

EVALUATION DE FIN DE MODULE

**Nom et Prénom : SABIRI Youssef
3A G.I**

RAPPORT D'ENQUÊTE DE SATISFACTION CLIENT

Société : PACK INFO

Période : Janvier 2026

INTRODUCTION :

Suite à la baisse de 25 % du chiffre d'affaires en 2025 et les nombreuses réclamations qu'on a reçues, la direction de PACK INFO a décidé de faire une enquête auprès de 100 clients avec un questionnaire de 5 questions.

L'objectif de cette enquête est de comprendre pourquoi les clients sont insatisfaits et trouver des solutions pour améliorer notre situation commerciale.

1. D – DÉFINITION DU PROBLÈME :

La situation actuelle de notre entreprise montre plusieurs problèmes :

- Baisse importante du chiffre d'affaires (-25 % en 2025)
- Augmentation des réclamations de la part des clients
- Beaucoup de retours de produits
- Insatisfaction générale

Le problème principal c'est que nos clients ne sont pas satisfaits, et ça impacte directement nos ventes et notre rentabilité.

2. I – COLLECTE D'INFORMATIONS :

Après avoir collecté les réponses du questionnaire auprès de 100 clients, on peut analyser les informations suivantes :

a) Qualité des produits (Q1)

- 29 clients satisfaits
- 61 clients moyennement satisfaits
- 10 clients insatisfaits

Constat : 71 clients sur 100 ne sont pas totalement satisfaits de la qualité. C'est un gros problème qu'il faut régler rapidement.

b) Service après-vente (Q2)

- Seulement 16 clients jugent le SAV satisfaisant à 100 %
- 14 clients le jugent satisfaisant à 75 %
- 40 clients le jugent satisfaisant à 50 %
- 30 clients le jugent satisfaisant à 25 %

Constat : La majorité des clients trouvent que notre service après-vente n'est pas assez bon. 70 clients estiment que le SAV est satisfaisant entre 25% et 50% seulement.

c) Prix pratiqués (Q3)

- 57 clients jugent les prix insatisfaisants
- 22 clients les trouvent peu satisfaisants
- 13 clients les trouvent satisfaisants
- 8 clients les trouvent très satisfaisants

Constat : 79 clients sur 100 trouvent que nos prix sont trop élevés, ce qui les empêche d'acheter chez nous.

d) Mode de livraison (Q4)

- 40 clients trouvent la livraison inadaptée
- 41 clients la jugent peu adaptée
- 19 clients la trouvent bien adaptée

Constat : 81 clients ont des problèmes avec nos livraisons. C'est le point le plus critique avec les prix.

e) Réductions commerciales (Q5)

- 42 clients estiment les réductions insuffisantes
- 35 clients les jugent peu suffisantes
- 23 clients les trouvent suffisantes

Constat : Les clients attendent plus d'efforts commerciaux de notre part, notamment des promotions. 77 clients sur 100 ne sont pas satisfaits des réductions proposées.

3. S – INVENTAIRE DES SOLUTIONS :

Pour améliorer la satisfaction de nos clients, voici l'inventaire des solutions possibles :

- Solution 1 : Améliorer la qualité des produits

Il faut mettre en place un contrôle qualité avant chaque vente et peut-être changer certains fournisseurs qui ne nous livrent pas des produits de bonne qualité.

- Solution 2 : Renforcer le service après-vente

On doit former notre personnel SAV pour qu'ils soient plus efficaces et plus rapides. Si nécessaire, recruter du personnel supplémentaire pour mieux répondre aux demandes.

- Solution 3 : Revoir la politique des prix

Négocier avec nos fournisseurs pour baisser nos coûts d'achat, ce qui nous permettra de proposer des prix plus compétitifs à nos clients.

- Solution 4 : Améliorer le système de livraison

Respecter les délais annoncés et mieux informer les clients sur l'état de leur livraison. Si notre transporteur actuel ne fait pas bien le travail, il faudra en changer.

- Solution 5 : Augmenter les réductions commerciales

Proposer des promotions régulières et créer un programme de fidélité pour récompenser nos clients réguliers.

4. A – PLAN D'ACTION :

Pour mettre en œuvre ces solutions, voici le plan d'action proposé :

Actions immédiates (1 à 2 mois)

- Rencontrer nos fournisseurs pour renégocier les prix et la qualité
- Recruter au moins 2 personnes pour le SAV
- Lancer une promotion de 15% sur nos produits
- Évaluer notre société de livraison et chercher des alternatives

Actions à court terme (3 à 6 mois)

- Mettre en place un contrôle qualité systématique sur tous les produits
- Former toute l'équipe du SAV aux nouvelles procédures
- Créer un programme de fidélité avec des avantages progressifs
- Installer un système de suivi des livraisons en temps réel

Actions à moyen terme (7 à 12 mois)

- Mesurer l'amélioration de la satisfaction client
- Refaire une enquête similaire dans 6 mois pour comparer les résultats
- Ajuster nos actions selon les nouveaux résultats obtenus

CONCLUSION :

Cette enquête nous montre clairement que nos clients sont insatisfaits sur presque tous les aspects de notre service : qualité des produits, prix, SAV, livraison et réductions commerciales.

Ces problèmes expliquent directement la baisse de 25 % de notre chiffre d'affaires en 2025.

D'après mon analyse, les trois priorités principales sont :

1. Améliorer le mode de livraison (81% d'insatisfaction)
2. Réviser nos prix à la baisse (79% d'insatisfaction)
3. Renforcer nos actions commerciales avec plus de réductions (77% d'insatisfaction)

Si on applique rapidement les solutions proposées dans ce rapport, on pourra regagner la confiance de nos clients et améliorer nos performances commerciales dès cette année 2026.

Rapport rédigé par : **Youssef SABIRI**

Fonction : Conseiller commercial

Date : 17 janvier 2026