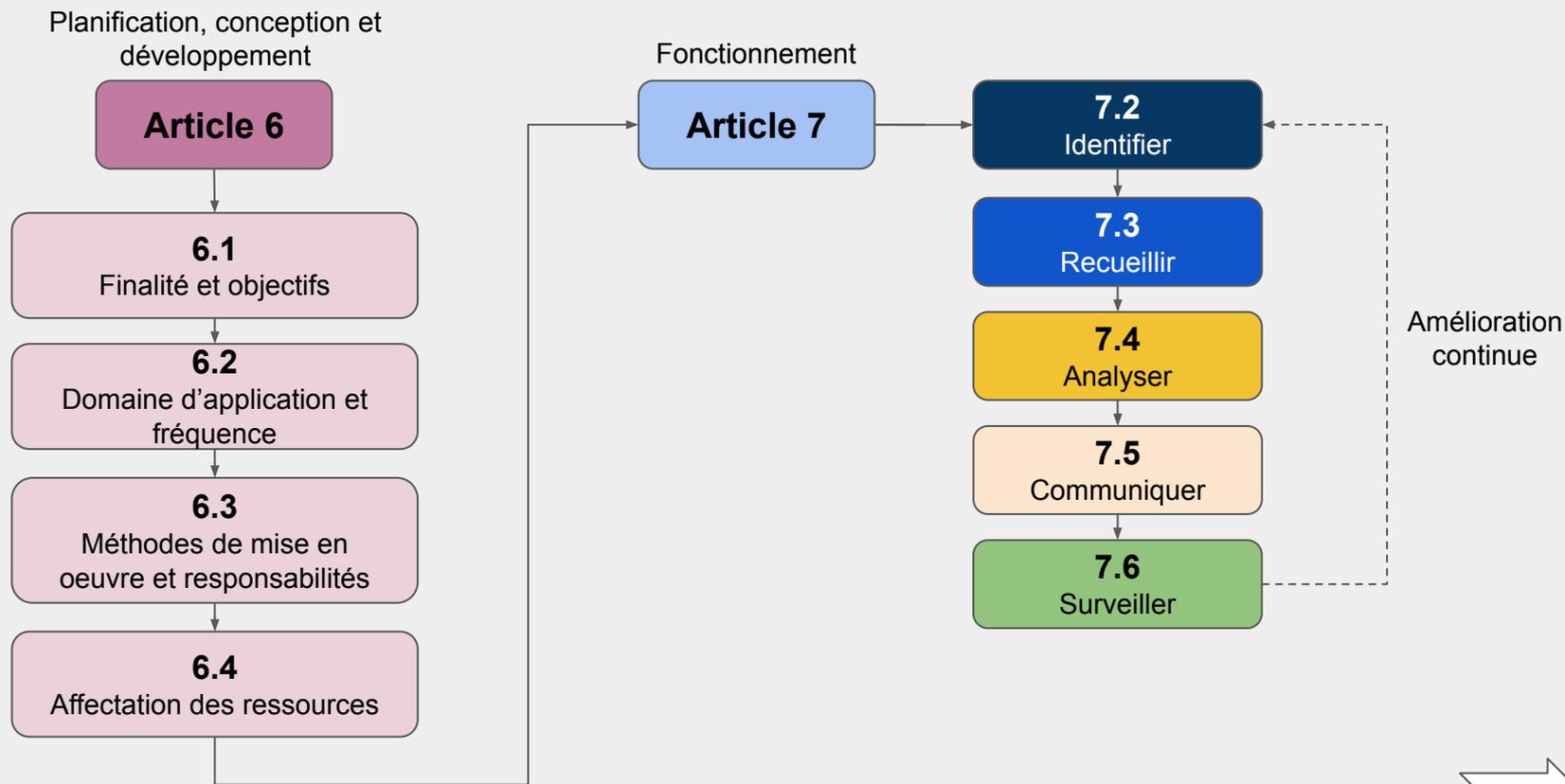
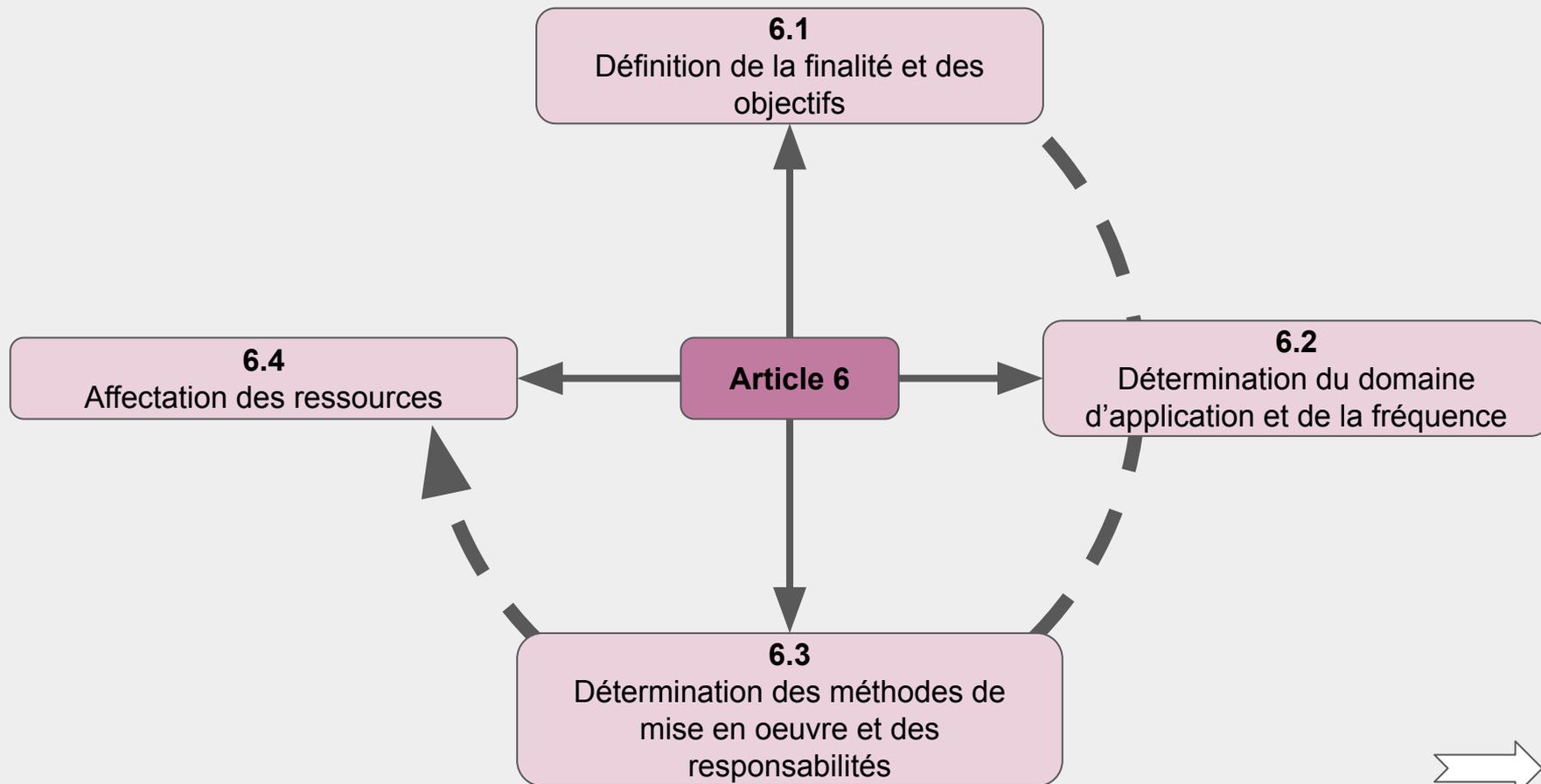


La satisfaction client selon la norme ISO 10004 : 2018





Menu

6.1

Définition de la finalité et des
objectifs

Établir clairement

les objectifs de la surveillance et de la
mesure de la satisfaction client.

Article 6



Démarche pas à pas

Déterminer et planifier

la fréquence et le domaine d'application, ainsi que les types de données et les différentes sources associées.

6.2

Détermination du domaine d'application et de la fréquence



Définir et planifier

les méthodes de mise en œuvre, leurs destinataires, ainsi que les responsabilités de chacun.

6.3

Détermination des méthodes de mise en oeuvre et des responsabilités



Menu

6.4

Affectation des ressources

Fournir les ressources adéquates :

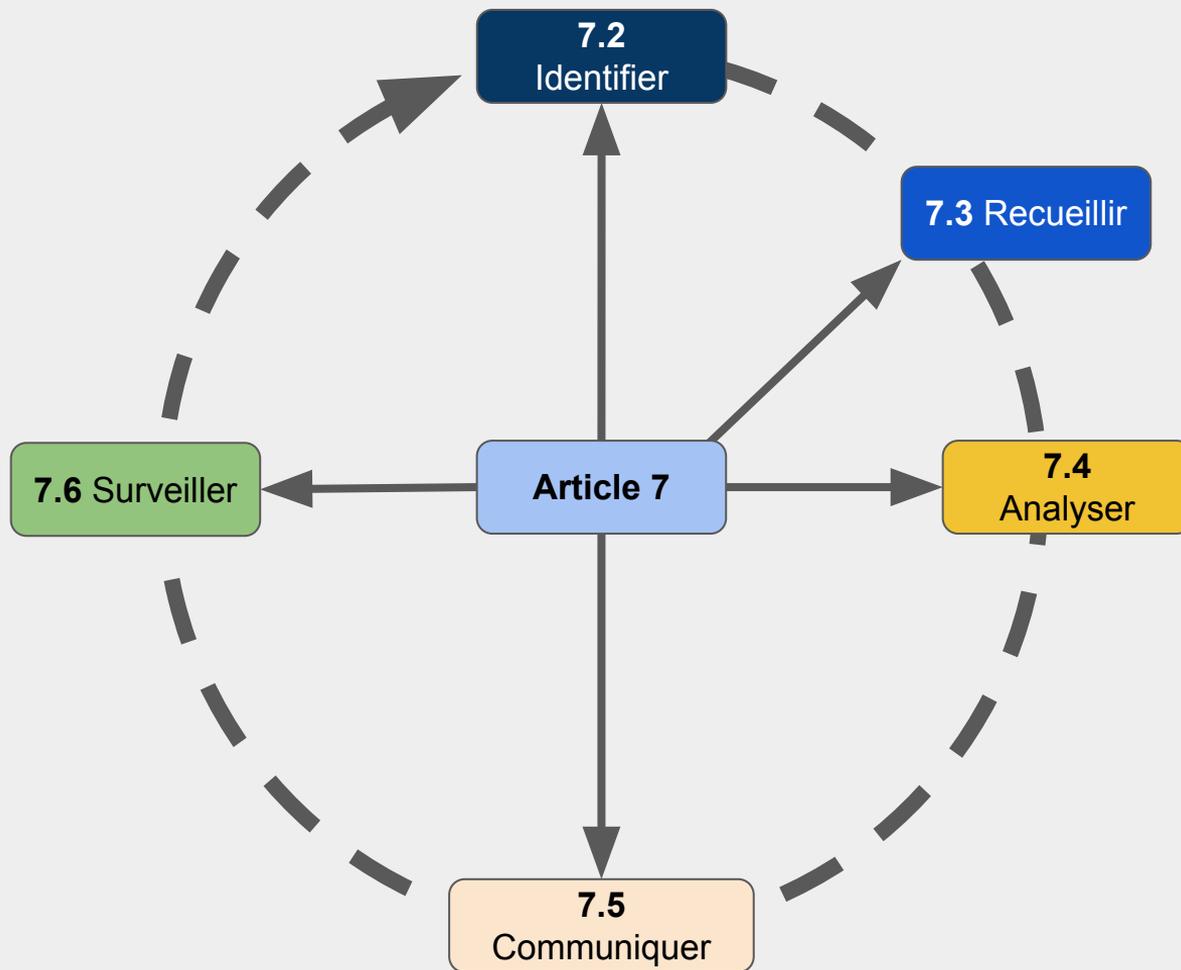
- Humaines
- Financières
- Techniques
- ...

Article 6



Démarche pas à pas

Menu



Article 6



Démarche pas à pas

Menu

7.2.1
Identification des clients

Article 7.2

7.2.2
Détermination des
attentes du client

Cahier des
charges

Article 7



Démarche pas à pas

Menu

7.2.1 Identification des clients

L'organisme **identifie** les clients
existants et potentiels.

Article 7.2

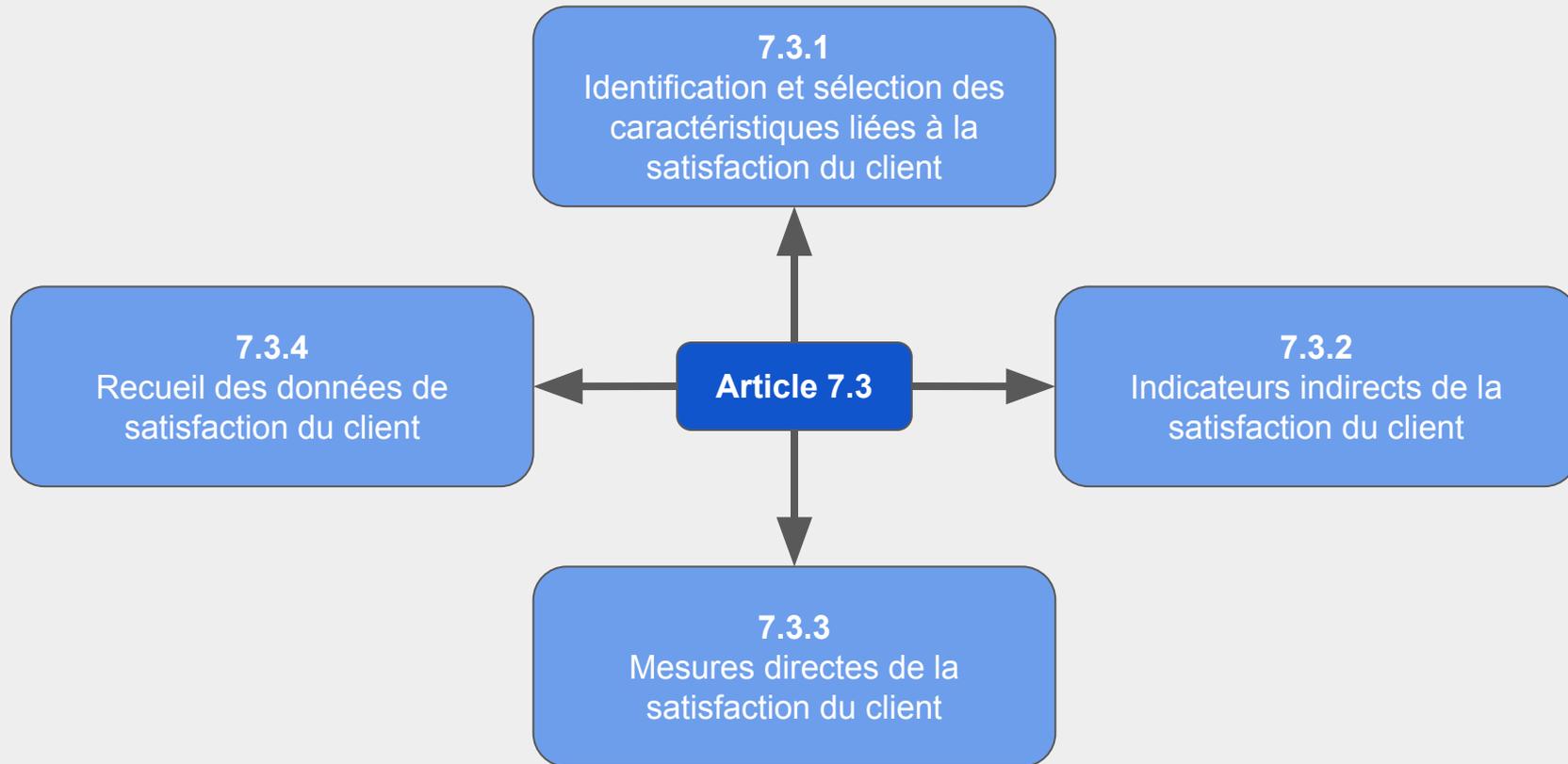


Démarche pas à pas

L'organisme détermine les **attentes** et **exigences** des clients (réglementaires, explicite et implicite).

7.2.2
Détermination des attentes du client





7.3.1

Identification et sélection des caractéristiques liées à la satisfaction du client

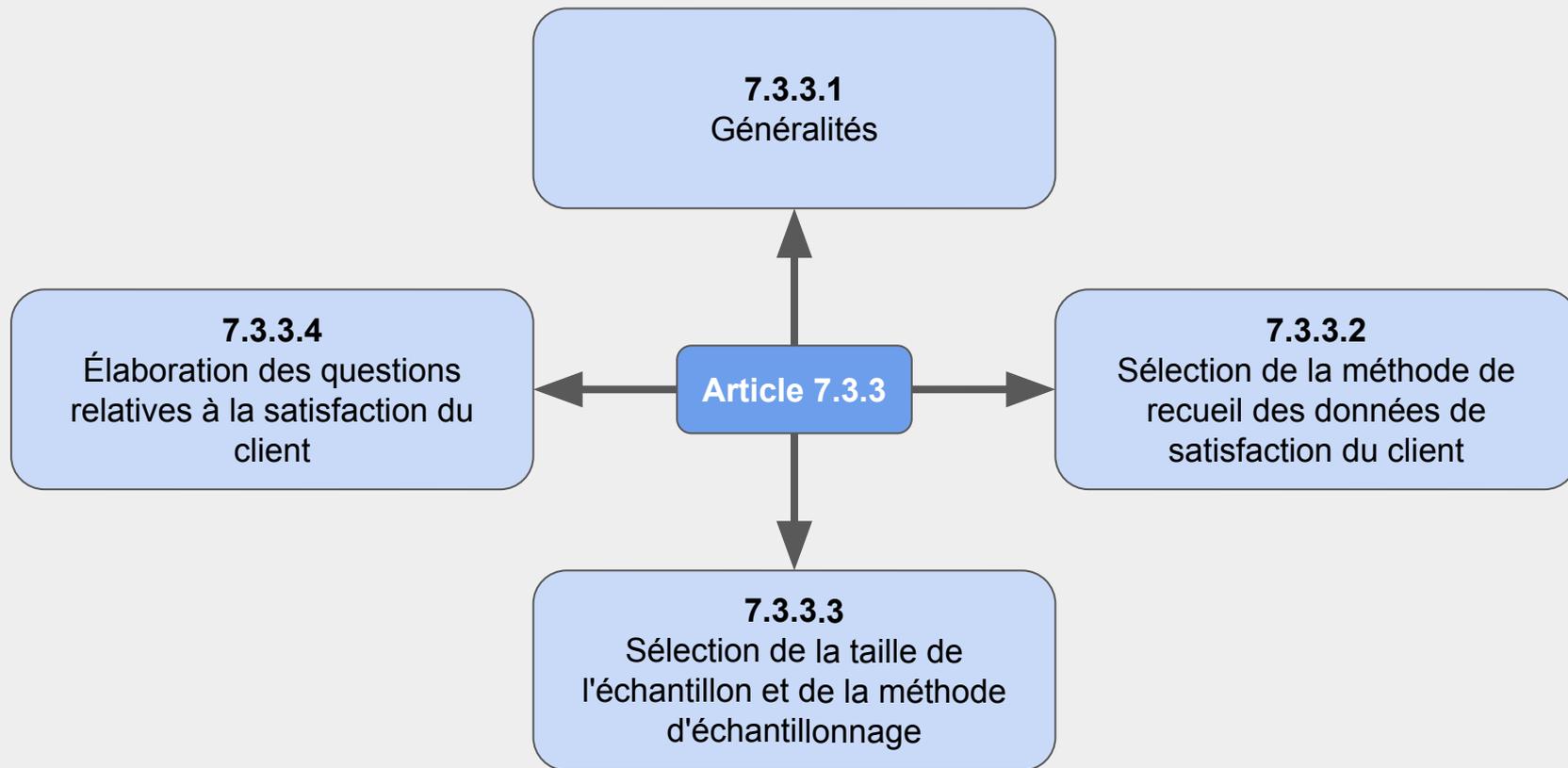
L'organisme **identifie** et **classe** les caractéristiques du produit ou service, ainsi que leurs importances perçues.



L'organisme réalise un état de l'art des **caractéristiques** de la satisfaction, via des sources d'informations **existantes**.

7.3.2
Indicateurs indirects de la
satisfaction du client





Menu

7.3.3.1 Généralités

L'organisme **recueille les données** de satisfaction des clients.

Article 7.3.3



Démarche pas à pas

L'organisme sélectionne une ou des **méthodes** de recueil des données, adaptée à ses besoins et en fonction du type de données à recueillir.

7.3.3.2
Sélection de la méthode de
recueil des données de
satisfaction du client



De manière à obtenir des données **pertinentes** et à **moindre coût**, l'organisme détermine le **nombre de clients** à interroger, ainsi que la **méthode d'échantillonnage**. Celui-ci est **représentatif**.

7.3.3.3

Sélection de la taille de l'échantillon et de la méthode d'échantillonnage



7.3.3.4
Élaboration des questions
relatives à la satisfaction du
client

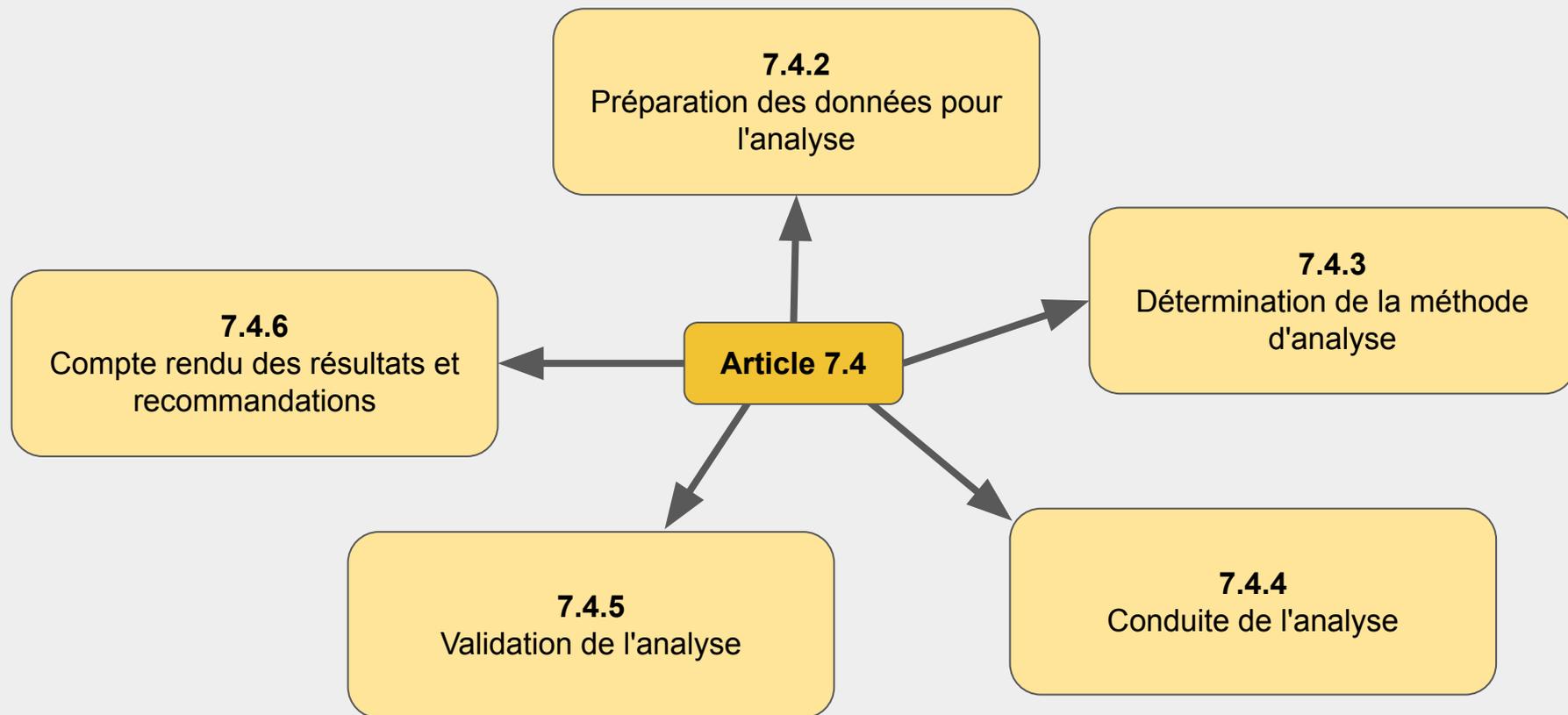
L'organisme détermine avec précision les **caractéristiques** de son produit ou service à travers un **sous-ensemble de questions**, mettant en exergue la perception du client, à travers une **échelle de mesure**.



7.3.4
Recueil des données de
satisfaction du client

L'organisme prend en compte un certain nombre d'aspects, de manière à **spécifier** une **méthode** de recueil des données, en fonction des clients, des ressources et des objectifs fixés.





7.4.2
Préparation des données pour
l'analyse

L'organisme **vérifie** et **regroupe** les
données selon des catégories
préalablement définies.



L'organisme **sélectionne** une méthode d'analyse (**directe** ou **indirecte**).

7.4.3
Détermination de la méthode d'analyse



L'organisme **analyse** les **données recueillies**, en mettant en avant les tendances, le niveau, les causes possibles de satisfaction client, et sa fidélité.



Menu

L'organisme valide l'analyse et ses conclusions, en terme de **variabilité**, **pertinence** et **cohérence**.

7.4.5

Validation de l'analyse

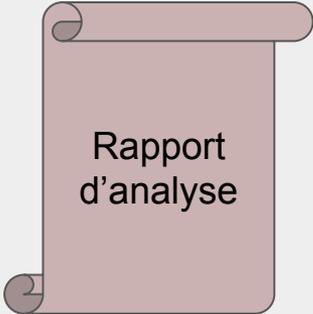
Article 7.4



Démarche pas à pas

7.4.6
Compte rendu des résultats et
recommandations

L'organisme **documente** et **consigne** les **résultats** de l'analyse, les **recommandations**, ainsi que les **opportunités d'amélioration** afin d'accroître la satisfaction du client, répondant ainsi aux objectifs fixés.

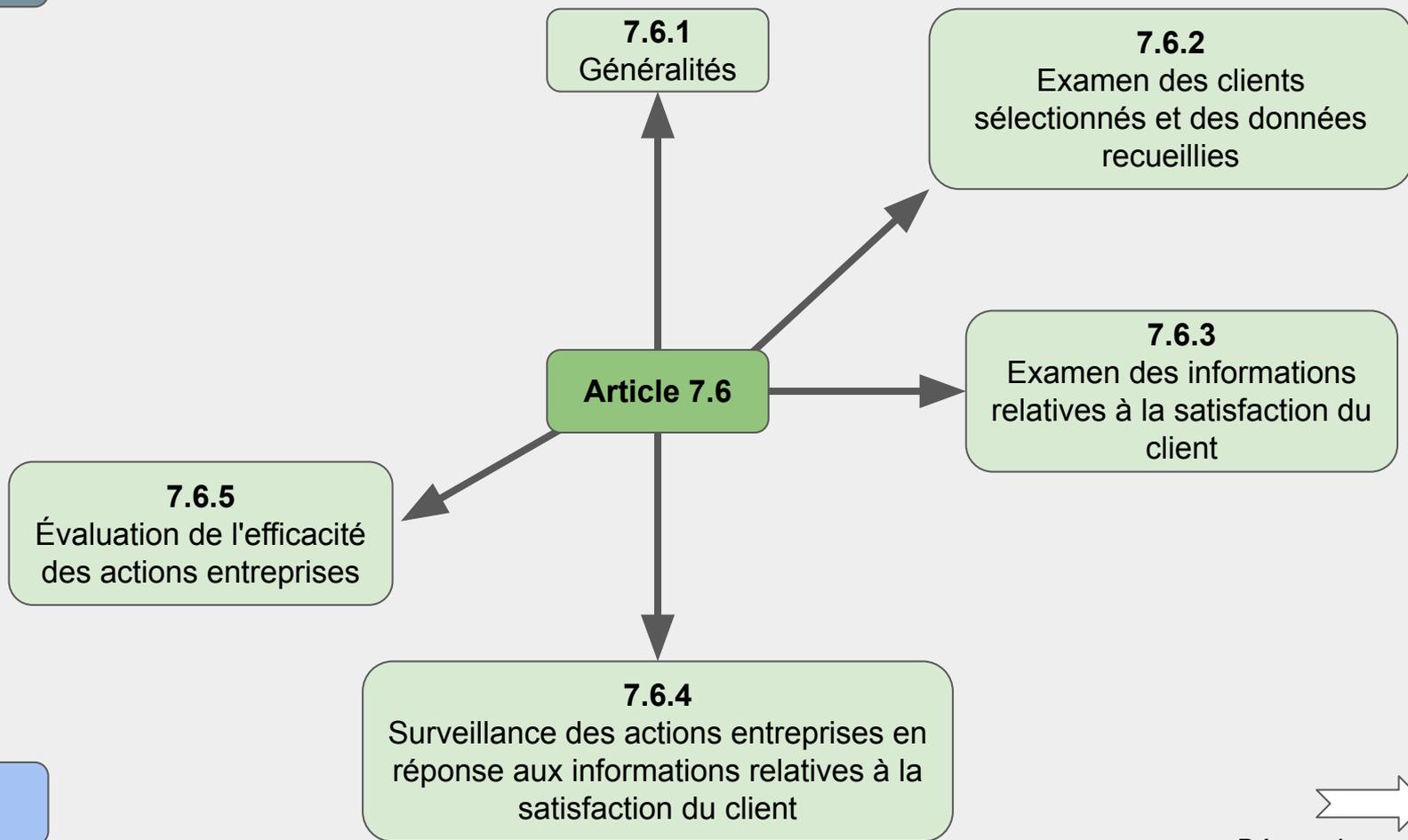


Rapport
d'analyse



Le rapport de satisfaction client est **communiqué** auprès des parties intéressés, de manière à formuler des **plans d'actions**, en vue d'améliorer le système de management de la qualité de l'organisme.





Menu

7.6.1
Généralités

L'organisme établit un processus de
surveillance continu de la
satisfaction client.

Article 7.6



Démarche pas à pas

L'organisme met en place une **surveillance** concernant les informations relatives à la satisfaction de ses clients, prenant en compte les **tendances** (globales, par produit, service, région ou type de clients). Elles permettent également une comparaison des concurrents, mettant également en lumière les points forts et points faibles.

7.6.3
Examen des informations
relatives à la satisfaction du
client



Menu

7.6.2
Examen des clients
sélectionnés et des données
recueillies

L'organisme établit un
échantillonnage représentatif de
son activité et **examine** les **sources**
de ses données.

Article 7.6



Démarche pas à pas

L'organisme met en place un processus de **surveillance** sur la **mise en oeuvre** des actions d'amélioration de la satisfaction clients.

7.6.4

Surveillance des actions entreprises en réponse aux informations relatives à la satisfaction du client



Menu

L'organisme met en place un processus de **surveillance** sur l'**efficacité** des actions d'amélioration de la satisfaction clients.

7.6.5

Évaluation de l'efficacité des actions entreprises

Article 7.6



Retour au menu