



# Préparer une enquête satisfaction clients

---

Un guide pour aider les entreprises à préparer une enquête de satisfaction

*Livre Blanc écrit par Inkidata*

# Sommaire

<b>Introduction</b>	<b>2</b>
<b>Conception d'une enquête de satisfaction</b>	<b>4</b>
Constitution d'une équipe projet	4
Design du questionnaire	5
Structurer un questionnaire	6
Choisir les questions	6
Rédiger les questions	7
<b>Modes d'administration de l'enquête</b>	<b>8</b>
Enquête en ligne	8
Enquête sur bornes	9
Enquête téléphonique	10
<b>La suite, le traitement et l'analyse des résultats</b>	<b>11</b>
<b>Avec l'aide d'un prestataire</b>	<b>12</b>
<b>Synthèse</b>	<b>13</b>
<b>Pourquoi faire une enquête de satisfaction (infographie)</b>	<b>14</b>
<b>A propos</b>	<b>15</b>
<b>Ressources</b>	<b>16</b>

# Introduction

Une enquête de satisfaction auprès de vos clients a pour objectif de **recueillir leur avis** sur la qualité de la relation que vous entretenez avec eux et sur les produits et services que vous leur proposez. L'analyse de ce retour vous permet de **déterminer** non seulement **les forces** mais aussi les **points d'amélioration**. Cela apporte un éclairage fin sur **les attentes** des clients.

Les **enquêtes satisfaction** B-to-C ou B-to-B sont un **excellent moyen d'être à l'écoute de son marché**. Avec les **résultats** d'une **enquête satisfaction**, l'**entreprise** dispose de la **ressource informationnelle** nécessaire pour **décider et agir** comme ajuster ses prix ou proposer de nouveaux services.

Ainsi, elle pourra non seulement **utiliser les résultats à court terme** mais pourra aussi utiliser ces données sur **le long terme** avec l'**observation** dans la durée de quelques **indicateurs clés de satisfaction**. Pour suivre l'évolution, avoir un référentiel, et ainsi **pouvoir agir rapidement** en cas de dégradation. On parle alors de **baromètre de satisfaction**. Dans ce cas, en plus d'être un outil d'aide à la décision, l'enquête de satisfaction devient un outil de pilotage par un retour régulier des clients. Le baromètre satisfaction peut être réalisé une fois par semestre ou trimestre.

Une enquête de satisfaction est aussi une façon de **communiquer** avec sa clientèle et de **placer le client au cœur du processus d'amélioration** de l'entreprise (des produits et/ou services). C'est à partir des **résultats** de ce type d'enquête que de **nouvelles idées** peuvent émerger en s'insérant dans un **process d'innovation** par exemple.

C'est pourquoi, recueillir et analyser la satisfaction client représente un **enjeu important**.

La mise en œuvre de votre enquête passe par plusieurs étapes :

- **Concevoir et rédiger le questionnaire**
- Définir une population-mère, puis un échantillon
- **Choisir le mode d'administration (par quel moyen l'enquête sera diffusée auprès des répondants).**
- Traiter, analyser les données
- Communiquer des résultats

Ce livre blanc s'attache à présenter les phases clés de conception et de choix d'un mode d'administration.



# La conception d'une enquête satisfaction

## Constitution d'une équipe projet

La préparation est en effet une phase très importante et à ne pas négliger. Collecter des données nécessite **la mise en œuvre de moyens relativement conséquents** dans laquelle il faut impérativement veiller à ce que tous les éléments nécessaires à l'analyse puissent être recueillis. Cela se prépare en amont. Il convient de **constituer une équipe projet** au sein de l'entreprise qui **travaillera conjointement sur la préparation de l'enquête**. Par exemple, il paraît important que le service commercial et le service marketing travaillent ensemble sur le projet de questionnaire. D'autres services peuvent aussi être associés comme la production ou la R&D ainsi que la direction, sollicitée a minima pour validation.



# La conception d'une enquête satisfaction

## Design du questionnaire

Par design, on entend ici **ergonomie**. Il s'agira de veiller à construire un questionnaire construit pour maximiser le taux de réponse. Un soin particulier sera porté à sa lisibilité et sa fluidité.

Le temps que le client consacre pour répondre au questionnaire doit rester un moment agréable pour lui. Limiter le nombre de questions par page (**2 à 3 maximum**) et prévoir également une barre d'avancement qui sécurise le répondant et renforce in fine le taux de réponse.

Pour limiter l'effet de lassitude, il est important de **varier le type de questions**: questions à choix multiples, tableaux de questions, questions ouvertes, ... Dans la mesure du possible, ajouter des visuels au questionnaire : photos, images ou pictos. Il faut **veiller cependant à ne pas saturer le questionnaire**. N'ajouter aucune autre information excepté les consignes pour aider à la compréhension des questions et des modalités de réponses. Si vous souhaitez communiquer des informations auprès de votre cible (nouveau produit ou chiffres clés sur votre entreprise par exemple), **privilégiez un lien vers une landing page dédiée en fin de questionnaire**.

Il est souvent pertinent d'utiliser la charte graphique de l'entreprise.

# La conception d'une enquête satisfaction

## Structurer un questionnaire

L'équipe projet déterminera l'ensemble des **thèmes couverts par l'enquête**. Elles prendront la forme de différentes parties dans le questionnaire. Au sein de chacune d'entre elles, il convient de prévoir **4 à 6 questions**.

## Choisir les questions

Les questions seront construites en fonction :

- **Des informations dont on a besoin in fine** : quel est l'objectif du questionnement ? Si on souhaite un retour qualitatif, il faut prévoir alors des questions ouvertes.
- **Du type d'analyse souhaité lors du traitement des résultats**. Si, par exemple, on souhaite présenter les résultats sous forme d'un mapping avec une matrice importance/performance, alors il conviendra d'insérer une série de questions mesurant à la fois la satisfaction globale mais aussi la satisfaction concernant différents critères (avec des échelles de Likert).

En synthèse, en phase préparatoire, l'équipe projet doit être au clair sur les **objectifs visés par l'enquête et sur les analyses souhaitées** (NPS, importance/performance,...).

# La conception d'une enquête satisfaction

## Rédiger les questions

La rédaction, doit être la **plus simplifiée possible** et suivre ces quelques règles simples :

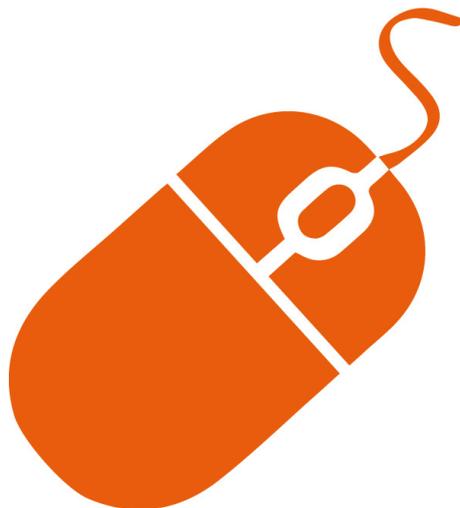
- Le questionnaire doit-être **court et synthétique** pour avoir le maximum de retour de la part des clients.
- Le questionnaire doit être **structuré** en parties thématiques pour gagner en lisibilité pour le répondant.
- Il faut utiliser un **vocabulaire simple**, clair et précis pour limiter les biais d'interprétation. Un langage trop professionnel risque aussi de décourager le lecteur.
- Il est important de **rester neutre** pour ne pas influencer les répondants.
- Les questions doivent porter sur un seul élément.
- Il ne faut **pas utiliser l'interro-négative ni la voie passive**.



# Modes d'administration de l'enquête

## Enquête en ligne

Les enquêtes en ligne sont aujourd'hui largement utilisées dans de très nombreux secteurs d'activités. Elles ont l'avantage d'être **peu coûteuses et rapides à mettre en place**. De nombreux outils gratuits existent (google docs, typeform, surveymonkey,...). Un prestataire vous proposera des solutions **plus performantes** en terme de possibilité de construction du questionnaire, d'administration et de relances.



# Modes d'administration de l'enquête

## Enquête sur bornes

Dîtes adieu au papier. Simplifiez-vous les enquêtes avec les **bornes et tablettes numériques** !

Les tablettes permettent d'**administrer des questionnaires** en toute autonomie et de gagner du temps. Elles permettent d'**accéder aux résultats en temps réel**.

La collecte peut se faire **sans connexion Wi-Fi**. Les données seront stockées dans la tablette, puis une **connexion ultérieure** permettra de récupérer ces dernières.

De plus, les tablettes peuvent être laissées en **libre-service** sur des bornes ou bien être **mises à disposition d'enquêteurs**.



# Modes d'administration de l'enquête

## Enquête téléphonique

L'administration des questionnaires de satisfaction peut également être réalisée par téléphone. Ce mode de collecte s'adapte à **tout type de profils de personnes à enquêter** : particuliers, en BtoC, et dirigeant d'entreprises, en BtoB (commerçant, artisans, cadres, dirigeant de PME et TPE).

Les enquêtes téléphoniques peuvent-être réalisées **en complément d'une première phase d'enquête en ligne**.

La réalisation de l'enquête de satisfaction par téléphone nécessite :

- **La conception d'un questionnaire adapté à la problématique** et conçu pour apporter des éléments de réponses efficaces. Le soin nécessaire apporté à la rédaction des questions a pour objectif d'obtenir les réponses à la problématique posée et un éclairage riche de sens.
- **La programmation du questionnaire dans un système de type CATI** (Computer Assisted Téléphone Interview).



# La suite, le traitement et l'analyse des résultats

Le recueil des réponses pourra permettre d'avoir une **vue d'ensemble du niveau de satisfaction** de votre clientèle sur tous les axes de votre questionnaire. Afin que l'analyse soit la plus représentative possible, il est important de **recueillir un nombre minimum de réponses**. Un nombre trop bas ne permettra pas de tirer de bonnes conclusions sur le degré de satisfaction global de la clientèle, bien que cela peut donner quelques pistes. Votre prestataire pourra **vous accompagner dans la constitution d'un échantillon** suffisamment robuste pour tirer des conclusions et éventuellement procéder à un redressement de l'échantillon lors du traitement pour renforcer sa significativité. Il vous donnera aussi le cadre d'interprétation des résultats.

A vous ensuite de vous approprier les résultats en vue de déterminer les actions d'amélioration à mettre en place.



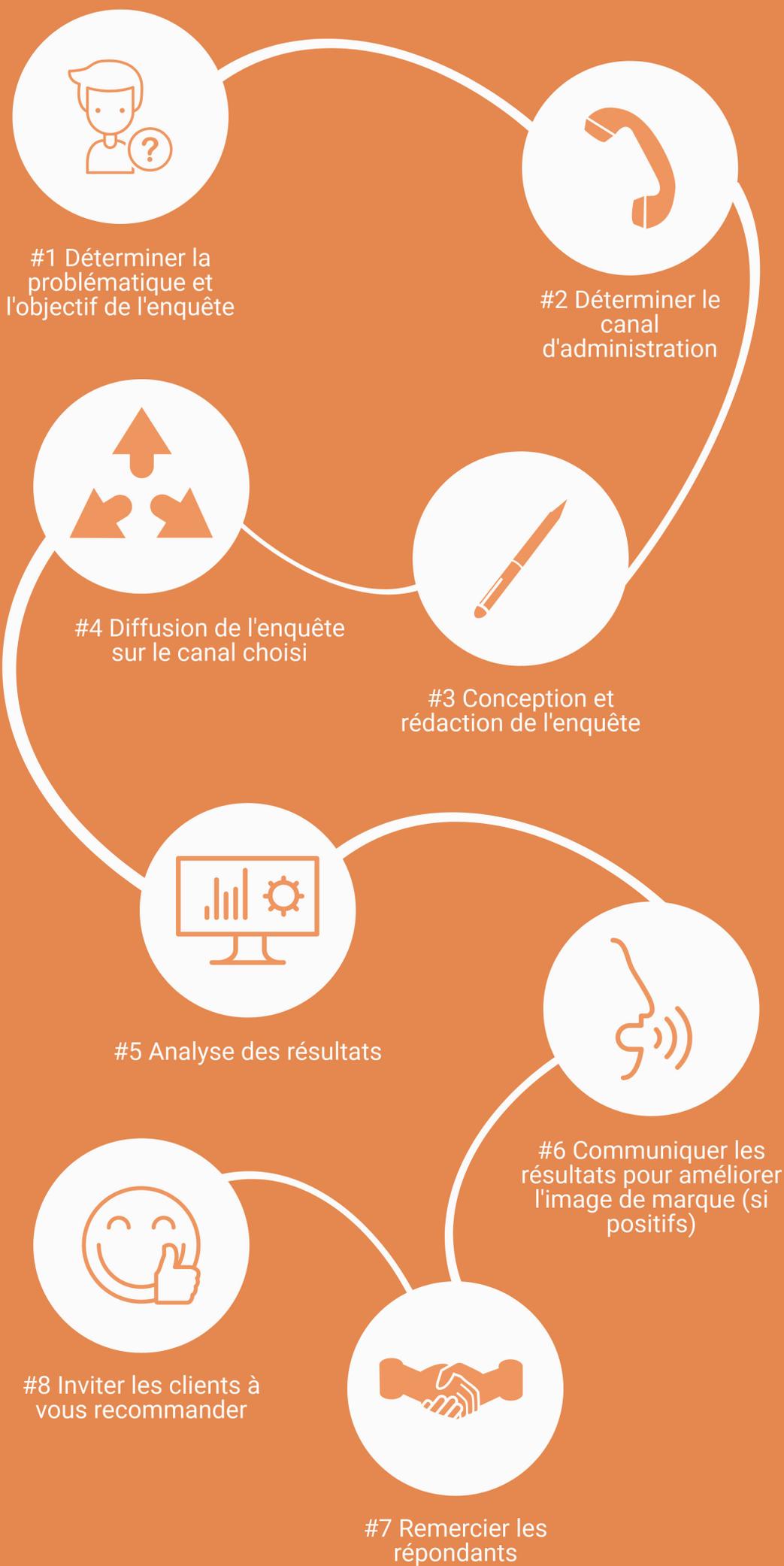
# Avec l'aide d'un prestataire

Si vous sollicitez l'aide d'un prestataire pour votre enquête, celle-ci se caractérisera par :

- Un questionnaire fait **sur mesure** répondant à votre problématique
- Le choix d'un **mode de collecte** adapté à votre cible et votre budget,
- **L'assurance d'un échantillon** représentatif de la population à étudier
- **L'hébergement sécurisé des données** (incluant son engagement à respecter le RGPD avec la fourniture d'une clause contractuelle de sous-traitance)
- Un **accès aux résultats en ligne**
- **L'export et livraison des données** prêtes à être analysées et exploitées par vos services
- En option, un **rapport d'analyse** avec des recommandations concrètes ou encore la production d'une infographie de synthèse pour communiquer les résultats sur différents médias.



# SYNTHÈSE



# Pourquoi faire une Enquête de satisfaction ?

inkidata

Pour

## Ecouter ses clients



Communiquer auprès  
de ses clients -  
Prendre de leurs  
nouvelles



Connaître les  
besoins et attentes  
des clients



Renforcer la  
relation avec sa  
clientèle

Pour

## Innover



Co-création  
-  
Customer  
centric



Nouvelles idées



Disruption

Pour

## Mesurer ses actions



Suivre des  
indicateurs  
dans le temps



Disposer d'un outil  
d'aide à la décision



Cibler ses  
actions futures

# À propos

**Ce livre blanc vous est offert par Inkidata.**

Inkidata est une entreprise basée sur Lyon, qui réalise des études marketing et socio-économiques pour des entreprises BtoB, BtoC et des collectivités territoriales. Inkidata décrypte pour ses clients et avec eux les données clés de leur secteur. L'équipe prend en charge la collecte, le traitement et l'analyse de vos données. Elle déploie toutes leurs méthodes et outils en enquêtes et sondages / analyses statistiques / datavisualisation.

Pour plus d'information, rendez-vous sur : <https://inkidata.fr/>

Contact : [contact@inkidata.fr](mailto:contact@inkidata.fr) - 0664843716 / 0663029521



# Ressources

- <https://inkidata.fr/>

- <http://www.relationclientmag.fr/Thematique/acteurs-strategies-1014/Breves/Comment-realiser-enquete-satisfaction-client-253640.htm>

- <https://www.manager-go.com/marketing/enquete-de-satisfaction.htm>

- <http://www.welovecustomers.fr/>