

# ÉTUDE DE SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE

## pour l'entreprise d'économie sociale BUFFET ACCÈS EMPLOI



EDITION 2013-2014  
Prix étudiants de l'ARC

ÉTUDIANTES EN TECHNIQUES DE COMPTABILITÉ ET DE GESTION

TAMARA BAHSOUN,  
ÉLODIE MAILHOT et  
CATHERINE MONDOR

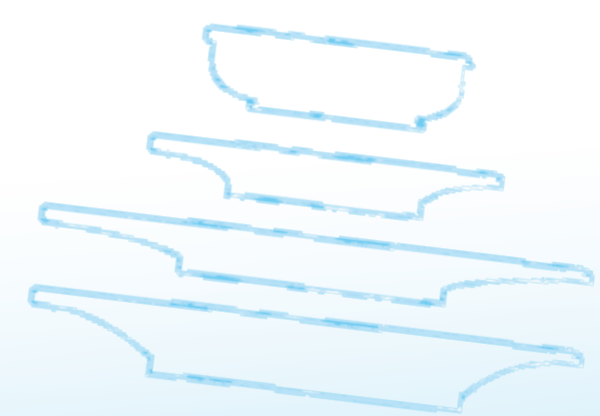
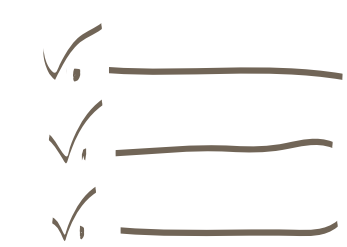
Sous la supervision de  
ISABELLE DESLAURIERS  
Cégep régional de Lanaudière à L'Assomption

### 1 Résumé du projet

Nous avons réalisé une étude de satisfaction de la clientèle pour Buffet Accès Emploi, une entreprise située dans la ville de Saint-Lin-Laurentides qui offre un service traiteur de qualité tout en favorisant l'insertion professionnelle et sociale de personnes vivant des situations d'exclusion ou des difficultés importantes.

### 3 Objectifs du projet

1. Identifier le profil et les besoins des clientèles spécifiques de Buffet Accès Emploi.
2. Évaluer le niveau de satisfaction de la clientèle quant aux différents services offerts et cibler les principaux problèmes de l'entreprise provenant de ses stratégies marketing.
3. Proposer des recommandations stratégiques visant à améliorer la qualité du service à la clientèle de Buffet Accès Emploi.



### 4 Méthodologie

**Population à l'étude**  
L'ensemble des clientèles du service traiteur Buffet Accès Emploi, provenant des secteurs communautaire, privé, institutionnel ou corporatif.

- Secteurs institutionnel et corporatif: 20%
- Secteur communautaire: 30%
- Secteur privé: 50%

**Méthode de collecte des données**  
Nous avons choisi comme méthode le questionnaire auto-administré en ligne (Google): envoi par courriel du lien du sondage à l'ensemble des contacts de la base de données, soit notre échantillon cible.

**Échantillon**

- Échantillonnage volontaire
- Taille de l'échantillon: 232 personnes

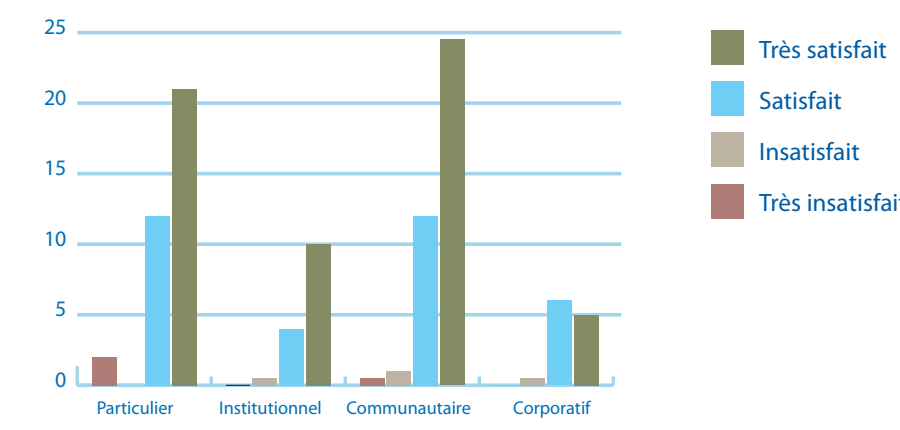
**Pré-test**

- Échantillon: 11 personnes
- Personnes ayant déjà commandé un buffet à un traiteur auparavant

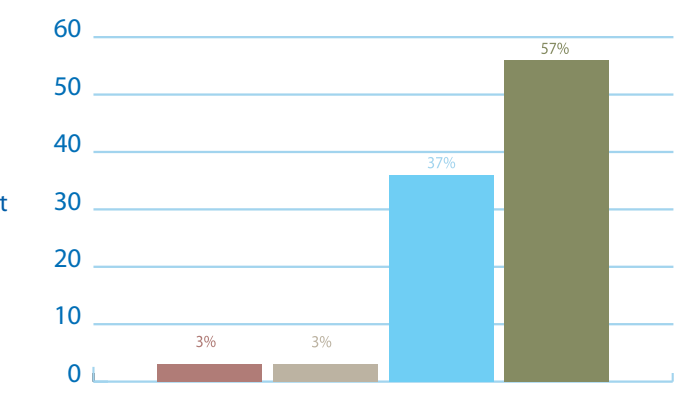
### 5 Résultats

Bien que le niveau de satisfaction global soit bon pour l'ensemble des clientèles, la clientèle corporative tend à démontrer les taux de satisfaction les plus faibles. Parmi les éléments qui génèrent le plus d'insatisfaction, la prise de commande constitue un enjeu majeur. En outre, l'élément « qualité de la nourriture » obtient un niveau de satisfaction *satisfaisant*, plutôt qu'*entièrement satisfaisant*, alors qu'il s'agit là du cœur de la mission de l'entreprise.

Répartition des répondants selon leur degré de satisfaction quant au service à la clientèle et selon la catégorie à laquelle ils appartiennent



Répartition des répondants selon leur degré de satisfaction quant à la prise de commande



### 6 Conclusions

1. Les clientèles connaissent mal les produits connexes (plats surgelés et produits du terroir) de l'entreprise.
2. La prise de commande représente l'étape de service à la clientèle la plus problématique. Notre étude, en effet, révèle un manque dans l'exactitude des informations données aux clients à cette étape ainsi qu'une méconnaissance du service-conseil offert par le personnel au sujet des produits connexes.

### 7 Recommandations stratégiques

- Premièrement, afin de remédier à la méconnaissance des clients quant aux produits connexes de l'entreprise, nous avons proposé à Buffet Accès Emploi d'élaborer une stratégie de vente croisée.
- Deuxièmement, afin de remédier à l'insatisfaction des clients quant à la prise de commande, nous avons suggéré à l'entreprise d'améliorer sa plateforme de prise de commande en ligne.