

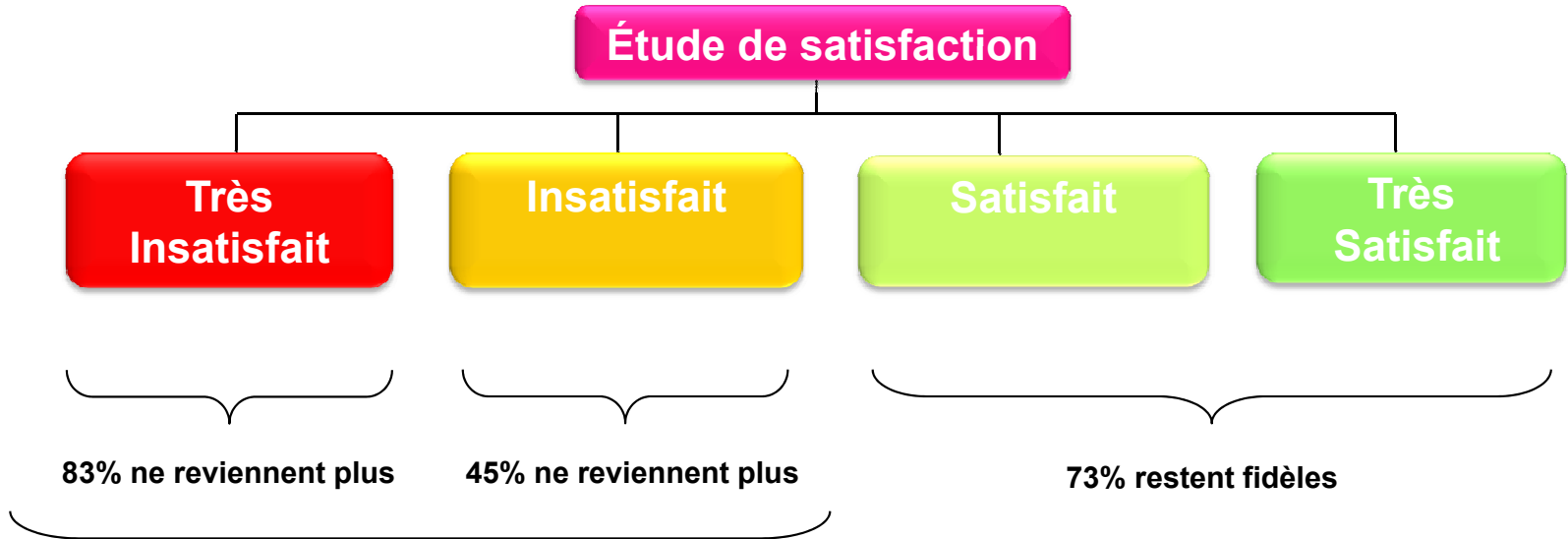
dtc...
MARKETING
Diagnostic Test Conso

LES ETUDES BAROMETRIQUES EN LIGNE : BAROWEB

www.dtc-marketing.com/FichesProduit/Fiches.htm

Pour quelles raisons réaliser une étude de satisfaction ?

- Êtes-vous satisfait de votre achat ?



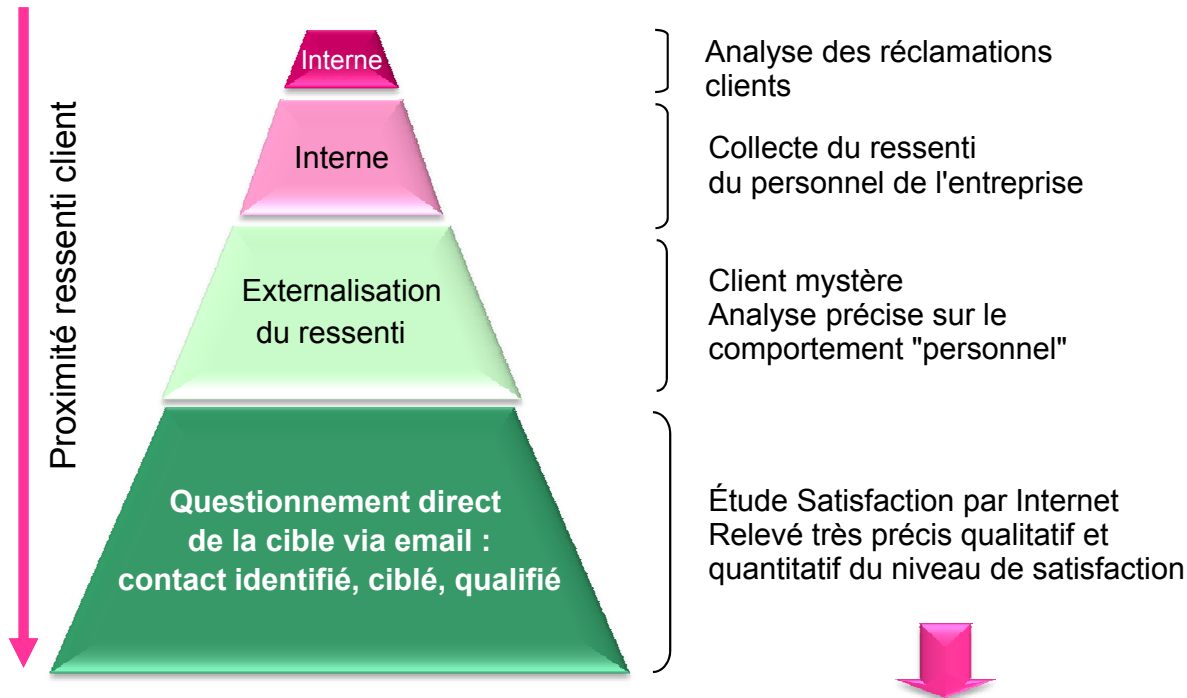
Objectifs : Connaître les ressentis

- Mesurer le niveau de satisfaction
- Recueillir les avis, identifier et hiérarchiser les attentes
- Identifier les priorités d'amélioration
- Suivre l'évolution des perceptions dans le temps

But à atteindre : Réagir

- Définir les axes d'investissement de la société
- Mettre en place une politique de qualité de service
- Sensibiliser le personnel
- Lancer les actions d'amélioration

Comment mesurer la satisfaction ?



Les études Baroweb

Domaines de Référence

VAD VPC
Alimentaire
Pure Player
Mode
Hygiène Beauté
Banque & Assurances
Salons – Expositions



**Mise en place barométrique
du questionnaire Internet :
Le BaroWeb**

Marketing DTC
6bis rue Frédéric Mottez
59000 Lille
T : 03.20.97.97.62
F : 03.20.15.29.31
@ : contact@dte-marketing.com

▪ **La mise en place d'une étude barométrique sur Internet**

Le baromètre satisfaction s'appuie sur la collecte d'informations via un questionnaire Internet. **L'Extranet de suivi de votre Baromètre Satisfaction Online** comprend toutes les fonctionnalités permettant le suivi détaillé des données collectées et leur traitement afin de générer des rapports d'analyse suivant les requêtes voulues :

- Période d'analyse,
- Magasins, Régions, Produits, etc.
- Principaux indicateurs, etc.

17 %

Globalement, vous diriez que vous êtes ... de votre ville en magasin ?

Très satisfait
 Plutôt satisfait
 Plutôt mécontent
 Très mécontent

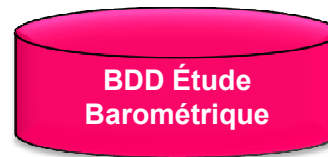
Pour chacun des critères, indiquez votre niveau de satisfaction concernant le vendeur.

	Très satisfait	Plutôt satisfait	Plutôt mécontent	Très mécontent
La disponibilité et l'enthousiasme du vendeur à venir vers vous	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Son écoute	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour quelles raisons ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sa connaissance des produits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Date >>>

© dtc-marketing 2008

Internet
Enquête CAWI



Sauvegarde
 Compilation
 Administration
 serveurs Marketing DTC



LE LOGO

Bienvenue,

Cet espace dédié vous permet de gérer vos études en ligne et d'explorer vos baromètres.

Merci de vous identifier.

Identifiant: Valider



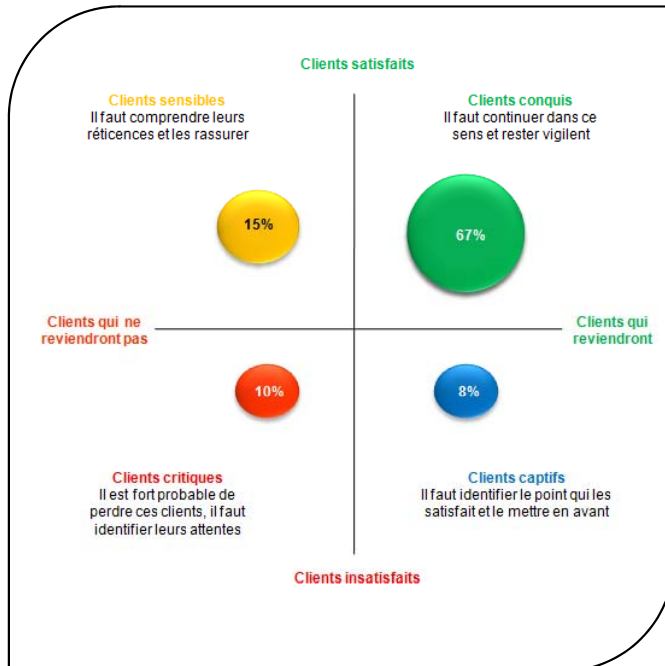
RapportBaro.pdf



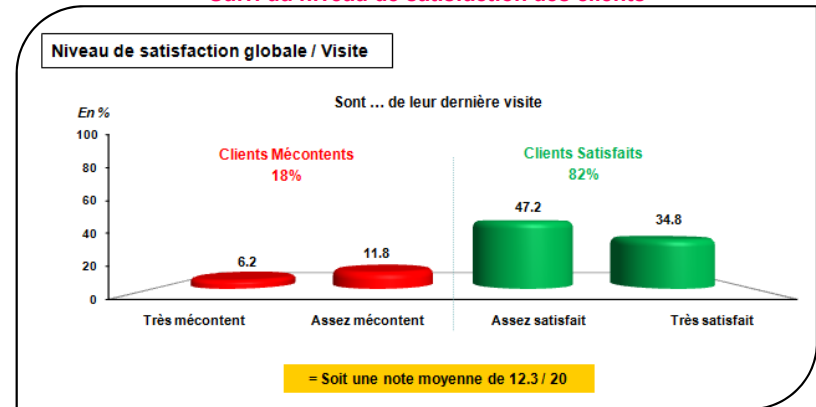
La restitution des données = la mise en place de plans d'actions

Au travers de graphiques, mappings, vous visualisez directement les points sur lesquels votre action doit porter.

Segmentation de la clientèle



Suivi du niveau de satisfaction des clients



Détermination des axes prioritaires d'amélioration

