



Traitements d'une étude de satisfaction

*Du questionnaire de satisfaction aux actions prioritaires
grâce aux statistiques avec SPAD*

L'enjeu

Parce qu'il est cinq fois plus coûteux de conquérir un nouveau client que d'en garder un existant, parce qu'un client mécontent est un client (quasi) perdu...
Déterminer les leviers de la satisfaction et de l'insatisfaction, quantifier leurs impacts, déterminer vos priorités d'actions afin d'augmenter la fidélité.

Ce que vous apprendrez

- A déterminer les actions prioritaires pour améliorer la qualité perçue
- A identifier vos points forts et points faibles afin de mieux communiquer
- A mieux connaître vos clients, les cibler selon leur satisfaction, leur fidélité...
- A piloter la satisfaction et la fidélité
- A mettre en œuvre les méthodes adéquates sous SPAD

Programme

- Du questionnaire aux premiers traitements statistiques
- Zoom sur les catégories de clients (les fidèles, les jeunes...) avec la méthode DEMOD de SPAD
- Définir les profils types de clients avec la mise en œuvre d'une typologie
- Construction d'un bilan importance-satisfaction
- Construction de la matrice de Herzberg : critères basiques et critères plus.
- L'approche PLS pour piloter la satisfaction et la fidélité de vos clients (modèles à équations structurelles)

Info+

- **Formateur :** Frédéric CHATEAU
- **Durée :** 2 jours
- **Dates :** Session 1 : les 10 et 11 mars 2008
Session 2 : les 25 et 26 novembre 2008
- **Prix :** 1 000 € HT