

SATI
CLIENT
BIEN
URN

LA SATISFACTION DU CLIENT
UN BIENFAIT POUR NOUS TOUS

Est-il important pour vous que vos clients s'identifient à votre concept de magasin? Que vos contacts commerciaux soient convaincus – sans le moindre doute – qu'ils traitent avec un partenaire de choix? Ou que les patients qui fréquentent votre centre de soins de santé ressentent qu'ils ne sont pas de simples numéros? Ou que vous, en tant que représentant du gouvernement, sachiez si vos citoyens se sentent soutenus par vous? Ou que chaque voix au sein de votre entreprise multinationale soit entendue?

En d'autres termes, que vous opérez sur un marché national ou international, quels que soient les groupes-cibles que vous visiez, le fait que l'expérience soit positive joue un rôle important et constant.

Multi-Value est en mesure d'apporter une réelle contribution en vous fournissant une vaste gamme de moyens de soutien et de conseils dans le but d'atteindre l'objectif ultime: « l'expérience » est la bonne, encore et toujours. Multi-Value a mis sur pied différentes méthodes testées en profondeur afin de mettre en évidence les domaines où votre organisation pourrait s'améliorer. Le but spécifique de toutes ces améliorations consiste à veiller à ce que vos contacts commerciaux actuels deviennent les futurs ambassadeurs de votre entreprise. Multi-Value – votre partenaire en expérience client!

LE SHOPPING MYSTÈRE

Le shopping mystère est une technique d'observation. Moyennant des visites non annoncées, un lieu est observé et évalué sur la base d'un ensemble de critères prédéfinis. Ces critères peuvent porter sur l'attrait d'un lieu particulier, le service et l'orientation client des employés, ou encore, sur la façon dont vous organisez la promotion et la vente de votre produit ou service.

Quand devriez-vous avoir recours au shopping mystère?

Les informations rassemblées durant ces visites peuvent être analysées de différentes manières et peuvent également s'utiliser à différentes fins au sein de votre organisation. En règle générale, le shopping mystère vise à trois objectifs importants et sert:

- d'outil motivationnel en vue de l'amélioration des prestations de vos employés,
- d'outil de mesure permettant d'évaluer la connaissance du produit et le service,
- d'outil de gestion afin, par exemple, de déterminer la stratégie de votre organisation (qui opère au niveau international).



ETUDES DE MARCHÉ

Etudes qualitatives ou quantitatives?

Vous aimeriez découvrir ce que votre groupe-cible pense d'un sujet particulier et pourquoi? Dans ce cas, une étude qualitative est une option pour vous. Une approche qualitative consiste en un « inventaire » et convient idéalement pour répondre aux questions concernant le « pourquoi » et le « comment ». L'utilisation d'entretiens face à face ou de discussions de groupe débouche sur une évaluation détaillée de l'expérience et de l'attitude des répondants.

Vous aimeriez savoir combien de personnes ont un avis sur un sujet particulier? Dans ce cas, nous vous conseillons une étude quantitative. Une étude quantitative consiste en une méthode de recherche intensive basée sur diverses techniques incluant le téléphone, des enquêtes écrites, en ligne ou en tête à tête, visant à vous fournir des informations concrètes et représentatives. Une étude quantitative est essentiellement basée sur des mesurages. Les deux méthodes de recherche sont disponibles en Europe et sont fonction des différents pays. Les résultats des études sont calculés statistiquement et proposés sous la forme de rapports clairs et transparents.

ETUDE EN LIGNE DE LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE

Multi-Value a développé un système propriétaire en ligne destiné à mesurer la satisfaction de la clientèle : my-Value. Cet outil est la solution idéale pour des organisations (avec ou sans but lucratif) établies en Europe et pour lesquelles les clients sont importants. Le moniteur my-Value est la façon la plus pratique et la plus facile qui soit de connaître directement l'avis de vos clients :

- Etude en ligne moyennant un taux de réaction de plus de 40%
- Résultats disponibles dans les 24 heures
- Avantage complémentaire grâce à la communication par e-mail à la demande de votre client
- Nombre illimité d'études pour des honoraires fixes
- Méthode extrêmement conviviale ; des connaissances techniques ne sont nullement requises



AUDITS (DANS LE SECTEUR AUTOMOBILE)

Les audits après-ventes sont un outil qui permet de mesurer, en toute transparence, la façon dont un concessionnaire gère son entreprise et qui s'axe sur certains points essentiels spécifiques. Les audits après-vente représentent un important outil d'amélioration de la gestion et mettent clairement l'accent sur l'amélioration continue. Les points évalués sont pertinents pour nombre d'aspects qui affectent la qualité du service à la clientèle.

Les éléments suivants pourraient être évalués : l'attrait du concessionnaire, le service, l'orientation client des employés, la qualité du service « d'entretien », les contrôles techniques et les contrôles de garantie. Notre savoir-faire exceptionnel au sein de ce marché spécifique vise à ce que votre partenariat avec Multi-Value soit source de Valeur Ajoutée. Nous sommes ravis de vous présenter des faits et chiffres qui parlent d'eux-mêmes.



SAVOIR-FAIRE ET EXPERIENCE DEVELOPPES



FORMATION & CONSULTANCE

Les projets nationaux et internationaux que nous avons déployés au fil des années, pour une vaste palette de revendeurs, fabricants, pour l'industrie automobile, des soins de santé, les agences gouvernementales et de lobbying, nous ont permis de développer un savoir-faire et une expérience considérables. Savoir-faire dans le domaine de la qualité du service et de l'orientation client. Savoir-faire concernant les avantages et charges afférents à la prévention des vols et à la communication interne. Ce savoir-faire sera immédiatement bénéfique à votre organisation car nous travaillons ensemble dans un cadre de consultance et de formation. Les sessions de formation et de conseils sont également d'excellents outils qui vous aideront, par exemple, à mettre en œuvre les recommandations résultant d'une étude de marché.



Les directeurs d'entreprises et le management constituent une équipe internationale de professionnels. N'hésitez surtout pas à nous contacter pour une rencontre sans engagement et informative avec Multi-Value. Vous serez convaincu que, en Europe, nous sommes pour vous le partenaire international approprié qui vous garantira l'expérience client adéquate.



SIÈGE PRINCIPAL

Multi-Value BELGIQUE
Eiermarkt 13-17
B-2000 Anvers
BELGIQUE
Tél.: +32(0)3 212 15 15
Fax: +32(0)3 212 15 16
E-Mail: info@multi-value.com

Multi-Value FRANCE
253 Boulevard de Leeds
59777 Lille
FRANCE
Tél.: +33(0)3 285 359 27
Fax: +33(0)3 285 357 50
E-Mail: info@multi-value.com

Multi-Value PAYS-BAS
Eindhoveneweg 84
5554 AE Valkenswaard
PAYS-BAS
Tél.: +31(0)40 201 33 28
Fax: +31(0)40 204 18 38
E-Mail: info@multi-value.com

Multi-Value ALLEMAGNE
Schloss-Rahe-Straße 15
52072 Aachen
ALLEMAGNE
Tél.: +49 (0)241 936 734 00
Fax: +49 (0)241 936 710 99
E-Mail: info@multi-value.com

Multi-Value ESPAGNE
Paseo de la Castellana, 141 Edificio Cuzco IV
28046 Madrid
ESPAGNE
Tél.: +34 917 498 052
Fax: +34 915 707 199
E-Mail: info@multi-value.com