



NEW START CONSULTING®

Cabinet Spécialiste en Recrutement et intégration.

Formateur en Organisation, Optimisation, Développement et Performances commerciales.

<http://www.cabinetnewstartconsulting.com>

newstartconsulting@bbox.fr

Tel: 06.09.34.84.04



MASC®

Module d'Anticipation des Souhais Clients.



MASC



Connaître les points de satisfaction
Connaître les points d'amélioration
Connaître les axes d'évolution.



Critères de réussite



- La satisfaction des clients fait partie des objectifs premiers de la plupart des sociétés.
- Elle constitue un élément majeur et déterminant pour la fidélisation des clients.
- Il ne suffit pas de se réfugier derrière une charte ou de se satisfaire de normes, trop souvent axées sur l'interne.
- Il importe avant tout d'être en phase avec les attentes et les souhaits d'évolution désirés par les clients.
- Cette recherche doit être dynamique et apporter des réponses concrètes et opérationnelles.



Interrogations



- Quel est le niveau de satisfaction de vos clients ?
- Connaissez-vous leurs attentes ?
- Comment vous comparez-vous avec vos concurrents ?
- Connaissez-vous objectivement vos faiblesses ?
- Vos points forts sont-ils bien connus et reconnus ?
- Quelles sont les évolutions que souhaitent vos clients ?
- Êtes-vous à même d'y répondre favorablement ?



Réponses



- **MASC** vous permet de connaître avec précision :
- Les raisons pour lesquelles vos clients vous apprécient
- Vos points forts sur lesquels capitaliser
- Vos points d'amélioration attendus
- Les axes d'évolution souhaités par vos clients.



Principes



- **MASC** consiste en une analyse miroir, confrontant :
- L'analyse en interne des critères «supposés» forts ou faibles de la société avec la vision.
- Et l'appréciation réelles des clients.
- De cette comparaison découlent des axes d'amélioration et d'évolution des produits et services.
- Et la certitude d'aller dans le sens voulu par le marché.



Méthodologie en interne



- Définition d'un référentiel société sur les forces et faiblesses ressentis en interne ; établi par les personnes concernées (variable selon les entreprises).
- Prospective interne sur les évolutions supposées voulues par les clients.
- Le référentiel est créé à partir d'un questionnaire basés sur les critères clefs d'analyse de satisfaction.
- Ainsi que les points clefs qualifiants ces critères.
- Le questionnaire de **MASC** est totalement paramétrable et personnalisable à votre société ; les critères pouvant varier d'une entreprise à l'autre, d'un marché à l'autre.



Méthodologie en externe



- Interrogation des clients sur les mêmes critères, sur la base du même questionnaire.
- Les clients sont interrogés soit par mail, soit en face à face, soit par téléphone.
- Le questionnaire est composé de façon conviviale pour ne prendre qu'un minimum de temps au client tout en donnant des réponses pertinentes et utiles.
- Les réponses sont compilés sur le site de MASC et sont disponibles en temps réel.
- **MASC** s'adapte à tous les marchés (B2B ou B2C).



Méthodologie Passation



- Vous créez vos listes de participants et envoyez des accès en automatique.
- Les réponses sont faites en ligne, mais l'étude peut aussi être menée en face à face ou par téléphone; les résultats sont alors saisis a posteriori.
- **MASC** inclus une zone de commentaires libres pour recueillir des informations additionnelles.



Méthodologie Résultats



- Le système MASC compare les réponses des clients avec le référentiel Société
- Les résultats indiquent :
 - Les écarts entre les forces et les faiblesses ressenties en interne et la réalité clients
 - Les axes d'amélioration et de développement des produits/services réellement souhaités par le marché
 - Les commentaires clients sont également restitués.



Exemple de Critères et de Points Clefs



Critères	Points clefs
Produits / Services	Qualité Choix Innovation Spécificité Adaptés Economique
Prix	Rapport qualité / prix Tarification claire Sans surprise Réactivité

* Les critères et les points clefs sont totalement personnalisables.



Exemple de résultats : Mesure des critères de satisfaction



Ordre	Critère	Référentiel Interne	Vision Clients	Ecart
1	Contact commercial	10 %	33 %	- 23
2	Logistique	27 %	27 %	0
3	Image	7 %	20 %	- 13
4	Politique Commerciale	15 %	15 %	0
5	Prix	20 %	12 %	+ 8



Commentaires



- Les critères de satisfaction sont classés selon le choix décroissant des clients (colonne Vision Clients).
- Dans cet exemple, le premier critère de satisfaction est le contact commercial, alors qu'il est considéré comme moyennement important dans le référentiel société.
- Il y a accord sur les critères 2 et 4.
- L'entreprise pense que l'image n'est pas un de ses points forts, alors qu'elle l'est pour les clients.
- En revanche, le référentiel interne donne beaucoup plus d'importance au critère prix que les clients.



Exemple de résultats: Souhaitis d'évolution



Ordre	Points clefs (Critère de référence)	Référentiel Interne	Vision Clients	Ecart
1	Evolution "verte" des produits (entreprise citoyenne)	5 %	18 %	- 13
2	Capacité de conseil (contact commercial)	5 %	16 %	- 11
3	Long terme (Politique commerciale)	15 %	15 %	0
4	Fiabilité des délais (logistique)	18 %	13 %	+ 5
5	Disponibilité sur Internet (Documentation)	20 %	11 %	+ 9

** Voir commentaires page suivante.*



Commentaires



- Les points clefs de souhaits d'évolution sont classés selon le choix décroissant des clients (colonne Vision Clients) .
- Dans cet exemple, les clients souhaitent voir, en priorité, évoluer "écologiquement" les produits, ce qui n'est pas une priorité de l'entreprise.

Idem pour les capacités de conseil des commerciaux;

- Il y a accord sur la nécessité d'avoir une politique commerciale à long terme.
- En revanche, si les clients souhaitent voir des évolutions sur les points 4 et 5, leur impact est surdimensionné dans le référentiel interne.



Avantages



- Ces résultats, indiquent, les axes d'évolution privilégiés par les clients de façon très précises.
- Cela permet à l'entreprise d'anticiper sur les points clefs qui constitueront demain les motivations sur lesquelles les clients se décideront pour choisir leurs fournisseurs.
- Et de ne pas se tromper dans les choix de développement.



Budget



- Particulièrement économique, **MASC** est adapté au budget et à la taille de chaque société, TPE, PME ou grand groupe quelque soit son secteur d'activités.
- Simple à utiliser, **MASC** permet d'interroger l'ensemble des clients, sans installation ou intégration de logiciels.
- **MASC** sensibilise les acteurs de l'entreprise sur la réalité des souhaits clients et la nécessité de s'y adapter.



Mentions légales



Conformément à la législation française le site SPEAC (contenant les produits SPOC, ODACE et MASC) est déclaré à la CNIL sous le numéro 1371572. Les informations recueillies informatiquement sont destinées à n'être communiquées qu'aux seules fins définies dans ce dossier. En aucun cas, la société Feature DDC ne peut être tenue responsable de leurs contenus et de leurs utilisations.

Les destinataires des données sont les sociétés clientes de la SARL Feature DDC.

Conformément à la loi "Informatique et libertés" du 6 janvier 1978, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification aux informations qui vous concernent. Si vous souhaitez exercer ce droit et obtenir communication des informations vous concernant, veuillez vous adresser à contact@speac.fr

MASC est enregistré auprès de l'INPI sous les numéros 379377/9

Le site SPEAC est propriété de la société Feature DDC

Le site SPEAC été créé par la société "Illisite", 43 boulevard Vauban 78280 Guyancourt

Le site SPEAC est hébergé par la société OVH, 2 rue Kellermann 59 100 Roubaix.