

Sujet :

La satisfaction client

Un client, comme tout un chacun, a trois types de besoins :

- Des besoins basiques
- Des besoins exprimés
- Des besoins latents

Savoir identifier ces besoins est essentiel pour travailler la satisfaction client.

L'outil à utiliser : le modèle Kano

Date : mercredi 9 février 2005

Auteur : Gilles Hémerly

La satisfaction client

Un client, comme tout un chacun, a trois types de besoins :

- Des besoins basiques
- Des besoins exprimés
- Des besoins latents

Savoir identifier ces besoins est essentiel pour travailler la satisfaction client.
L'outil à utiliser : le modèle Kano

Les besoins basiques

Un besoin basique n'est jamais exprimé. Il faut le remplir un point c'est tout. D'être très performant sur un besoin basique n'apporte aucune satisfaction au client. Par contre la moindre absence de performance sur un besoin basique génère un mécontentement terrible chez le client.

Exemple :

Vous arrivez au restaurant et vous vous rendez compte que vos couverts ne sont pas propres. Vous n'avez pas demandé à ce que les couverts soient propres. Ils doivent être propres. Le fait qu'ils ne soient pas propres n'est pas une grande absence de performance. Mais cela crée un grand mécontentement parce que vous vous demandez ce que vous allez trouver dans votre assiette. Si le restaurant lustre les couverts, passe beaucoup de temps à les faire briller, personne ne s'en rend compte. Cela ne vous apportera aucune satisfaction particulière.

En résumé :

Un besoin basique doit être rempli basiquement. Ne jamais faire ni de sur qualité, ni de communication sur un besoin basique parce que cela n'apportera aucun avantage compétitif et aucun satisfaction client.

Les besoins exprimés

Lorsque le besoin est exprimé, tout le monde en a connaissance. Le client exprime ce qu'il veut, ce qu'il attend. Je veux bien manger, je vais dans un bon restaurant. Je veux manger vite, je vais dans un fast food. Je connais la qualité de ce que j'aurai et je choisis en fonction de ce que je veux.

En résumé

La satisfaction du client croit de façon linéaire avec la performance. Si la performance n'est pas au rendez-vous, le mécontentement sera également proportionnel à l'absence de performance.

Les besoins latents

Un besoin latent n'est jamais exprimé. Le client n'en a pas conscience. C'est ce qui explique la raison pour laquelle il n'est pas exprimé. L'identifier et le remplir va créer chez le client une satisfaction énorme. La performance n'a pas besoin d'être importante pour créer énormément de satisfaction.

Exemple :

Vous avez réservé pour le week-end une chambre classique dans un hôtel. Vous arrivez, l'hôtelier vous reçoit avec une coupe de champagne et vous offre un sur classement dans une suite avec vue sur mer.

La coupe de champagne ne coûte pas cher et la suite est libre. Pour lui cela ne change rien, il devra toujours faire une chambre. Donc la performance est faible, mais pour vous, la satisfaction est énorme. La prochaine fois que vous réserverez, vous retourneriez sans doute dans cet hôtel parce que vous vous direz que si la suite est libre, peut-être que vous l'aurez !

En résumé :

Il faut très peu de performance pour créer une grande satisfaction chez les clients sur des besoins qu'il n'a pas exprimés et dont il n'a pas conscience immédiatement. À partir du moment où ce besoin est mis en évidence, le client en prend conscience. Cela devient un besoin exprimé. Si nous sommes les seuls à pouvoir le remplir, cela ferme la porte aux concurrents.

Le graphique montre l'évolution de la satisfaction du client en fonction de la performance établie, et cela suivant les trois types de besoins.

