



Association à but non lucratif
16300 Lachaise
Enregistrement DNA : W162001795
Fixe : 06 13 90 75 29
Skype : raynaud1617

LES ETUDES DE SATISFACTION

Depuis toujours les entreprises ont compris que la satisfaction de leurs clients est fondamentale pour les fidéliser. Et, pour savoir comment améliorer cette satisfaction, depuis longtemps les entreprises ont pris l'habitude de faire ce qu'on appelle des *études de satisfaction*.

Ils distribuent des questionnaires – souvent par des formulaires en ligne – et posent à leurs clients des questions directes (« *Etes-vous satisfait de... ?* »), et quantifient ainsi le degré de satisfaction des clients. C'est la méthode la plus simple, la plus rapide et la moins onéreuse.

Certes, mais comme nous le disons toujours : « *Quand on ne pose que des questions on n'obtient que des réponses* » sauf la réponse à la question fondamentale : « *Mes questions sont-elles pertinentes ?* ».

Nous avons opté depuis le début pour la *méthode dite de la question unique*, totalement libre, et spontanée, sans interprétation de la part des analystes : « *Pouvez-vous me parler de...* ». Cette méthode nous fait découvrir la sémantique des personnes interrogées, la réalité de leur fonctionnement cognitif, et de leurs façons d'aborder le sujet, ce que les questions directes ne peuvent nous dévoiler.

C'est grâce à cette démarche - aujourd'hui appuyée par notre logiciel-expert **ANACIP** -, que nous avons découvert à quel point *satisfaction ne rime pas toujours avec achat*, et même au contraire que les clients les plus fidèles sont souvent parmi les plus mécontents. Car il y a d'autres critères bien cachés, qui signifient la satisfaction ou le mécontentement. Les mots disent : « *Je suis satisfait* » mais la façon dont ces mots sont utilisés dit le contraire.

La méthode d'analyse sémantique découvre la vraie réalité cachée par les mots.

Après de longues années de recherche et d'applications, le logiciel **ANACIP** est arrivé à maturité avec la version 2019 qui vient de sortir. Et la bonne nouvelle pour les utilisateurs : *elle est rapide, souple et peu onéreuse*.

Nous vous proposons de l'essayer *en profitant de la période d'été*, et de découvrir la version 2019. Je vous propose de tester notre méthode d'étude de satisfaction auprès d'un de vos clients. Comment ? Très simple, voici la procédure :

- Nous déterminons avec vous les critères signalétiques à prendre en compte : l'âge, la région, et tout ce que vous pensez utile...etc
- Vous informez les clients que vous aurez choisis de cette opération en leur donnant le lien du formulaire en ligne. Combien de clients ? *Nous conseillons d'interroger 150 personnes pour avoir des résultats significatifs*. Mais, vous pouvez opter pour plus ou moins de personnes.
- En effet, ce type d'étude possède deux objectifs :
 - mieux connaître vos clients pour mieux les servir



Association à but non lucratif
16300 Lachaise
Enregistrement DNA : W162001795
Fixe : 06 13 90 75 29
Skype : raynaud1617

- ou mettre en place une opération promotionnelle. Si ce deuxième objectif est le vôtre, le nombre de personnes interrogées peut être plus important.
- Les clients remplissent ce formulaire (qui ne doit pas dépasser 10 minutes) contenant deux ou 3 questions de signalétique, et une question fondamentale qui sera la question ouverte laissant une totale liberté aux répondants de dire ce qu'ils pensent vraiment. Vraiment ? Oui car tous les questionnaires seront anonymes : vous recevrez les réponses et les commentaires mais ils ne seront pas nominatifs.
- Vous recevez, 2 jours après la fin des recueils d'informations, les résultats complets sous deux formes :
 - un dossier en .pdf avec tous les résultats
 - et les résultats par sous-catégories de personnes interrogées
 - ainsi qu'un résumé succinct pour remercier les clients de leur participation.

De quoi sera composé le dossier de résultats ? Sans entrer dans les détails qui peuvent changer d'une étude à l'autre, voici les chapitres communs à tous les dossiers :

- Les critères de jugements des clients, en général et par catégorie ;
- Comment les clients expriment-ils leur degré de satisfaction ? Leurs mots, leurs thèmes et les structures de leur langage (les phrases-types), les citations ;
- Les différents types de clients selon les critères signalétiques, et les autres critères découverts par le langage recueilli ;
- Quels sont les indices de satisfaction : indice global et indice par critère de jugement, et aussi indices selon les catégories de la signalétique ;
- Où sont les écarts entre les différentes catégories de clients selon la signalétique adoptée au départ ?
- Tout cela en tableaux et visualisé sous la forme de *graphes de cartes mentales*. Avec analyse, synthèse, et un résumé avec des recommandations pour améliorer la relation client, si nécessaire.

Et tout cela pour quel budget ?

Le budget normal pour une étude de satisfaction auprès de 150 répondants est autour de 1500 - 2000 €, si les répondants sont contactés par vous ou un partenaire.

Pendant la période de lancement du modèle ANACIP version 2019, **jusqu'à fin septembre 2019, nous vous proposons un tarif unique de 500 € une étude complète de 150 clients.**

Mais ce n'est pas tout, si vous participez à une étude de satisfaction pendant la période de promotion, nous vous proposerons une deuxième vague d'étude de la satisfaction de vos clients gratuite. Vous ferez partie alors de la liste de nos clients privilégiés et recevrez, outre la newsletter, des propositions de partenariat au fur et à mesure de nos découvertes.



Association à but non lucratif
16300 Lachaise
Enregistrement DNA : W162001795
Fixe : 06 13 90 75 29
Skype : raynaud1617

Comment pouvons-nous vous faire cette proposition hors normes, et pour quelles raisons ?

⇒ D'abord, parce que nous estimons que les premières personnes à tenter une aventure doivent être remerciées d'une façon ou d'une autre. Certes Anacip n'est pas nouveau ; il a été créé en 1986, mais la version 2019 est bien toute neuve.

⇒ Ensuite, parce que nous ne sommes pas une entreprise commerciale mais une Association dont Pierre Raynaud est le Président et donc, en tant que tel, non rémunéré.

⇒ Enfin parce qu'ANACIP n'est pas que notre logiciel, il est aussi le vôtre, et vos critiques, vos suggestions et vos encouragements sont les trois moteurs qui vont permettre de bien le roder et d'en corriger les insuffisances. L'extrême souplesse du logiciel lui permet de se s'adapter aux suggestions des clients, et pour nous, vous êtes des partenaires plus que des clients.

Et puis finalement, il y aussi chez nous une part de militantisme en faveur des méthodes qualitatives en marketing, et nous luttons contre ces études de mauvaise qualité parce que limitées à des questions directes, reflétant plus l'avis des *questionneurs* que celui des *répondants*.

Pour en savoir plus, nous vous proposons, soit d'aller visiter [le site dédié au logiciel](#), soit de venir vous entretenir avec nous par Skype, et venir voir comment fonctionne, et ce que donne comme infos cette méthode avec un extrait d'une vraie étude de satisfaction auprès des hôtels. Vous pouvez demander un rendez-vous en proposant quelques dates et heures, sur le site à l'onglet '*Contactez-nous*'.

Ou mieux encore : sur la page d'accueil du site Anacip, un gros bouton bleu vous permet de réserver une journée complète en tête à tête avec le logiciel intégral, pour le voir à l'œuvre dans une vraie étude sur la satisfaction des clients des hôtels.

Merci de nous avoir lu. Cordialement.

Pierre RAYNAUD,
Président ADEVAR et créateur de la méthode ANACIP
Thibaut PALMANS
Développeur du logiciel ANACIP 2019
16300 Lachaise