

I - LA DÉMARCHE DE LA GESTION GLOBALE DE LA QUALITÉ

« Une spirale vers l'excellence »



La qualité : ?

Si je vous dis « produits de qualité », quels sont les mots qui vous viennent à l'esprit :

- 1) Le **prix** pour 25 % des personnes
- 2) Les **signes extérieurs** de la qualité (marque, label) pour 23 % des personnes
- 3) Les **critères objectifs de fiabilité** (solidité, durabilité, sécurité)

Enquête de consommation du CREDOC – juillet 2001



La qualité : définitions

① LAROUSSE :

- 1) Manière d'être, **bonne ou mauvaise**, de quelque chose ;
- 2) Supériorité, **excellence** en quelque chose ;
- 3) Ce qui fait le **mérite** de quelqu'un.



La qualité : définitions (suite)

② ISO 8402 :

« Ensemble des propriétés et caractéristiques d'un service qui lui confère l'aptitude à **satisfaire des besoins exprimés et implicites...** »

③ PROTOURISME :

« ...et de manière conjuguée, **les attentes légitimes des hommes impliqués dans l'entreprise**

(chef d'entreprise, personnel, associés, fournisseurs)



La qualité : une notion relative

Tout dépend à quelle aune on la mesure !

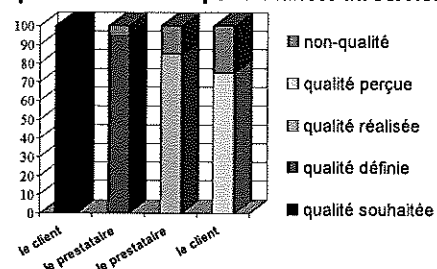
- | | |
|---|---|
| ❖ Critères de luxe, de plaisir, de confort... | ❖ Critères de fidélisation, de fréquentation... |
| ✓ Restaurant 3* Michelin | ✓ Mac Donald |
| ✓ Hôtel Relais & Château | ✓ Formule 1 |
| ✓ Exposition de maître | ✓ Astérix |
| ✓ etc. | ✓ etc. |

d'où la notion de rapport qualité / prix ou plutôt de valeur / coût



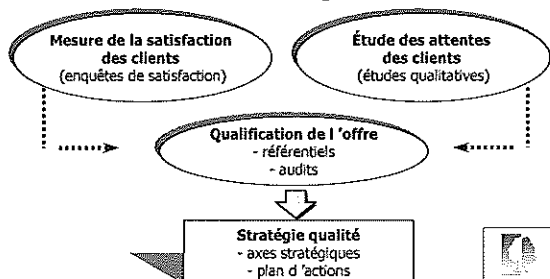
La qualité : une valeur mesurable

Il est indispensable de mesurer la qualité pour améliorer les performances du service !



La démarche de la qualité ... globale

Méthodologie



L'application réussie de la gestion de la qualité à un service a pour...

objectifs

- ❶ Augmenter le volume d'affaires
 - ✓ fidéliser les clients
 - ✓ développer les ventes
 - ✓ diversifier les marchés
- ❷ Réduire les coûts
 - ✓ améliorer la productivité
 - ✓ accroître l'efficacité

seul le marché concurrentiel permet la recherche de la qualité :

« les clients heureux font les entreprises gagnantes »
(Service Compris - Marabout)

II - ÊTRE À L'ÉCOUTE DU CLIENT !

« mettre le visiteur au centre de la stratégie Qualité »



Un client satisfait est un client fidèle !

Clients	Satisfaits		Insatisfaits
	sans réserve	avec réserve	
Restent fidèles	73 %	45 %	17 %
Vont ailleurs	27 %	55 %	83 %

Source : étude TARP / AFNOR

Le scénario catastrophe de la non-qualité

Un client insatisfait ne reviendra pas, mais de plus, il en parlera à 12 personnes qui chacune en parlera à 6, qui à leur tour en parleront à 3 autres, soit un total de :

300 personnes informées de la non-qualité de votre prestation !

environ 40 % de clients mécontents ne se plaignent jamais.



Des tendances lourdes...

● Plus d'une vingtaine de revendications (C.C.A.) :

- ✓ l'optimisation
- ✓ le confort
- ✓ le plaisir
- ✓ la considération
- ✓ la personnalisation
- ✓ la convivialité
- ✓ l'authenticité
- ✓ la sécurité
- ✓ etc.



Les attentes fortes ...

... du visiteur d'un OT/SI

3 critères essentiels

(2/3 des attentes)

- qualité de l'information
- compétence & conseil
- disponibilité

3 critères importants

- variété de l'information
- sympathie
- signalisation

