

Cellule Audit Mystère - Evaluer l'expérience et la satisfaction de vos clients à travers des visites et appels mystères

Quelle première image donnez-vous à vos clients ? Osent-ils vous faire des remarques ou vous quittent ils discrètement ?

Lieu : France entière

Public : Toute personne en contact avec les clients et prospects

Objectifs

Chef d'entreprise, Dirigeant, Directeur Général, Directeur commercial, Responsable Clientèle, Responsable Qualité, disposez d'indicateurs de qualité et de performance

- Evaluer la qualité de votre **relation-clients** et de votre **relation commerciale**, disposer d'indicateurs précis pour en mesurer l'évolution,
- Fournir un diagnostic de l'**expérience vécue par vos clients** : accueil, découverte du client, personnalisation du service, réponses aux attentes, aux objections, fidélisation...,
- Jauger et renforcer l'**image de marque** de votre entreprise,
- Auditer votre réseau de distribution,
- Evaluer la **performance de votre force de vente** au téléphone et sur le terrain : capacité de découverte, de présentation de l'offre, écoute active, reformulation, réponses aux objections, ...,
- Dégager le **professionnalisme, l'attitude, l'efficacité et le potentiel** de vos salariés en termes de relation-clients et de performances commerciales
- Mesurer le **respect des standards** fixés par la Direction : standards d'accueil, de relation-clients, de démarche commerciale, de vente...,
- Optimiser vos **investissements en formation** : affiner et renforcer l'impact des formations Vente et Relation-clients destinées à vos salariés en détenant un diagnostic de leurs points forts et axes d'amélioration

L'audit mystère s'adresse à vos équipes en relation avec la clientèle et vos prospects Quelques exemples:

- Personnel d'accueil administratif et commercial, équipe de réception, de réservation, de restauration, personnel hôtelier, administrations, office de tourisme, personnel hospitalier, hotline client...
- Force de vente en B to B et B to C : call center, boutique, magasin, commerciaux, vendeurs, télévendeurs, équipe SAV, litiges, assistantes commerciales...
- Personnel technique en contact avec la clientèle.

Programme

Nos audits mystères se réalisent par téléphone "appels mystères" ou directement sur le terrain "visites mystères".

Comment se déroule la démarche ?

- Définition avec vous des objectifs de l'enquête mystère et préparation du questionnaire (entre 25 et 200 items) qui servira de base à nos enquêteurs,
- Collecte des infos sur la base des visites et appels mystère,
- Analyse et mise en forme des résultats,
- Partage des résultats avec les équipes,
- Recommandations et mise en place d'un plan d'action d'amélioration.

Nous appliquons déjà cette démarche dans le cadre de nos formations. En amont d'une formation, nous évaluons par téléphone ou sur le terrain anonymement les futurs participants en vue d'en dégager leurs points forts et axes d'amélioration. Dès lors, nous réajustons le contenu de la formation s'il s'agit d'une formation en intra-entreprise et ainsi renforçons l'impact de cette dernière.

Lors de nos sessions inter-entreprises, l'audit mystère permet au participant de prendre conscience de ses atouts et de ses points à améliorer. Le stagiaire audité sait sur quels points il va devoir porter une attention particulière lors de la formation, il est sensibilisé, responsabilisé. Il en est de même pour le formateur qui aura à disposition les résultats de l'audit mystère et ainsi, optimisera son accompagnement grâce à sa connaissance des points de vigilance du stagiaire.

Les formations sur lesquelles nous réalisons des visites et appels mystères :

- Maîtriser les techniques d'accueil
- Expérience-clients, Relation-clients
- Gérer les clients difficiles
- Destiné aux commerciaux : Clefs de la vente et de la négociation commerciale
- Destiné au call center : Vendre par téléphone
- Destiné aux boutiques et magasins : Vente et négociation en magasin

Quel tarif ? Chaque visite d'un client mystère est facturée à partir de 60€ nets de taxes par personne audité selon le temps passé (nature, lieu, objectifs de l'enquête, nombre d'items à évaluer).

Quelques exemples de réalisations d'audits mystère en 2017

- Ecoutes téléphoniques auprès de call center pour évaluer la force de vente
- Visites et appels mystères dans l'hôtellerie de luxe
- Visites et appels mystères dans la distribution (succursales, franchises)
- Appels "prospects mystères" auprès de commerciaux B to B