, de tableaux, de graphiques

- **À la hiérarchie** pour la mise en place de mesures correctives
- **Aux clients** pour les informer et les associer à l'amélioration de la satisfaction clientèle

Réagir : mettre en place des mesures correctives

Déterminer les causes des sorties sans achat.	Réajuster la politique commerciale de l'unité en fonction des préconisations de l'enseigne (cadre de vente, produit, personnel, communication).	Suivre : – la qualité des produits ; – la disponibilité des produits ; – la correspondance entre la composition de l'assortiment et les attentes clients.	Établir un niveau de performance individuelle et par équipe. Former et informer les vendeurs. Adopter une politique de recrutement adaptée.