

MASC® : MODULE D'ANTICIPATION DES SOUHAITS CLIENTS

« Une analyse pertinente de votre satisfaction clients »



La satisfaction des clients est un élément majeur de toute politique commerciale notamment pour ce qui est de 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

Objectifs

MASC vous permet de :

- Connaître les points de satisfaction de vos clients
- Connaître les points d'amélioration souhaités
- Connaître les axes d'évolution pour anticiper les besoins de votre marché

Principes

MASC consiste en une analyse dynamique entre un référentiel interne et les appréciations des clients réalisées sur ces mêmes bases

La comparaison des deux visions met en évidence, de façon objective, les convergences, les divergences, les points forts et les points d'amélioration

MASC permet aussi de détecter les axes d'évolution souhaités par votre clientèle afin de construire votre future offre clients

Méthodologie

À partir d'un site dédié, en quelques clics, vous personnalisez votre référentiel société, avec vos critères propres et les points clefs qui les qualifient

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

Le référentiel est totalement adaptable aux critères de tous les secteurs d'activités

Il inclut des éléments «fermés» statistiques et des éléments «ouverts» de commentaires

Résultats

Les résultats sont disponibles en temps réel, sur le site **MASC**
 Ils indiquent les critères essentiels des clients pour le choix de vos produits
 Et leurs souhaits précis d'évolution sur des points clefs déterminants
 Ils se présentent sous forme de tableaux et graphiques pour les questions fermées
 Sous forme de verbatim pour les commentaires

Exemple de Critères et de Points Clefs

Critère	Points Clefs	Critère	Points Clefs
Produits / Services	Qualité Choix Innovation Spécificité Adaptés	Prix	Economique Rapport qualité / prix Tarification claire Sans surprise Réactivité
Critère	Points Clefs	Critère	Points Clefs
Entreprise citoyenne	Evolution «verte» des produits Responsabilité écologique Développement durable Politique interne éthique Communication juste	Contact commercial	Qualité du relationnel Disponibilité Expertise Capacité de conseil Responsable

Exemple des Souhaits d'Evolution

Ordre des Critères	Référentiel Société	Choix Clients
1	Prix	Contact commercial
2	Offre produits	Entreprise citoyenne
3	Règlement litiges	Prix
4	Notoriété	Offre produits
5	Contact commercial	Image

Cette comparaison met en exergue les convergences / divergences entre le référentiel société et les réponses données par les clients
 Elle montre la surestimation en interne de points considérés comme forts (prix, offre produits, règlement des litiges)
 Et en revanche, elle indique que sont sous-estimés des points pourtant primordiaux pour les clients (contact commercial, entreprise citoyenne)