



# SATISFACTION CLIENT

RETOUR SUR L'ENQUÊTE DE SATISFACTION CLIENT MENÉE PAR AUBERT & DUVAL EN 2008

## Aubert & Duval à l'écoute de ses clients

Satisfaire les exigences clients, écouter et comprendre leurs besoins, être force d'innovation... Les clients d'Aubert & Duval ont répondu à la première enquête de satisfaction, avec le bilan : "Bien mais peut mieux faire", qui doit nous motiver et nous inciter à l'action.



Richard Tyler, Directeur des achats SKF Aeroengine (USA).

### 200 CLIENTS

Dans le cadre de sa démarche de progrès continu au service de ses clients, Aubert & Duval a mené, en 2008, une enquête de satisfaction auprès de deux cents clients sur l'ensemble de ses marchés dans plusieurs pays. Aubert & Duval a été accompagné dans cette nouvelle démarche par un cabinet spécialisé dans la mesure de la satisfaction clients.

Dans un premier temps, un panel représentatif d'une vingtaine de nos clients a été interrogé, en vue de bâtir et d'affiner le questionnaire d'enquête. Deux cents clients, dans les fonctions achats, qualité, logistique et technique, ont ensuite été contactés sur la base d'interviews téléphoniques.

Une telle démarche permet de recueillir des avis, des impressions, voire des idées nouvelles. C'est aussi un bon outil de prospection et d'investigation, source d'innovation et de progrès continu.

### AMÉLIORATIONS

Nos clients ont très bien accueilli cette enquête, satisfaits de pouvoir exprimer leur avis et préciser leurs attentes. Ce qu'il en ressort : notre compétence technique est reconnue. Notre offre et la qualité de nos produits nous placent parmi les leaders dans notre domaine. Mais, le respect de nos engagements de délais et la réduction significative de nos coûts, bien qu'en nette amélioration, constituent les points de progrès attendus par tous nos clients. L'enquête a également révélé une forte attente en termes de communication de la part d'Aubert & Duval envers ses clients, demandeurs d'informations commerciales, logistiques, ou plus largement stratégiques sur l'entreprise.

### PLAN D' ACTIONS : COMMUNIQUER

En regard des attentes de nos clients en termes de délais et de réduction des coûts, de nombreux chantiers ont déjà été initiés et commencent à porter leurs fruits, notamment à travers les chantiers de Lean Manufacturing. Nous avons donc décidé de porter nos efforts sur la définition d'une stratégie de communication vers les clients, au travers d'un plan d'actions piloté par la direction du marketing Aubert & Duval et un groupe de travail transverse regroupant les fonctions Qualité, Commerce, Communication, Industrielle, Technique... Différents thèmes ont été identifiés et feront l'objet d'actions concrètes dont nous mesurerons les effets, puisque cette étude devrait être reconduite à l'avenir.

### STRATÉGIE, PROGRÈS

En conclusion, les réponses de nos clients nous ont permis d'obtenir une évaluation de l'entreprise sur des sujets aussi variés que la qualité des produits et services proposés, l'organisation mise en place, sa capacité à satisfaire les exigences de ses clients. Ces attentes, ces points de progrès identifiés, vont nous permettre d'intégrer la perception du client au cœur de notre stratégie de progrès, pour atteindre nos ambitions de croissance.

