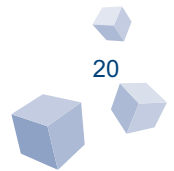


# Mesure de la satisfaction des clients au laboratoire



Réf. 12

## le contexte

Du fait de la norme NF EN ISO/CEI 17025, les laboratoires doivent viser la satisfaction des clients.

Il s'agit pour un laboratoire :

- De détecter les attentes des clients sur le déroulement des prestations fournies et au besoin, concernant de nouveaux services.
- De connaître les impressions des clients sur la qualité des prestations réalisées.

Cette évolution, désormais nécessaire à la pérennité du laboratoire, n'est pas simple à mettre en œuvre :

- Comment faire évoluer au préalable la culture et les comportements au sein de l'entreprise ?
- Comment mesurer la satisfaction des clients ? Avec quels outils ?

## les objectifs

Comprendre les enjeux d'un système de mesure de la satisfaction des clients ainsi que les conséquences au niveau de la politique qualité du laboratoire.

Appréhender au mieux les différents processus (et les outils associés) pour la mesure de satisfaction des clients de laboratoires.

Être capable de définir, pour son propre laboratoire, les modalités de mesure de la satisfaction des clients et l'exploitation des résultats :

- Qu'est ce que la satisfaction des clients ?
- Comment la mesurer ?
- Comment exploiter les résultats ?

### la documentation

Documents Capital et **Qualité** relatif aux sujets traités dans le stage.

Étude de cas : déroulement d'une enquête de satisfaction.

### l'animation

L'animation est assurée par des consultants qualitatifs Capital et **Qualité** expérimentés.

La pédagogie alterne exposés et exercices d'application basés notamment sur des exemples de documents.

### le pré-requis conseillé

Aucun.

### le public

Responsables encadrement et techniciens de laboratoire d'analyses.

## le programme

### La mesure de satisfaction des clients

- Pourquoi mesurer ?
- Les implications au niveau de l'organisation ou du système de management de la qualité.
- Les indicateurs de la satisfaction : la différence entre la qualité-client et la qualité-laboratoire.
- Une action interne et externe : motivation du personnel et attitude proactive à l'égard du client.
- Les indicateurs à surveiller et à exploiter. Panorama des différents moyens de mesures.

### La mesure de satisfaction et le marketing

- La qualité totale, processus d'amélioration continue du service.
- Aller plus loin : anticiper les désirs du client de laboratoire.

### Étude de cas, déroulement d'une enquête de satisfaction

- Principales étapes à réaliser.
- Programmation d'une enquête.
- Définition du cahier des charges : périmètre, cible, questions ouvertes...
- Dépouillement et exploitation des résultats. Usage éventuel d'outils statistiques.
- Mesurer juste, éviter l'auto-satisfaction.