

LE BLOG DE Philippe THIBERGE à propos du BTS MUC, du PDUC, de l'ACRC, du MGUC (étude de cas) mais aussi du marketing, management, gestion, économie, droit, informatique, communication commerciale.

Catégories

« « 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14

Calendrier

Décembre 2006						
L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
<<	<	>	>>			

Post-BTS (9)

Vendredi 20 Janvier 2006

ACRC (cours, révisions, liens) (30)

Ex de mission étude de satisfaction

Lorsque vous êtes amené à parler pendant 20 mn sur une ou deux missions lors de l'oral d'acrc, je vous conseille de réaliser un dossier " support" dans lequel vous mettez l'ensemble des preuves et visuels que vous souhaitez. Ce dossier sera établi en double et un exemplaire remis au jury. Cela fait plus professionnel et vous sert de base à l'entretien. Voici donc un brouillon d'élève sur une étude de satisfaction qui sera à compléter. Voici la trame de départ

ACRC (exemples de dossier) (14)

REALISATION D'UNE ETUDE DE SATISFACTION CLIENTELE

PDUC (cours, révisions, liens) (17)

Problématique :

PDUC (exemples de dossier) (14)

En mars 2004 l'entreprise a été reprise car l'activité déclinait. Afin de développer l'activité, le gérant a procédé à des changements, implantation des nouveaux produits, réorganisation des rayons, modifications de l'assortiment. Mais toute modification de l'offre dans le cadre d'une démarche marketing nécessite le contrôle du retour de la clientèle.

Culture commerciale (18)

Objectifs:

Divers lexiques (8)

Les objectifs ici étaient situés à deux niveaux
D'une part quantitatif : Il s'agissait de disposer de taux précis de satisfaction d'après des critères précis sur un échantillon de

Actualité marketing (14)

L'objectif qualitatif était de disposer d'un diagnostic point fort/faible préalable à la remise d'un tableau de recommandation.

Newsletter

Inscription à la newsletter

DEROULEMENT :

Dans un premier temps il était important de choisir la méthode de collecte d'information. Pour choisir la méthode de collecte d'information. Ne pouvant interroger l'ensemble de la population, il s'agissait de prélever un échantillon représentatif de la population mère pour que les résultats soient extrapolables à la population mère.

Dès lors j'ai respecté la méthodologie d'un sondage

1 Echantillonnage

a) Choix de la méthode d'enquête :

N'ayant pas de liste de la base de sondage, il s'agissait donc d'une méthode non probabiliste.

b) Calcul de la taille de l'échantillon : N'ayant pas de budget alloué à l'opération et dans un souci de représentativité, j'ai choisi la méthode logistique qui correspond à la formule suivante : $N = \text{Nombre d'enquêteurs} \times \text{nbre jours enquête} \times \text{nbre heures enquête} \times \text{nbre questionnaire par heure}$.

Sachant que le délai qui m'était alloué était de , que l'équipe d'enquête disponible était de , que le nombre d'heure d'enquête était de , et qu'un test de questionnaire avait montré une durée de , j'ai pu calculer la taille de l'échantillon

Recherche

Archives

[Décembre 2006](#)

[Novembre 2006](#)

[Octobre 2006](#)

[Septembre 2006](#)

[Août 2006](#)

[Juillet 2006](#)

[Juin 2006](#)

[Mai 2006](#)

[Avril 2006](#)

[Mars 2006](#)

[Février 2006](#)

[Janvier 2006](#)

[Décembre 2005](#)

Liens

[MON AUTRE BLOG](#)

[Forum des BTS](#)

[Blog de C SIMON](#)

c) Choix de la méthode d'échantillonnage : sachant que les données fournies sur la clientèle risquaient de ne plus être significatives étant donné l'ancienneté, je ne disposais pas d'informations me permettant d'établir le profil de la population mère. Je ne pouvais donc appliquer avec certitude la méthode des quotas. Néanmoins, pour respecter le caractère aléatoire de l'enquête, la méthode des itinéraires a été choisie. Elle a consisté par tirage au sort à interroger tous les deux clients la première heure, puis tous les trois clients la seconde heure etc....

2 Le questionnaire

a) choix de la méthode d'administration. Différentes méthodes étant possibles, il a fallu faire un choix raisonné pour adopter la méthode la plus appropriée

Méthode	Avantage	Inconvénient	Choix
Face à face	Rapide , peu cher	Influence de l'enquêteur	Intéressant ici
Téléphonique	Permet de toucher une cible dispersée	Questionnaire court	Pas de fichier disponible donc impossible
Courrier	Questionnaire complet et long	Coût + faible taux de réponse	Idem
Auto administré sur point de vente	Sincérité des réponses	Questionnaire court	Le questionnaire ne serait pas assez détaillé
Internet	Disponibilité du support	Coût et logistique	Pas de budget

b) Rédaction du questionnaire

J'ai rédigé celui-ci en reprenant les bases suivantes (faites copier coller de mon blog). Pour cela j'ai utilisé Sphinx de la manière suivante (montrez les fiches captures d'écran)

c) Validation : avant d'aller plus loin j'ai présenté le questionnaire à mon commanditaire pour accord . Dès celui-ci obtenu j'ai testé le questionnaire sur 5% de l'échantillon. Les résultats n'ayant pas montré de changement à effectuer j'ai pu passer à l'étape suivante (montrez un questionnaire manuscrit validé par votre commanditaire et 5 questionnaires avec la mention TEST)

d) Administration : J'ai préparé un planning d'administration remis aux enquêteurs (à joindre) et procédé à l'administration

e) Dépouillement : j'ai procédé à un planning de dépouillement (à joindre) et procédé au dépouillement sur sphinx de la manière suivante (joindre les captures d'écran pas à pas)

f) Analyse : j'ai procédé à l'analyse suivante grâce à Sphinx (captures d'écran) et ainsi déterminé un diagnostic

g) Rapport : j'ai rédigé un rapport d'étude remis aux commanditaires dont le plan est (copier coller sur mon

blog) J'ai procédé à des recommandations (à indiquer + joindre ce rapport)

Résultats :

Les taux de satisfaction précis étaient de et cette étude a démontré les points suivants marquants en points faibles

:

1-Produits de luxe comme les stylos, les agendas et les répertoires ne sont pas assez connus par les clients(chiffres)

2- L'équipe de vente ne semble pas assez à l'écoute et disponible.

3- Une grande partie de la clientèle souhaite que l'on dispose de tels produits (indiquer lesquels)

J'ai donc procédé à telles recommandations

A°

B

C

Voilà comment elles ont été suivies

-

-

-

publié par Philippe THIBERGE dans: [ACRC \(exemples de dossier\)](#)

[Ajouter un commentaire](#) [Commentaire\(0\)](#) [Recommander](#)

◀◀◀ [5](#) [6](#) [7](#) [8](#) [9](#) [10](#) [11](#) **12** [13](#) [14](#)

Vous avez besoin d'aide ou de renseignements sur le PDUC, l'ACRC ,les dossiers, les missions, les stages ? Inscrivez-vous à la newsletter ou contactez-moi à ctpformation@yahoo.fr !!

AVERTISSEMENT: LES DOSSIERS DONNES EN EXEMPLE SONT DES BROUILLONS D'ELEVE FOURNIS SOUS LEUR RESPONSABILITE . ILS NE DOIVENT PAS FAIRE L'OBJET DE TRICHE. TOUTE UTILISATION AUTRE QU'INFORMATIVE N'ENGAGE QUE SON AUTEUR. SI VOUS NOTEZ UN ABUS, PREVEENEZ-MOI PAR MAIL.MERCI

Sinon, quelques liens des annuaires de référencement

<http://annuaire.francecity.com/> /

http://blogzone.echosdunet.net/gestion/in.php?url_id=2248

<http://www.big->

annuaire.com/Blog.php /<http://blogannuaire.maxibottin.com/annuaire.php?id=6/>

<http://www.refrapide.com/>

[blog humour](#) sur [over-blog.com](#) - [Contact](#) - [C.G.U.](#) - [Reporter un abus](#)