

COMMENT CONCEVOIR UNE ENQUETE DE SATISFACTION ?

1 définir les objectifs : vous voulez mesurer QUOI ?

- rechercher sur internet ou en interne les CRITERES de satisfaction de la clientèle. Ce sont généralement les « critères de choix » du client

- recherche de « modèles » de questionnaires sur internet.

2 il faut ensuite définir les étapes des cette enquête

Je ne rentre pas ici dans le détail des méthodes d'enquête vues en cours et en TP

Je rappelle :

- taille de l'échantillon : elle doit être à mon avis comprise entre 100 et 200 à cause des contraintes de temps, de coûts et de précision ($\epsilon = [1/n]^{0.5}$)

- rédaction du questionnaire sous Word (bof !) ou sur Sphinx : il doit y avoir AU MINIMUM 4 à 5 questions (**voir manuel SPHINX** sur le site) : vous devez avoir obligatoirement et **au minimum** (En BTS MUC Bourdelle !)

* 2 questions en tableau permettant d'évaluer le niveau de satisfaction et l'importance

Quelle est l'IMPORTANT des critères d'achats suivants dans votre prise de décision :				
	1	2	3	4
Le descriptif de ce produit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibilité du produit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le choix des accessoires proposés avec ce produit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
disponibilité des vendeurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nos conseils d'achat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le prix de ce produit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nous vous proposons d'évaluer votre SATISFACTION selon les critères suivants				
	1	2	3	4
Le descriptif de ce produit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibilité du produit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le choix des accessoires proposés avec ce produit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
disponibilité des vendeurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nos conseils d'achat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le prix de ce produit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* une question permettant d'évaluer la satisfaction globale (c'est en réalité une question de « contrôle » des résultats de précédente) la question

Dans l'ensemble, votre appréciation est :

<input type="radio"/> Pas du tout satisfait	<input type="radio"/> Plutôt pas satisfait
<input type="radio"/> Plutôt satisfait	<input type="radio"/> Tout à fait satisfait

* les éléments de la fiche signalétique (âge, sexe, CSP,.....)



Etes-vous...

Un homme Une femme

Dans quelle tranche d'âge vous situez vous ?

Moins de 25 ans De 25 à 45 ans

De 46 à 60 ans Plus de 60 ans

Toutes ces questions doivent être incluses dans des « Parties » du questionnaire

- test du questionnaire et rédaction du questionnaire sous Sphinx ou Word (il doit être sans faute d'orthographe, agréable tout en respectant la charte graphique de votre UC, en présence du logo de votre UC et...en apportant des informations commerciales telle que l'adresse de site web !)

- mode d'administration du questionnaire : à vous de choisir ! Si auto-administration, alors Où, Quand, Comment, Qui informe le client ? Si vous administrez le questionnaire alors interrogez un nombre de clients proportionnel aux flux journaliers (exemple si flux Lundi = 12% alors vous interrogez 12 clients sur 100 le Lundi). Si vous choisissez Google Document sachez que le taux de retour sera faible

3 Les résultats (voir manuel SPHINX)

Le questionnaire doit être saisi sous SPHINX (à chaque question vous associez un mot clé appelé « variable ») Voir IMPERATIVEMENT le manuel. Si vous « ratez » cette étape alors le dépouillement ne sera pas satisfaisant

Puis vous saisissez les réponses

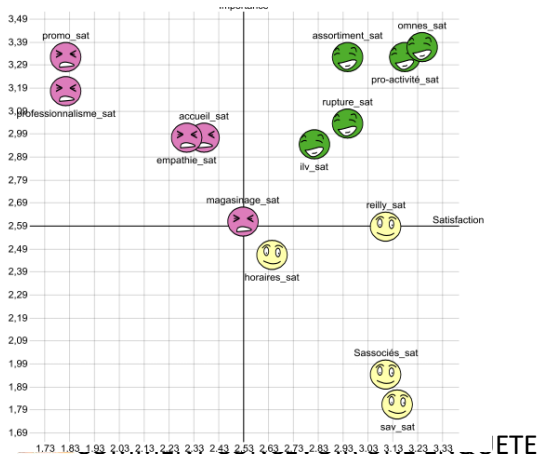
Puis vous dépouillez

Vous faites alors apparaître :

- les tableaux de tris à plat
- les tableaux de tris croisés (par rapport a un critère de segmentation)
- éventuellement la carte Importance/satisfaction
- éventuellement le graphe de relations (datamining)

besoin d'informations - Avant d'avoir fait votre achat chez Boulanger, êtes-vous allé voir la concurrence ?

	Nb	% obs.
NON	60	23,3%
Darty	66	25,6%
Conforama	118	45,7%
But	84	32,6%
Centre Leclerc	132	51,2%
Auchan	132	51,2%
Internet	146	56,6%
Autres	0	0,0%
Total	258	

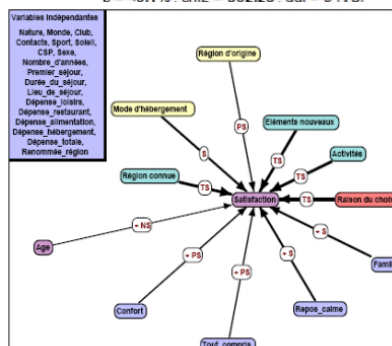


Groupe n°14

Note globale
CLASSE D'AGE

	Pas du tout satisfait	Plutôt pas satisfait	Plutôt satisfait	Tout à fait satisfait	Total
Moins de 25 ans	0,0%	5,3%	0,0%	94,7%	100,0%
De 25 à 45 ans	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
De 46 à 60 ans	0,0%	9,1%	84,8%	6,1%	100,0%
Plus de 60 ans	58,6%	41,4%	0,0%	0,0%	100,0%
Total	17,2%	16,2%	28,3%	38,4%	

$d = <0.1\%$: $\chi^2 = 502.23$: $ddl = 9$ (TS)



- tri croisés filtrés sur un segment de la population (pour

les meilleurs d'entre vous uniquement)

- Précisez que les % affichés sont des % valables uniquement sur l'échantillon de n personnes. **Pour passer de l'échantillon à la population mère** N vous serez obligé de dire que la proportion sera comprise entre %échantillon +/- epsilon

4 Analyse et préconisations

C'est la partie BT**S**

