

CAHIER DE CHARGE

Pour l'élaboration et l'exécution d'une enquête de satisfaction clients

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

La Société des brasseries du Gabon (SOBRAGA) propose à ses clients de nombreux produits dans l'objectif de satisfaire à leurs besoins.

Pour mesurer la satisfaction de ses clients mais aussi l'efficacité des actions menées dans ce sens, la SOBRAGA prend en compte les avis de ses consommateurs à travers des enquêtes. C'est dans cette optique qu'elle consulte des cabinets qualifiés dans le domaine en vue d'obtenir de meilleurs résultats.

II. OBJECTIFS SPECIFIQUES

L'objectif du projet est de recueillir via une enquête de satisfaction, de manière objective, l'avis des clients sur les produits et services de la SOBRAGA.

Ces remontées permettront d'identifier et de hiérarchiser les points d'amélioration pour agir efficacement sur les sources d'insatisfaction. Cela permettra également de faire ressortir des enjeux internes et externes, à savoir :

- Disposer d'indicateurs objectifs qui nous permettront de mesurer la satisfaction des clients et des consommateurs à différents niveaux ;
- Améliorer nos produits et services ;
- Suivre l'évolution de la satisfaction au fil du temps et l'impact des actions d'amélioration ;
- Prendre les décisions d'actions utiles
- Être à l'écoute de nos clients en récoltant en direct des données et des feedbacks qu'on pourrait ensuite analyser ;
- Montrer aux clients que leur satisfaction est au cœur des préoccupations de l'entreprise ;
- Identifier/anticiper les attentes des clients et les évolutions du marché ;
- Segmenter notre base clients en fonction des attentes et du niveau de satisfaction ;
- Communiquer et créer du lien avec ses clients ;
- Construire des plans d'actions d'amélioration de la satisfaction client sur des bases tangibles ;
- Innover afin de pas se complaire dans un statu quo.

III. PERIMETRE D'EXECUTION

L'enquête devra couvrir les zones géographiques suivantes : (Libreville, Owendo, Ntoun, Akanda), Mouila, Lambaréné, Port-Gentil, Franceville, Oyem) ;

IV. RESULTATS ATTENDUS

- Elaboration et transmission d'un exemplaire du questionnaire ;
- Choix d'un échantillon constitué de 6000 personnes ;
- Couverture de toutes les zones géographiques mentionnées ci-dessus pour l'administration du questionnaire sur le terrain ;
- Traitement des résultats de l'enquête ;
- Synthèse et Rapport ;
- Restitution de la donnée brute ;
- Respect de la charte graphique.

V. METHODOLOGIE

Pour la réalisation de ces objectifs, le prestataire tiendra compte des standards et charte de communication propres à la SOBRAGA en collaborant étroitement avec le point focal communication. Il devra donc respecter les sept (07) étapes d'enquête suivantes :

- **Etape 1 : Lancement de l'enquête**

Pour le lancement de l'enquête, une réunion sera organisée entre les deux parties prenantes. Il s'agira d'une réunion de cadrage qui permettra de clarifier les objectifs de l'enquête et de s'assurer que les rôles sont bien définis pour chacune des parties.

- **Etape 2 : Elaboration du questionnaire**

Le questionnaire élaboré devra être soumis à la validation de la Direction Commerciale et Marketing de la SOBRAGA.

- **Etape 3 : Détermination de l'échantillon**

Le prestataire récupèrera l'échantillonnage auprès du point focal (service communication de la SOBRAGA) et veillera au respect de celui-ci pendant la phase de réalisation de l'enquête.

- **Etape 4 : Réalisation de l'enquête**

Le prestataire devra démontrer son expérience et sa compétence en matière de réalisation d'enquête et fournir les garanties (références et modes de contrôle) du professionnalisme de son équipe (enquêteurs, encadrement).

- **Etape 5 : Dépouillement de l'enquête**

Il s'agira de collecter les données recueillies et de dénombrer, pour chaque question, les réponses obtenues. Un document récapitulatif pourra être présenté à la SOBRAGA, si elle en fait la demande.

- **Etape 6 : Exploitation des résultats**

Trois niveaux de traitement sont attendus par la SOBRAGA :

- Définir les taux de satisfaction globale par type de clients (consommateurs, détaillants et grossistes) et pour tous les sites (Libreville (Owendo, Ntoum, Akanda), Mouila, Lambaréné, Port-Gentil, Franceville, Oyem) ;
- Présenter la contribution de chaque critère à la satisfaction générale ;
- Sur l'ensemble des exploitations demandées ci-dessus, analyser et faire une présentation graphique de l'évolution par rapport à l'enquête précédente.

- **Etape 7 : Restitution et communication des résultats**

A l'issue de la réalisation de l'enquête sur le terrain, un rapport sera rédigé par le prestataire et transmis à la Direction Commerciale et Marketing de la SOBRAGA. Les principales conclusions de ce rapport seront présentées au cours d'une réunion entre les deux (2) parties.

VI. DUREE DE LA MISSION

La mission est prévue pour une durée de deux mois. Les résultats officiels doivent nous être fournis au mois de septembre.

VII. BUDGET ALLOUE

Le budget alloué comprend la prestation de conception du questionnaire ; le règlement des prestations des enquêteurs ; le déplacement des enquêteurs et autres émoluments.

Le prestataire devra fournir en copie un point des dépenses effectuées en dehors de sa prestation personnelle, avec un fichier portant le nom des différents intervenants ainsi que leurs signatures faisant foi.