



AFRC : Atelier Qualité du 08 février 2011

Agnès PEGURRI

Thomas LE GUERNIC

Février 2011



100% Satisfaction
Colorado Groupe

Comment sensibiliser l'entreprise à la qualité ?

Thème de l'atelier : comment sensibiliser l'entreprise à la qualité ?

■ Constat :

si les outils de mesure et de remontée de la voix du client livrent une photographie de la qualité à un instant T, ils ne suffisent pas néanmoins à insuffler une dynamique qualité et à garantir son succès.

- ▶ *Dans un contexte global, le plus performant des outils des mesures apportera peu sur le long terme s'il n'est pas accompagné d'actions spécifiques.*

■ Tout le monde s'accorde donc à reconnaître la nécessité de mettre en place un ensemble d'outils et d'actions permettant de relayer et de consolider la démarche qualité.

■ Plusieurs types d'outils ont pu être évoqués lors de cet atelier, 4 thématiques sont apparues.

- ▶ *Préalablement, il a été rappelé qu'une démarche qualité doit être globale, concertée, constamment appuyée par une direction générale impliquée dans ce projet au long cours.*
 - *En retour, il s'agit aussi d'animer la démarche à ce niveau de direction, par un reporting régulier et parlant.*
- ▶ *Ce pré-requis, aussi évident qu'il soit, reste un facteur clé de succès crucial.*

Comment sensibiliser l'entreprise à la qualité ?

1^{ère} thématique : communication et formation

- **Associer les collaborateurs à la construction de la démarche qualité... :**
 - ▶ *Partager avec les équipes sur la constitution d'un référentiel ou d'un questionnaire qui soit pertinent dans le choix des critères à évaluer.*

- **...mais aussi les associer à l'évaluation elle-même :**
 - ▶ *Former à la pratique de l'auto-évaluation*
 - ▶ *Dans le cadre d'évaluation croisée : mettre en place un système de contre-évaluations, et par delà inscrire la démarche dans un cadre plus large de formation individuelle pour court-circuiter les effets pervers liés : partialité des évaluations, risques de biais émotionnels ou relationnels.*
 - ▶ *Coupler les sessions d'évaluation aux retours clients (et aux outils de remontée de voix du client)*

- **Une démarche de sensibilisation interne à la qualité doit ainsi s'inscrire dans une politique de formation concrète.**
 - ▶ *A cet égard, la promesse de montée en compétence individuelle est un facteur crucial d'implication des équipes sur le long terme.*
 - **Outils d'implication et d'homogénéisation : ateliers, jeux de rôles**
 - **Outils de communication : newsletter, magazine, journal interne**
 - **Outils d'incentive : challenge intra-entreprise**

Comment sensibiliser l'entreprise à la qualité ?

2^{ème} thématique : la politique d'incentive

- **La nécessité d'incentive auprès des équipes est un aspect dont l'intérêt fait l'unanimité.**
 - ▶ *Les facteurs de risques sont liées aux critères sur lesquels construire cette logique d'incentive...*
 - **Il s'agit ainsi de trouver le meilleur équilibre entre des indicateurs qui relèvent :**
 - De la productivité (indicateurs purement quantitatif, Durée Moyenne de Traitement)
 - De la qualité (First Call Resolution, Once and Done, Contact Avoidance Strategy)
 - **Mais aussi entre les logiques d'incentive individuelle et collective.**
 - ▶ *...et au risque que la part de variable devienne un dû dans l'esprit des collaborateurs.*
 - **Et finisse par générer de la frustration en lieu et place de la motivation.**

Comment sensibiliser l'entreprise à la qualité ?

3^{ème} thématique : l'approche relationnelle

- **Enfin, par-delà toutes les logiques d'indicateurs et de ROI, un facteur de succès important ne doit pas être négligé : la relation humaine.**
 - ▶ *S'il est nécessaire dans un premier temps de circonscrire l'effet sanction des reporting auprès des équipes par une communication adaptée, il s'agit aussi d'introduire la notion de plaisir.*

- **De fait, toute démarche de pilotage de la qualité passera par la mise en place d'indicateur et de reporting nécessairement quantitatif,**
 - ▶ *Ces outils étant par définition impersonnels, il y a le risque de voir s'instaurer un automatisme du reporting et des « reflexes qualités » décorrélés du bien-fondé de la démarche.*

- **Il s'agit alors de rester attentif aux aspects humains et à la difficulté quotidienne qu'implique le travail de front office de la relation client.**

Pour plus d'informations, merci de contacter

Thomas Le Guernic

Directeur de clientèle

tleguernic@100-satisfaction.com

01 46 10 11 06

100% Satisfaction
Colorado Groupe

100% SATISFACTION SAS

8, rue de la ferme

F - 92100 BOULOGNE-BILLANCOURT

+33 (0)1 46 10 11 11

SAS au Capital de 38 112,25 €

RCS Versailles 394 543 045