Animation d’équipe : Groupe G

**Exercice 1 :**

*Objectif : “Devenir la référence en termes de satisfaction client dans le monde du logiciel médical” :*

S- Pour accomplir notre objectif d’amélioration de la satisfaction client nous allons devoir créer des questionnaires et des sondages afin de mesurer le contentement de notre clientèle et d’adapter notre logiciel en fonction de leur besoin.

M- Afin de mesurer notre progrès nous pourrons suivre le nombre de questionnaires remplies par nos utilisateurs et atteindre au minimum les 80% de feedbacks positifs en moins d’un an. En adaptant notre logiciel aux besoins de nos utilisateurs (grâce à nos sondages) nous devrons notés une augmentation du nombre d’utilisateur de notre produit.

A- En nous fixant comme objectif de satisfaire plus de 80% de notre clientèle en moins d’un an nous pensons augmenter la satisfaction de manière notable. Nous pouvons estimer qu’au moins la moitié de notre clientèle est contente de notre produit cependant nous espérons que les améliorations que nous proposerons grâce au sondage nous permettrons de satisfaire nos clients. Un délai d’un an nous paraît essentiel afin de nous adapter aux requêtes de nos utilisateurs.

R- En essayant d’améliorer la satisfaction de notre clientèle nous espérons garder avec nous nos utilisateurs actuels et attirer davantage de monde afin de devenir le plus gros vendeur d’éditeur de logiciel médical. €€€€€€€€€€€€€€€$$$$$$$£££££££££

T- Pour réaliser la contrainte, nous estimons qu'il faudrait une année pour réussir à devenir une référence de satisfaction client. Pour ce faire, durant l'année il faudra prendre en compte tous les retours effectués par les clients et implémenter les changements nécessaires pour les satisfaire le plus rapidement possible.

**Exercice 2 :**

Le premier leading indicator serait d’avoir plus de personnel en SAV : Pour être numéro un il faut être à l’écoute du client, si le client est content il nous fera de la pub

Le deuxième serait d’être à l’écoute de la communauté pour connaître au mieux les attentes des différents clients : écouter les utilisateurs du logiciel est important pour les fidéliser et faire des nouvelles mises à jour.

Le dernier serait d’avoir un Community manager : Toutes les entreprises d’aujourd’hui en ont un présent sur les réseaux sociaux. Grace a cette personne les utilisateurs se sentiront proche de la société et augmentera le nombre de client.

**Exercice 3 :**

Le premier lagging indicator serait de voir si notre niveau de satisfaction client s’est amélioré depuis l’embauche des 10 personnes. Cela permettrait facilement de se rendre compte si du progrès a été fait.

Le deuxième serait de voir si le logiciel produit a atteint les attentes. L’avis client est primordial pour savoir si le SAV à atteint les objectifs que l’on souhaite.

Le dernier serait de voir si une augmentation au niveau de nos bénéfices peut être observée. Un bénéfice financier étant un facteur essentiel dans le développement d’une entreprise, il est important de surveiller son évolution.

**Exercice 4 :**

*Matrice RACI d’un incident critique :*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Support de niveau 1 | Support de niveau 2 | Equipe produit | L’équipe dev/ops | Account Managers |
| Identifier l’incident | R | R/A | C | C | I |
| Rassurer la clientèle |  |  |  |  | A/R |
| Réparer l’incident | R | R/A | I | R | I |
| Tester le produit après réparation |  |  | A/R |  | I |
| Attribuer les tâches | I | A/R | I | I | I |
| Catégorise l’incident | R/C/I | A/R/I |  |  |  |
| Définir la priorité de l’incident | R | R/A | I | C | I |
| Informer les utilisateurs de la résolution de l’incident |  |  | R |  | A/R |
| Déterminer l’origine du problème | R | A/R |  | C |  |

* Les supports de niveau 1 et 2 se chargent d’identifier l’incident, celui de niveau 2 est celui qui approuvent l’identification du problème. L’équipe produit et l’équipe de dev est chargé de conseiller les supports sur l’origine potentiel du problème. Ils détermineront en plus l’origine du problème. L’account manager doit être tenue au courant du problème afin d’informer le public plus tard.
* La tâche de rassurer la clientèle est réalisée par les account managers, ils occupent donc le poste de A et de R car ils seront les seuls à s'occuper de cette tâche.
* Les équipes de support et de développement/ops se chargent de régler le problème mais c’est l’équipe de support 2 qui est tenue responsable de l’avancer. L’account manager et l’équipe produit doit être tenue au courant de l’avancement des réparations ils informeront également les utilisateurs de la fin du problème.
* L'équipe produit testera le logiciel une fois réparer afin de s’assurer qu’aucun problème ne persiste, il informera également l’account manager.
* L’équipe de support de niveau 2 attribuera les tâches à développer afin de faciliter la réparation des éléments du produit, elle informera ensuite tout le monde de son choix. Elle eut également prendre en compte les conseils du support de niveau 1 et de l’équipe de dev pour cette tâche.
* Afin de se charger de catégoriser le problème (problème bloquant ou non) les supports de niveau 1 et 2 devront travailler de concert pour déterminer l’urgence du bug. C’est également eux qui se chargeront de définir le degré de priorité du problème, ils prendront conseil avec les développeurs pour déterminer si la tâche est urgente ou non et en informerons les autres branches si nécessaire.