

# PRÉSENTATION

## Rapport d'analyse des besoins de formation en service à la clientèle

Mardi 7 décembre 2021

présenté par  **Détail  
FORMATION**

### PARTENAIRES



Centre de services  
scolaire de la  
Moyenne-Côte-Nord  
Québec 



Services  
Québec 



Avec la participation financière du  
ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale

# Déroulement

Méthodologie

Satisfaction générale

Besoins de formation  
- *sections d'évaluation*

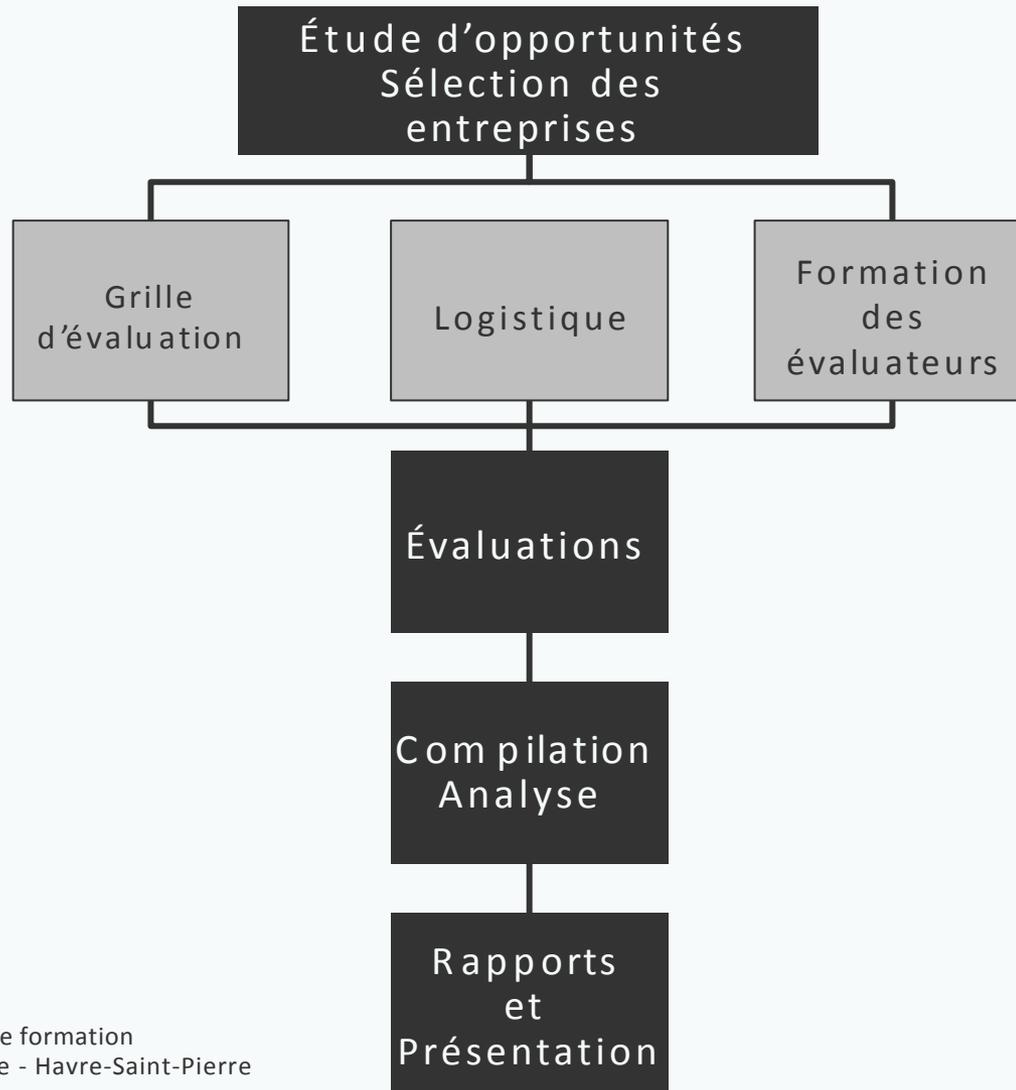
Conclusion

Remise des rapports



# Méthodologie

## Analyse des besoins de formation



# Méthodologie

## Un contexte particulier de l'étude

### ***14 entreprises participantes***

*Inscriptions des entreprises au projet*

*Frais de participation*

*Résultats légèrement différents des autres territoires*



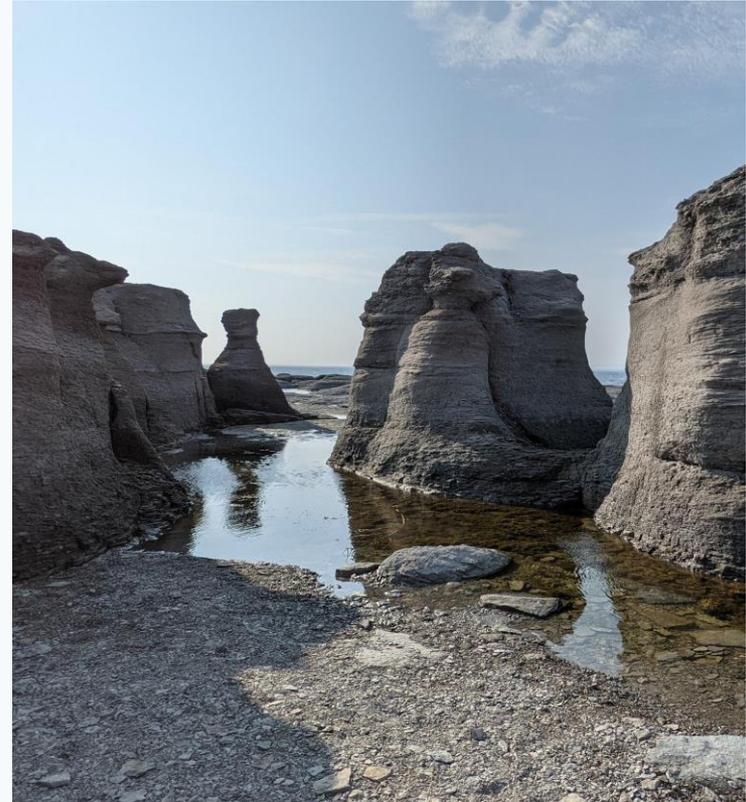
# Méthodologie

14 entreprises évaluées  
du 10 au 14 août 2021  
des appels et courriels en juillet et  
septembre 2021

2 242\$ dépensés dans les entreprises  
sélectionnées

Plus de 1500\$ en hébergement,  
restauration et autres dépenses dans la  
région

Plus de 200 heures de préparation,  
évaluations, compilation, analyse,  
rédaction et mise en page des  
différents documents



# Méthodologie

Entreprises regroupées dans trois (3) secteurs d'activités :

1. *Restauration (6)*
2. *Service (4)*
3. *Commerce (4)*



# Méthodologie

L'évaluation des besoins de formation- profil du client mystère



# Méthodologie

Une grille unique d'analyse des besoins de formation regroupée en sept (7) grandes sections :

1. *Besoins de formation pour accueillir un client*
2. *Besoins de formation pour servir un client*
3. *Besoins de formation pour terminer le service avec un client*
4. *Besoins de formation pour améliorer la visibilité extérieure de l'entreprise*
5. *Besoins de formation pour créer une ambiance agréable*
6. *Besoins de formation pour le service téléphonique*
7. *Besoins de formation pour améliorer le service et sa présence sur le Web*





# Déroulement

Méthodologie

Satisfaction générale

Besoins de formation  
- *sections d'évaluation*

Conclusion

Remise des rapports



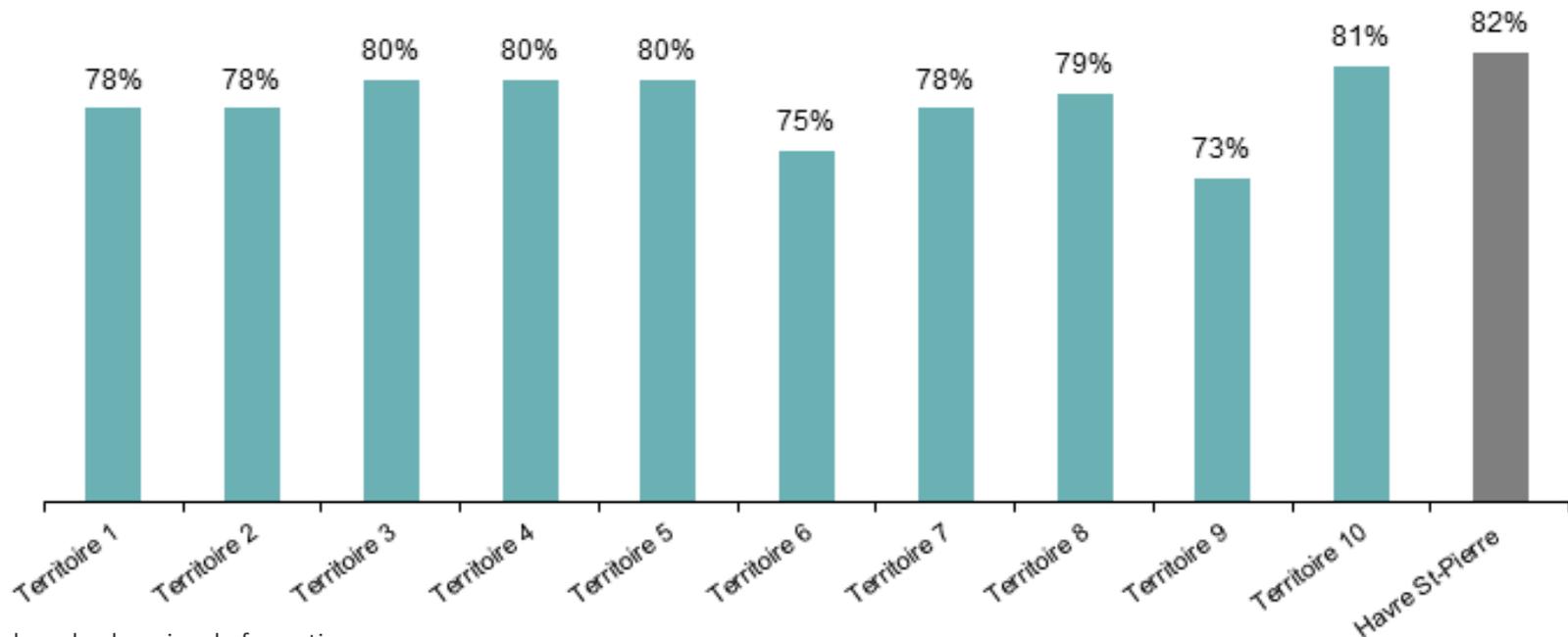
# Satisfaction générale



# Satisfaction générale

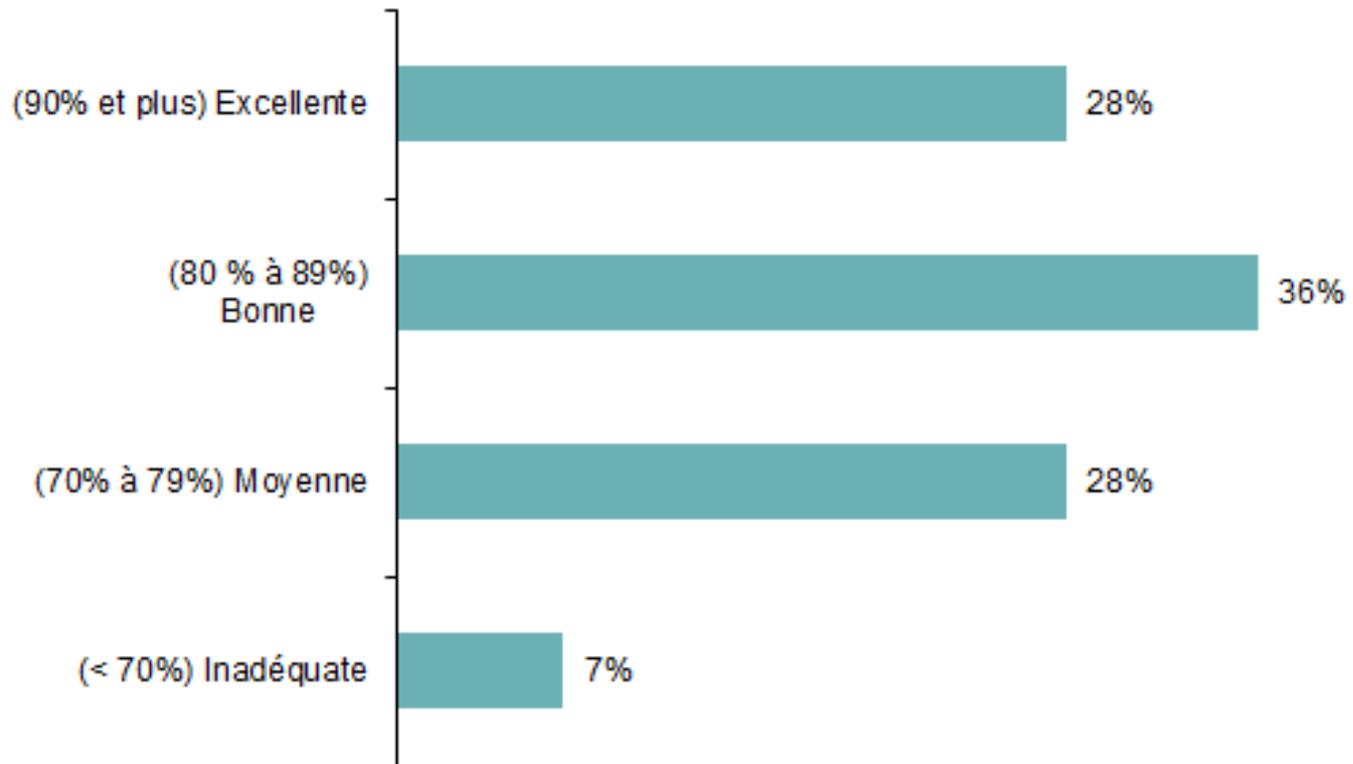
Note globale de **82%**, supérieure à d'autres régions

Échantillon choisi n'est sûrement pas étranger à ces bons résultats



# Satisfaction générale

**28% des établissements au dessus de 90%, ce qui est excellent !**  
**Seulement 1 établissement (7%) avec une note inférieure de 70%**

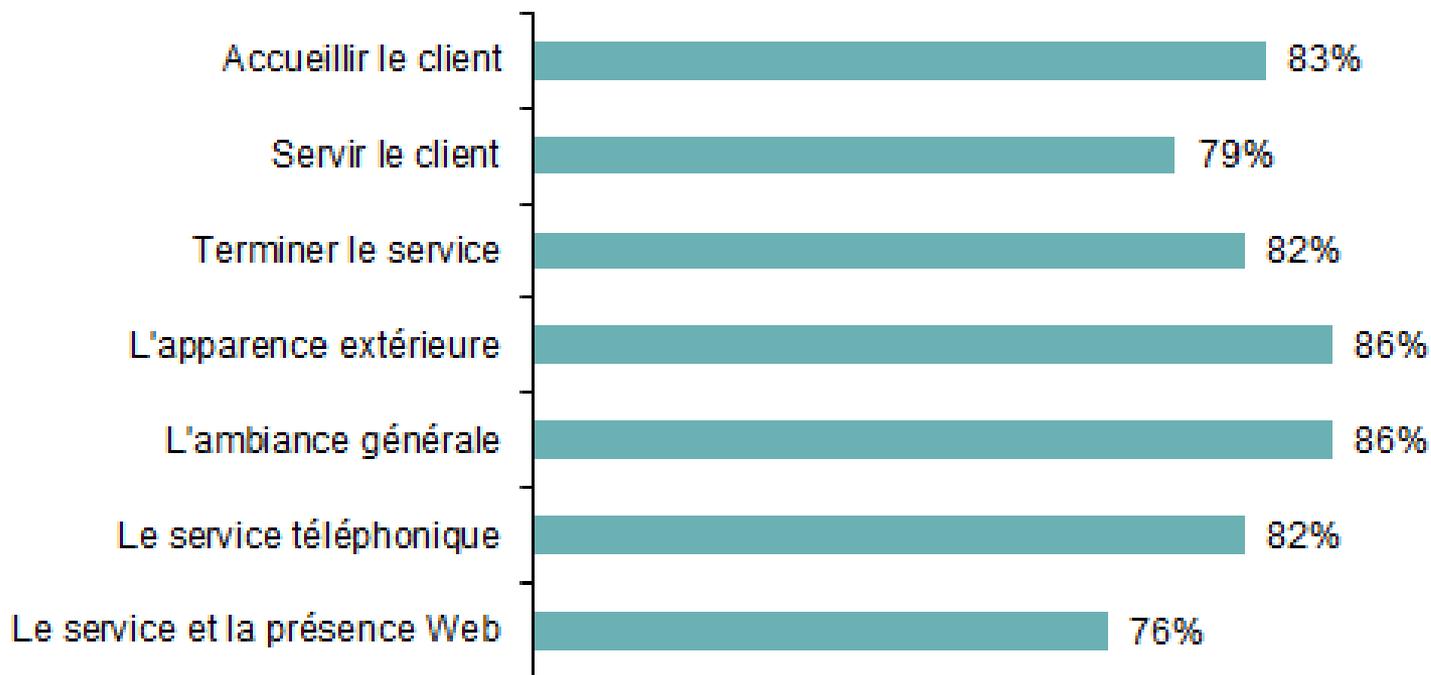


**% de commerces**



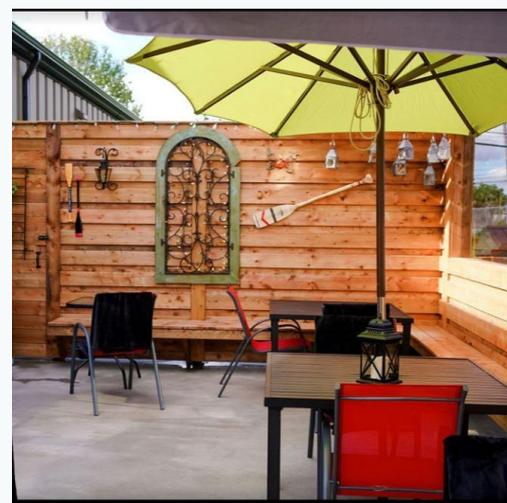
# Satisfaction générale – sections d'évaluation

Superbe note concernant l'accueil à **83%** (*plus haute note obtenue par Détail Formation*)  
L'apparence extérieure et l'ambiance générale obtiennent des notes très fortes de **86%** !



# Secteur Restauration (6 établissements évalués)

Restaurant La Promenade  
Café du Port Havre-Saint-Pierre  
Café du Port Longue-Pointe de Mingan  
La Molle  
Vilbon Café-Bar  
Restaurant Chez Julie



# Secteur service (4 établissements évalués)

Corporation de l'Île aux perroquets  
Excursion du Phare  
Voyages Coste  
Services Maritimes Boréal



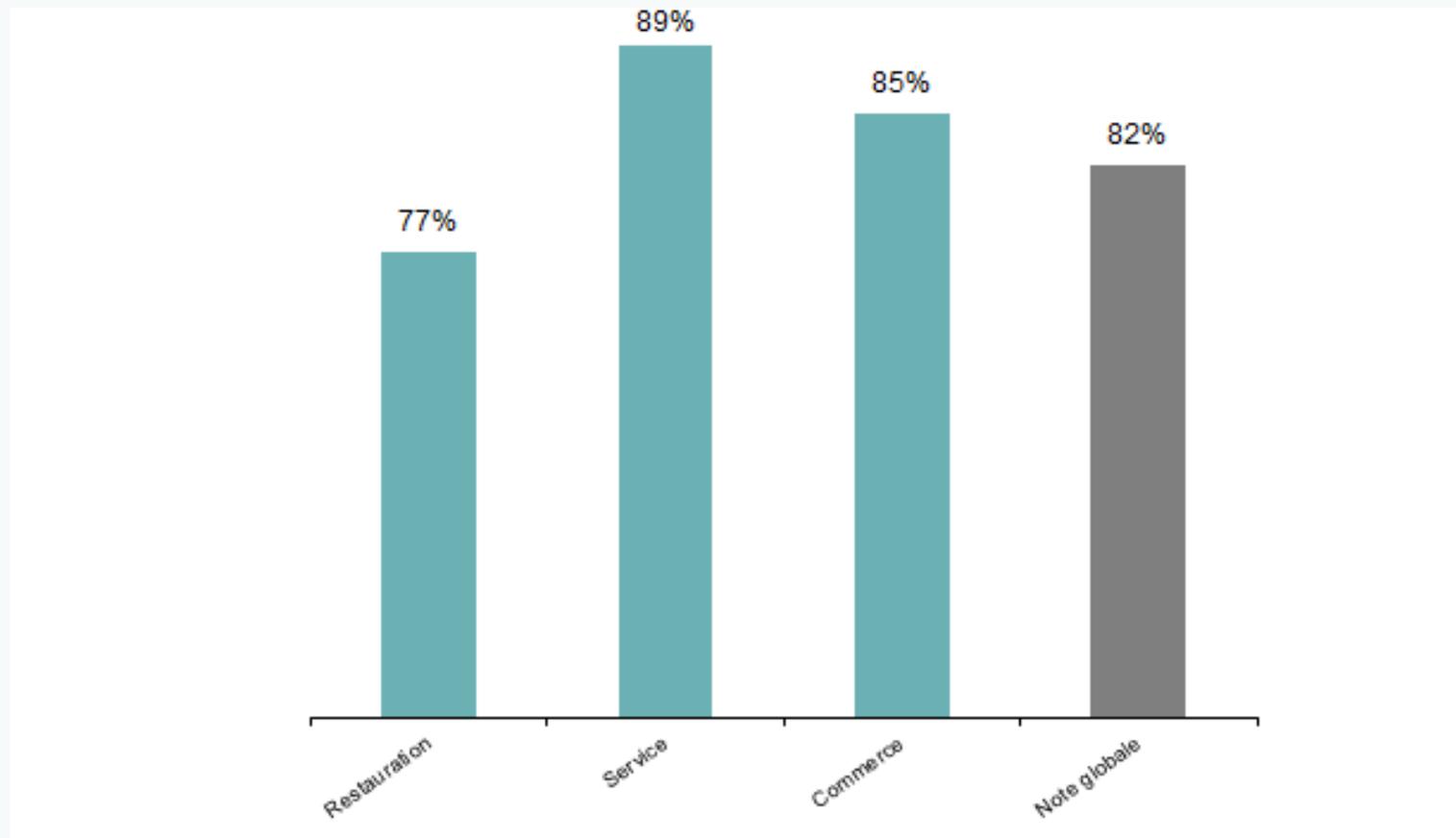
# Secteur commerce (4 établissements évalués)

Souvenirs Archipel Mingan  
Distillerie Puyjalon  
Boutique Chez Julie  
Variétés Jomphe



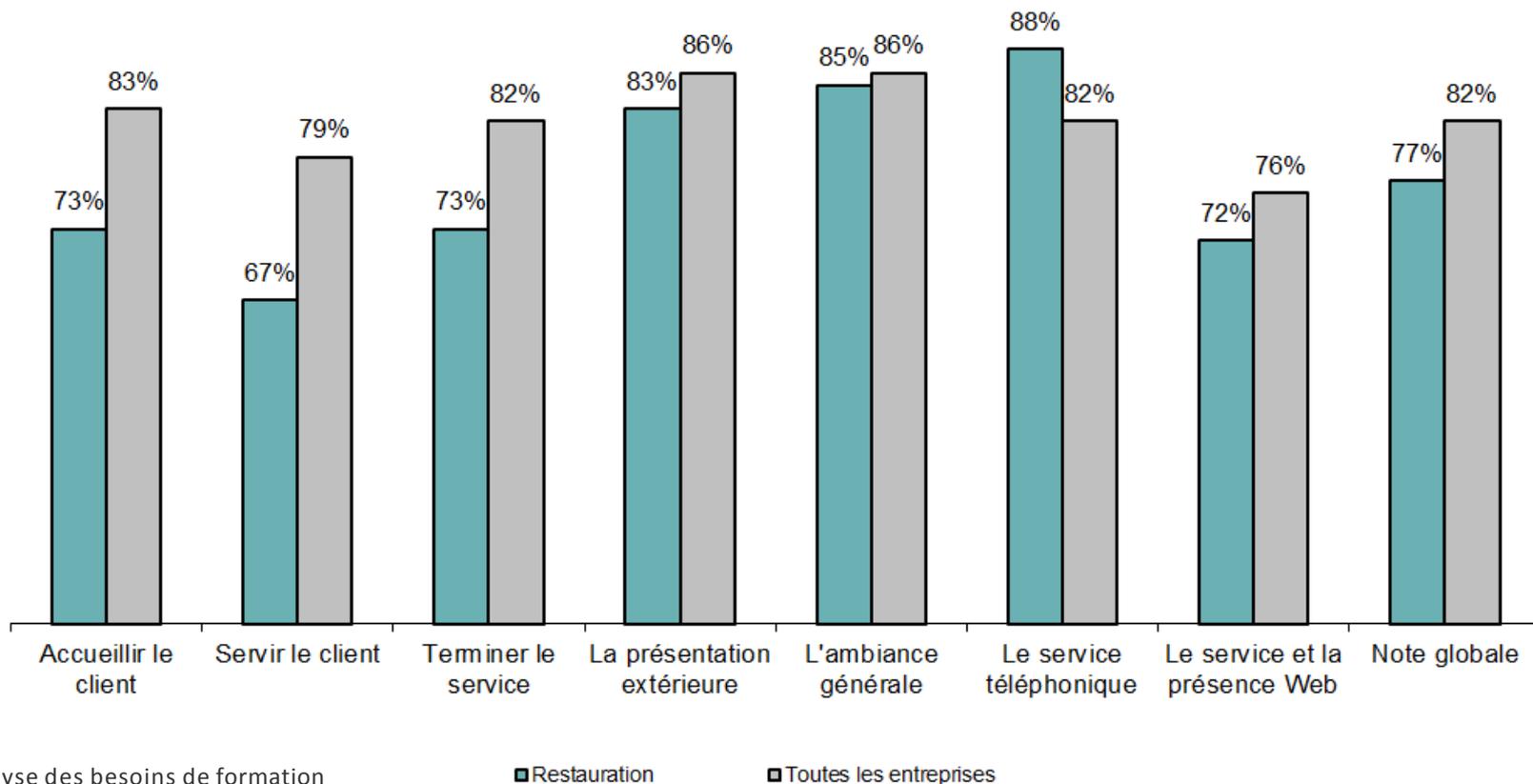
# Satisfaction générale

Note très élevée des services à **89%**



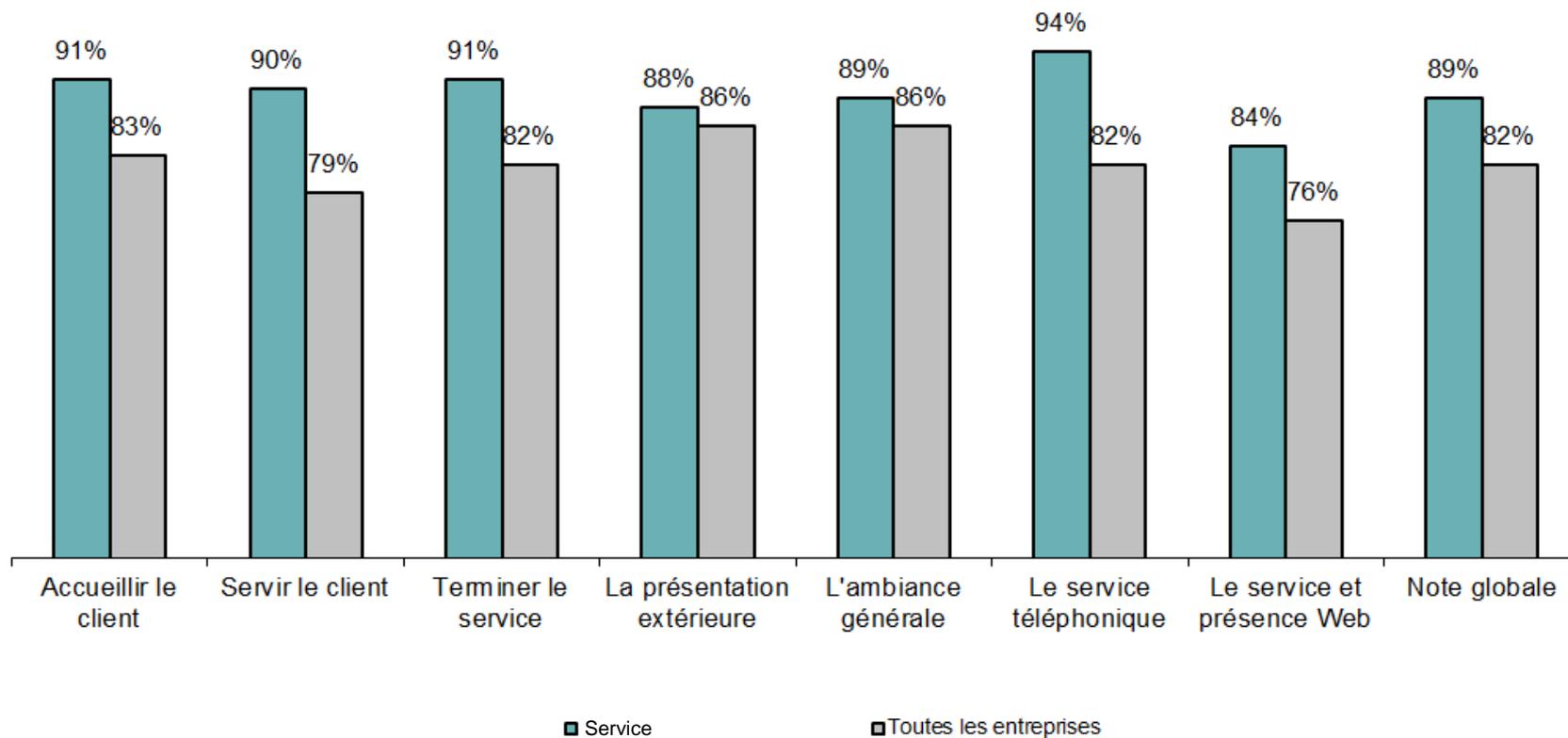
# Note moyenne pour le secteur d'activité - RESTAURATION

Restauration: belle performance pour le service téléphonique



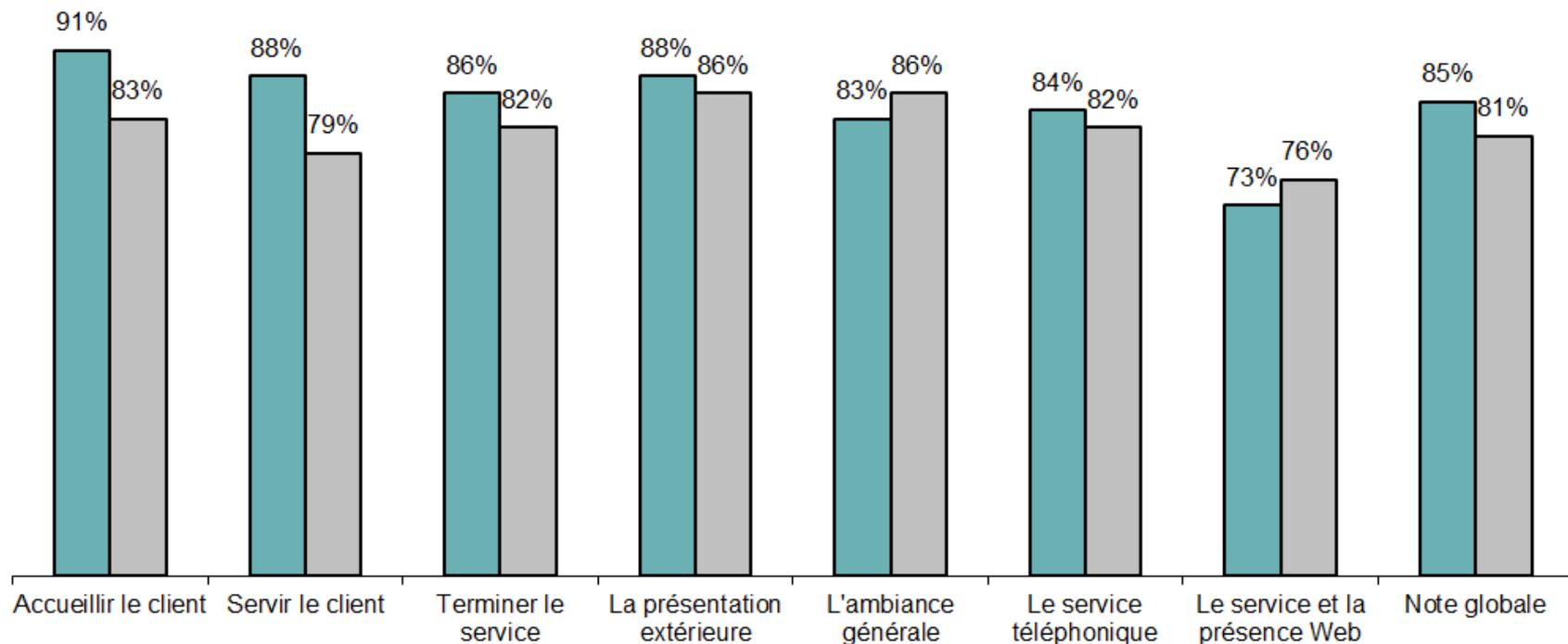
# Note moyenne pour le secteur d'activité - SERVICE

Service: excellente performance



# Note moyenne pour le secteur d'activité - COMMERCE

Commerce: les notes de la majorité des sections sont supérieures



# Déroulement

Méthodologie

Satisfaction générale

Besoins de formation  
*- sections d'évaluation*

Conclusion

Remise des rapports

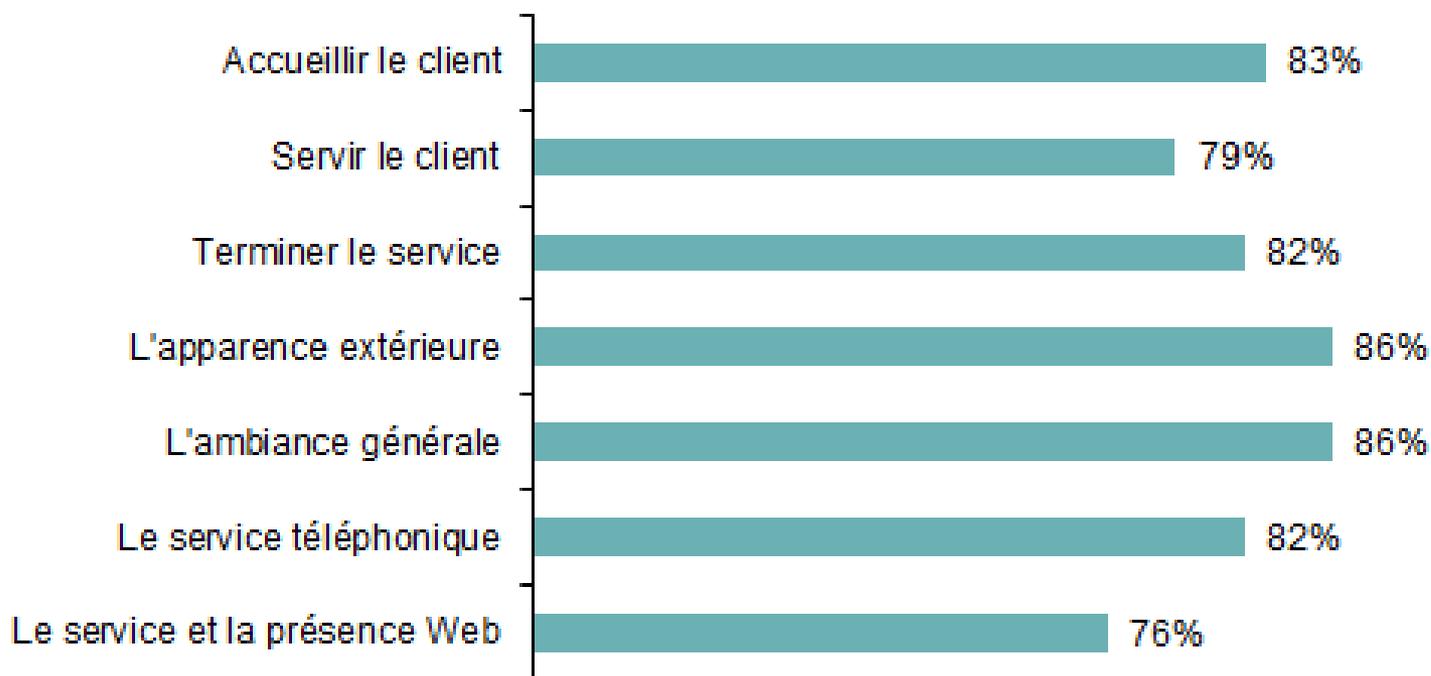


# Besoins de formation par sections d'évaluation

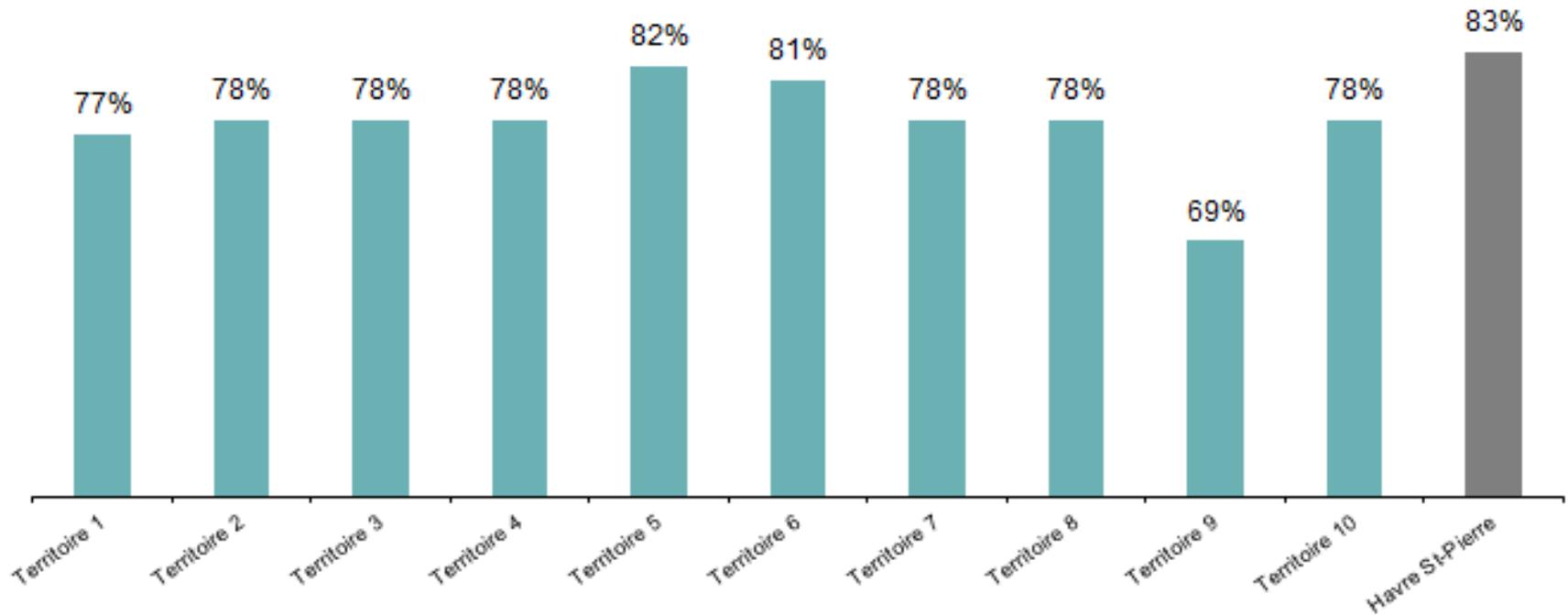


# Satisfaction générale – sections d'évaluation

Rappel des notes pour chaque section d'évaluation



# Accueillir un client



# Accueillir un client – témoignages

**« Le premier contact est rapide seulement pour ceux qui se dirigent au comptoir. Pour les autres, le temps manque ! »**



« Quand nous étions au parc, juste en face, les deux jeunes femmes qui y travaillaient se sont approchées pour nous saluer et nous souhaiter la bienvenue. »

*« Les employées nous attendaient et nous ont fait un accueil super chaleureux. »*

**« Dès notre entrée, nous avons été pris en charge. »**

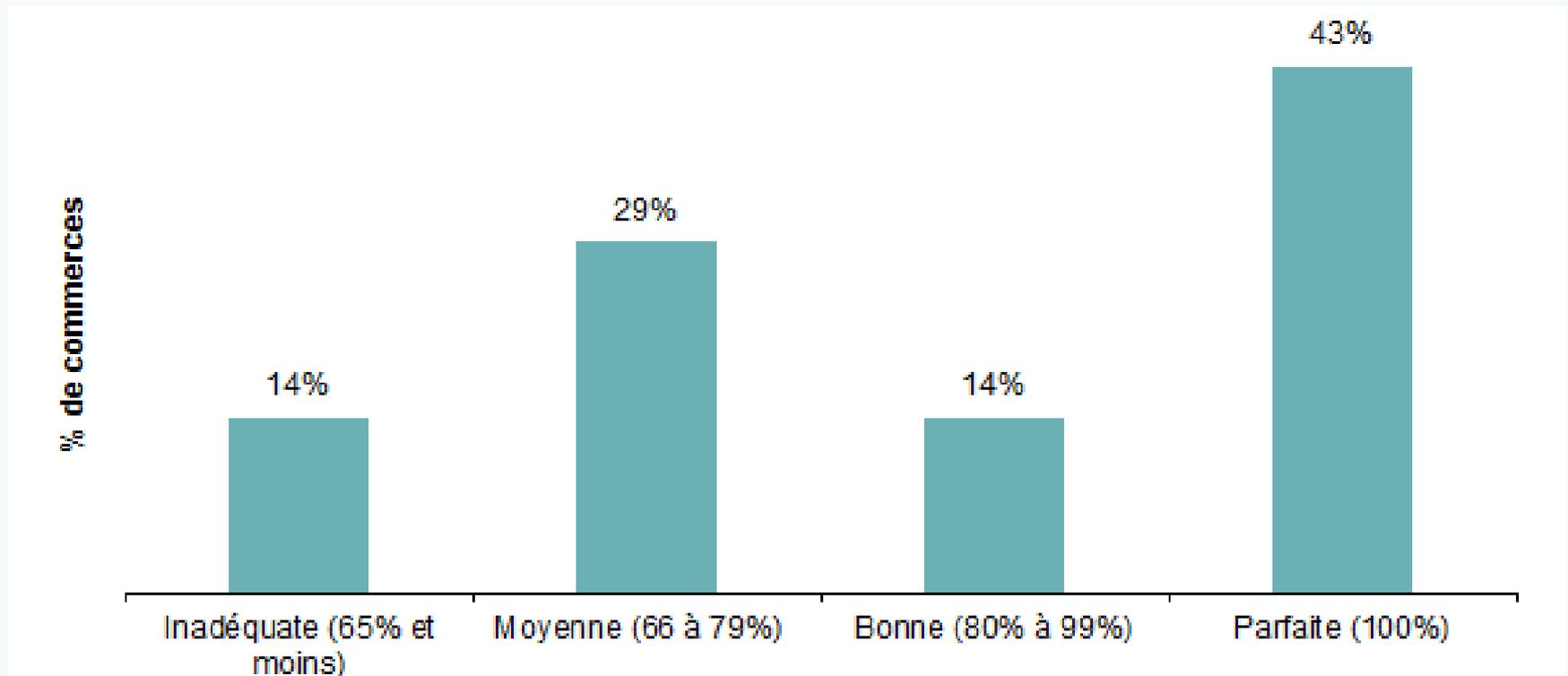
*« Il est important que le personnel se préoccupe des nouveaux clients en leur demandant si c'est la première fois. »*

**« Je tentais désespérément de prendre contact des yeux avec elle, mais sans succès. »**

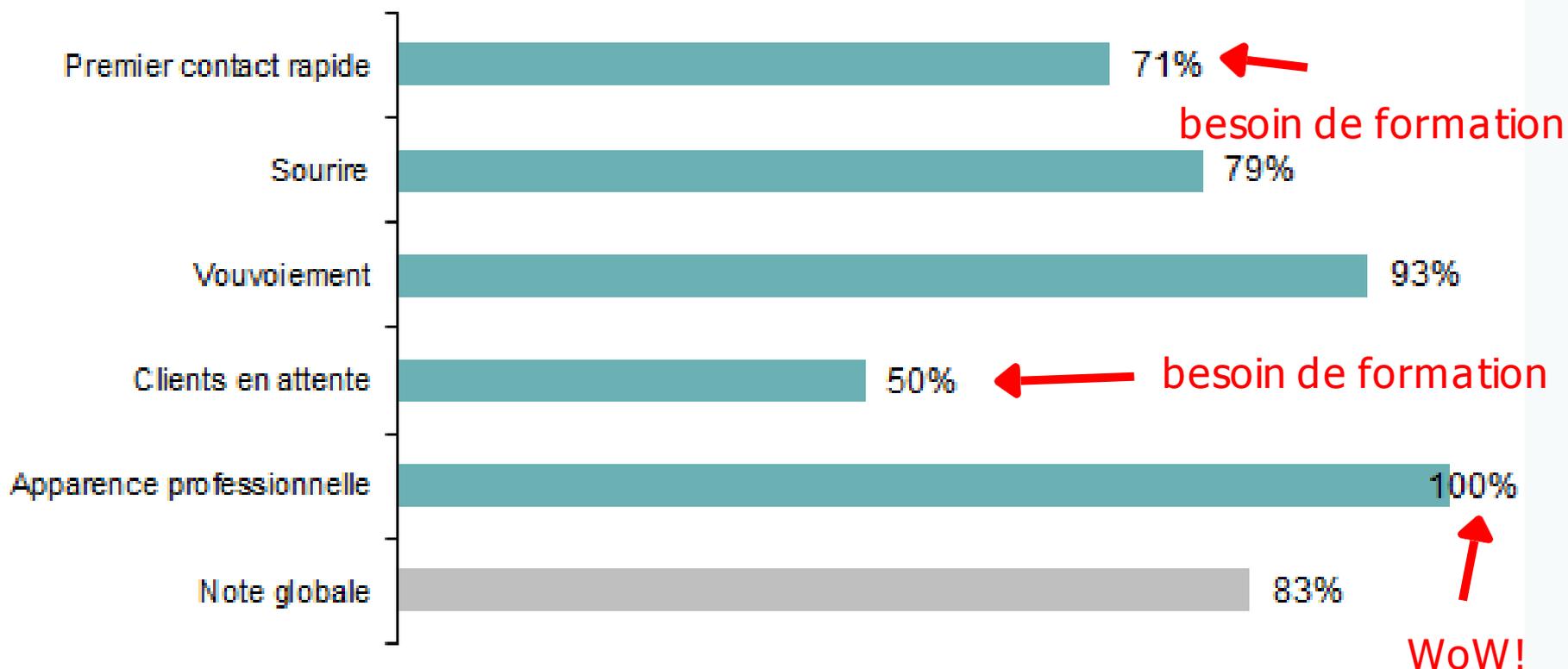
« En toute honnêteté, si ce n'avait été du fait que j'étais tenue d'évaluer cet établissement, je ne serais pas restée car nous n'étions manifestement pas les bienvenus. »

# Accueillir un client

6 établissements (43%) obtiennent une note considérée de *PARFAITE*  
Mais 6 établissements (43%) considérée de *Moyenne* ou *Inadéquate*



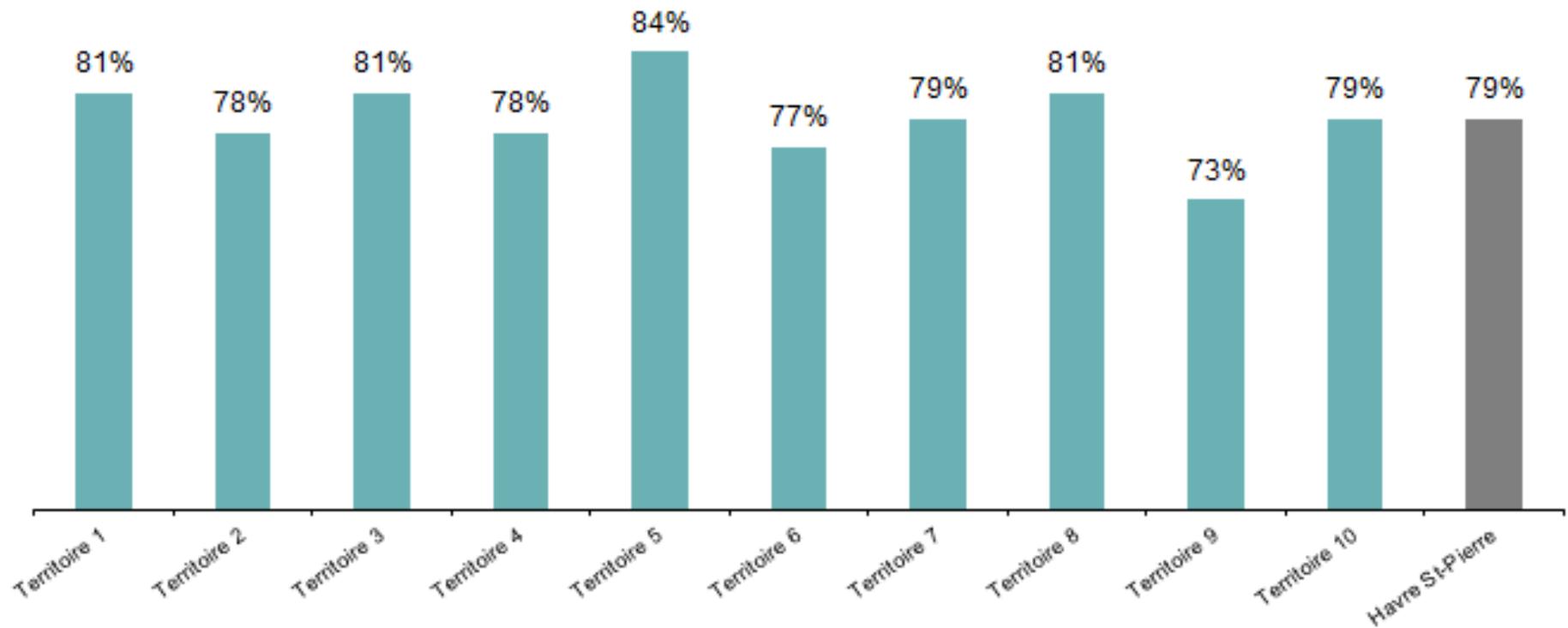
# Besoins de formation- Accueillir un client



~~Est-ce que je peux vous aider?~~ Comment puis-je vous aider ?  
Comment puis-je vous être utile?



# Servir un client



# Servir le client – témoignages

« Les employées ont été très gentilles avec les enfants, c'est toujours agréable de sentir que la famille au complet est la bienvenue. »

« *Il y a un grand roulement de clients et c'était évident que le personnel était habitué de gérer ce genre de volume.* »

« J'aurais aimé qu'elle fasse appel davantage à sa collègue pour me servir. »



« L'offre de service à la clientèle est tellement pressée, impossible de créer une relation personnalisée dans ces circonstances. »

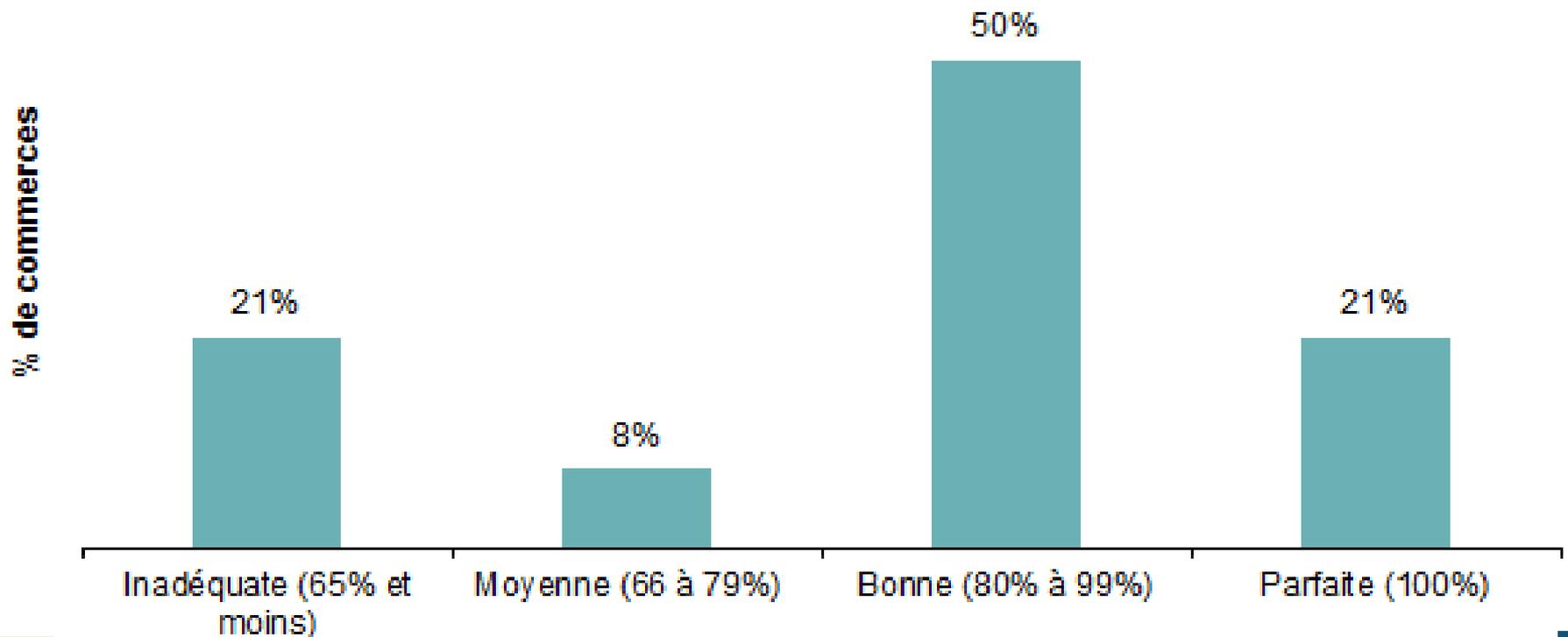
**« Il y avait beaucoup de monde pour seulement deux employées. Elles étaient vraiment dans le jus. »**

« Au départ, l'employée ne semblait savoir comment réagir, elle ne me posait pas de question. J'ai dû moi-même poser beaucoup de questions pour débiter une relation. »

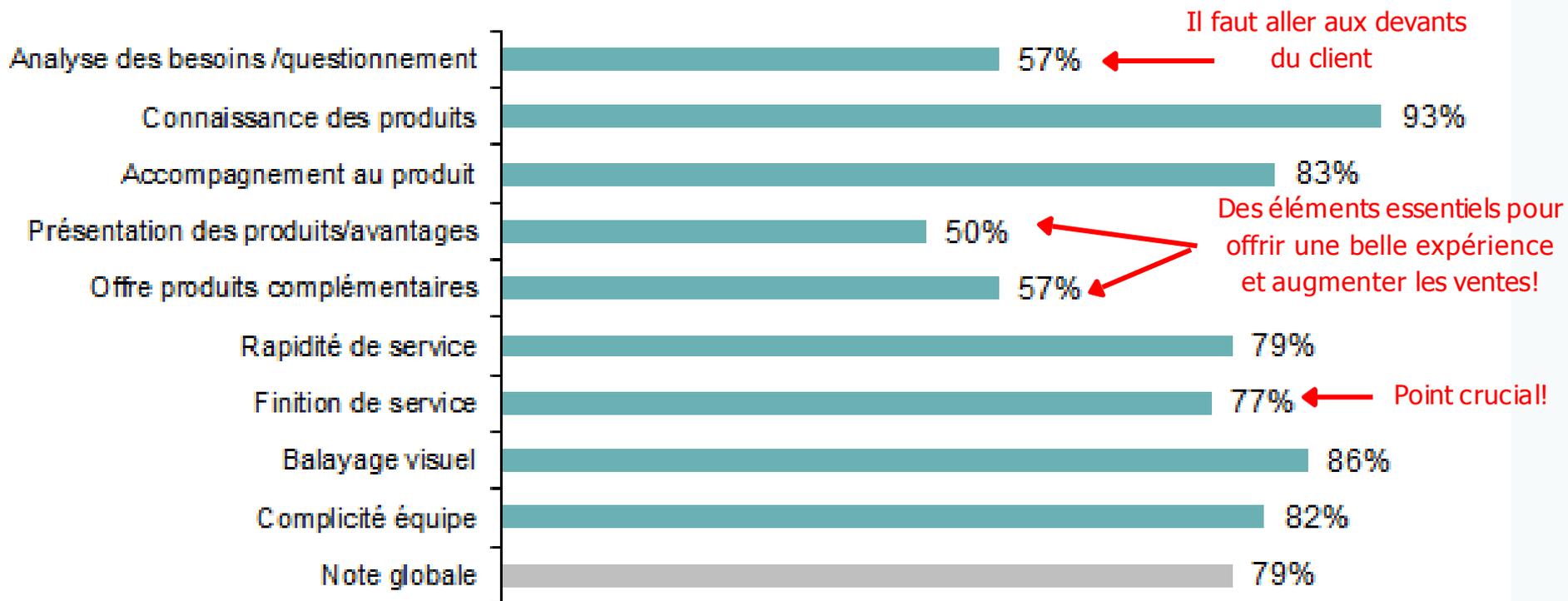
« Nous avons été témoins ensuite du même excellent service avec les autres clients. »

# Servir un client

3 établissements (21%) obtiennent une note considérée de *PARFAITE*  
3 établissements (21%) avec une note considérée de *Inadéquate*



# Besoins de formation- Servir un client

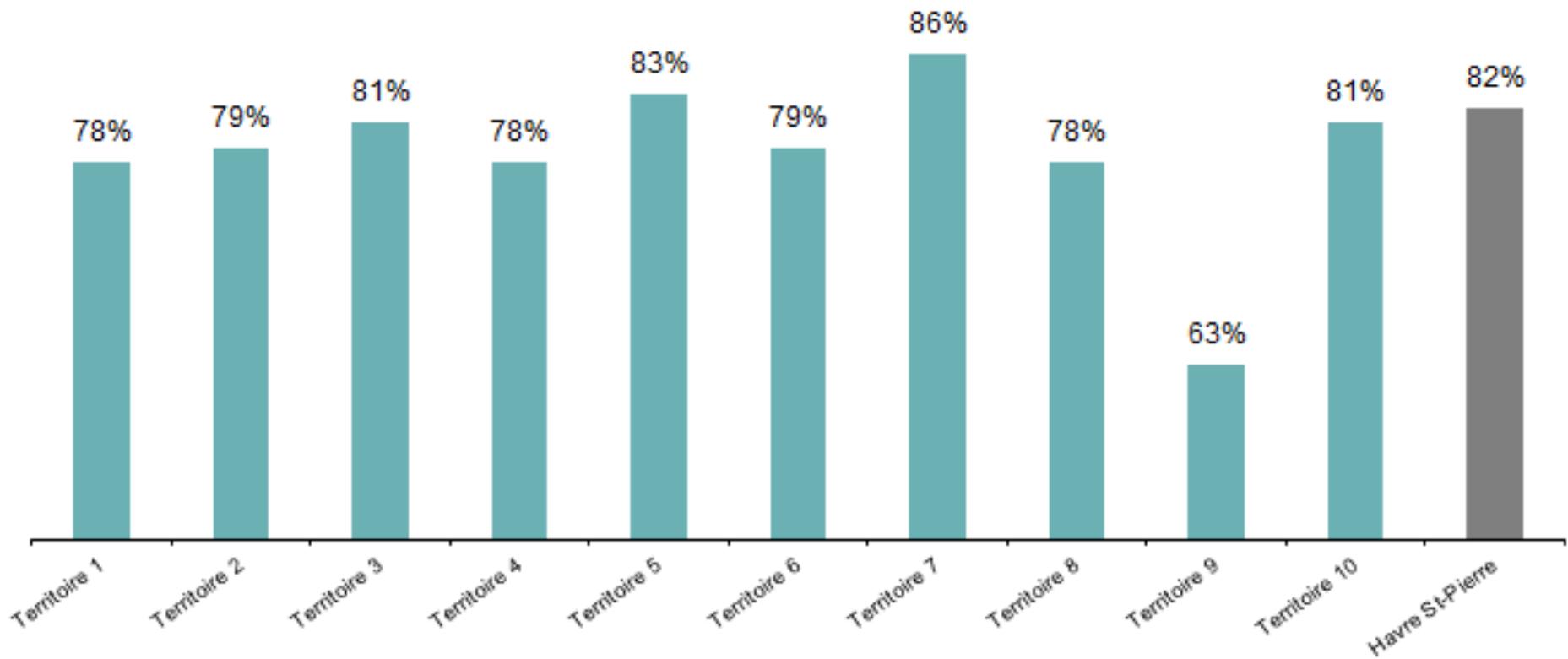


**Wow!**

La Molle  
Souvenir Archipel Mingan  
Services Maritimes Boréal  
Restaurant Chez Julie  
Corporation de l'Île aux perroquets



# Terminer le service d'un client



# Terminer le service – témoignages



*« J'ai demandé conseil pour trouver de beaux souvenirs dans la région et notre serveuse m'a donné une réponse riche en informations. »*

**« L'emballage était très au goût du jour et de qualité, j'en ai été très satisfaite. »**

*« Le guide a fait des recommandations quant aux restaurants. Ses commentaires se sont avérés être très justes et pertinents. »*

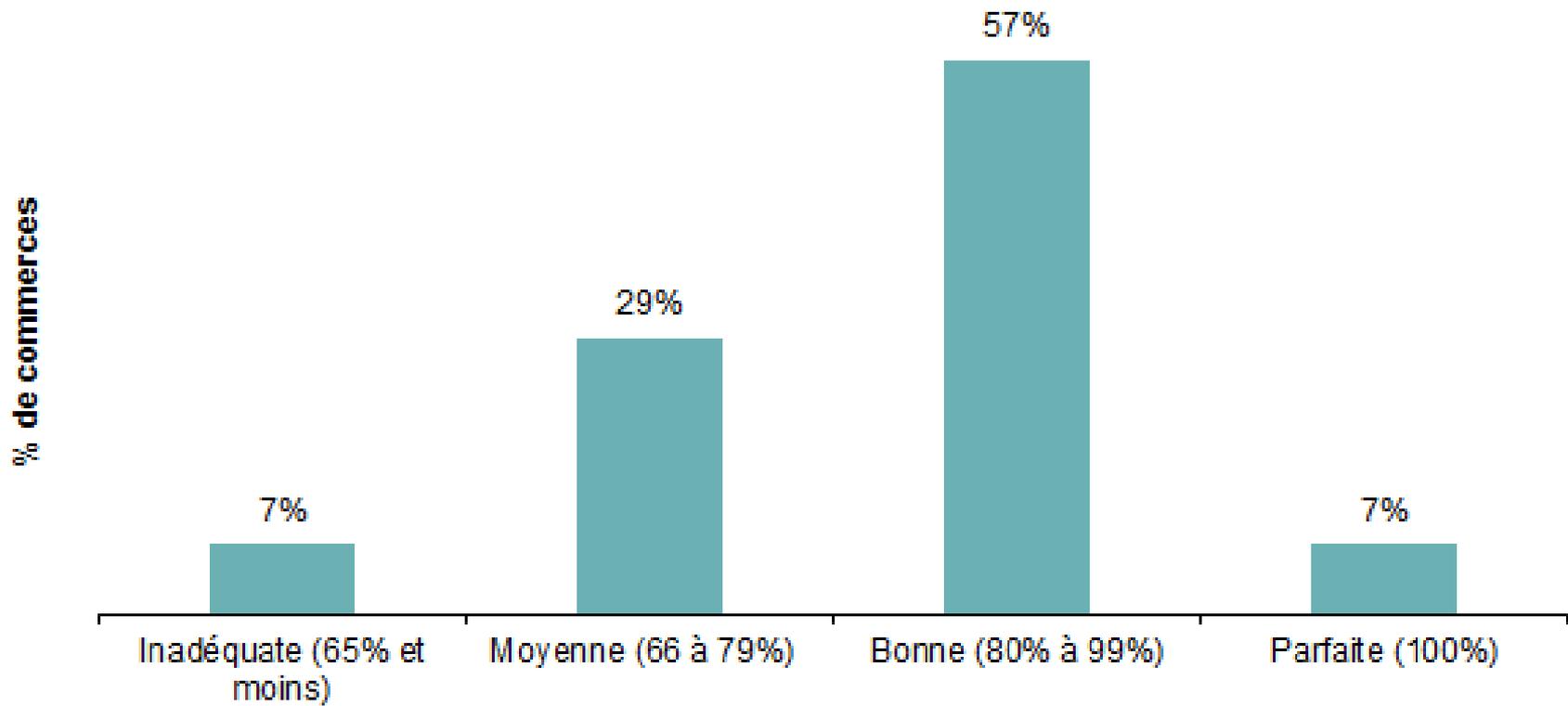
**« Elle nous a remercié chaleureusement et nous a invité à revenir. Une très belle finition. »**

**« C'était poli comme fin de service mais j'avoue que jamais je ne me suis sentie la bienvenue, encore moins mon conjoint avec les deux enfants. »**

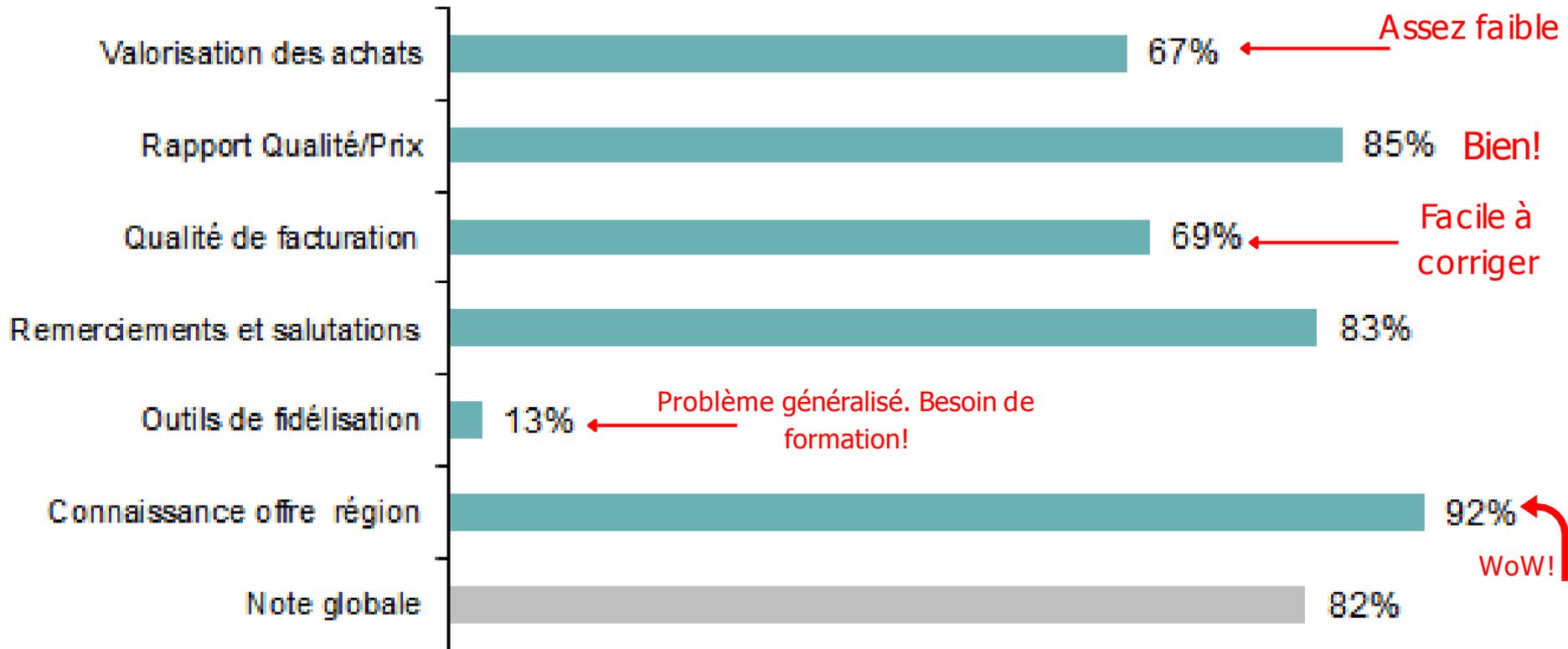
**« La facture est très jolie et de qualité, le papier est épais, ce qui est plutôt rare. »**

# Terminer le service d'un client

64% des établissements obtiennent une note considérée de **BONNE OU PARFAITE**



# Besoins de formation- Terminer le service d'un client



**WOW ! 100%**

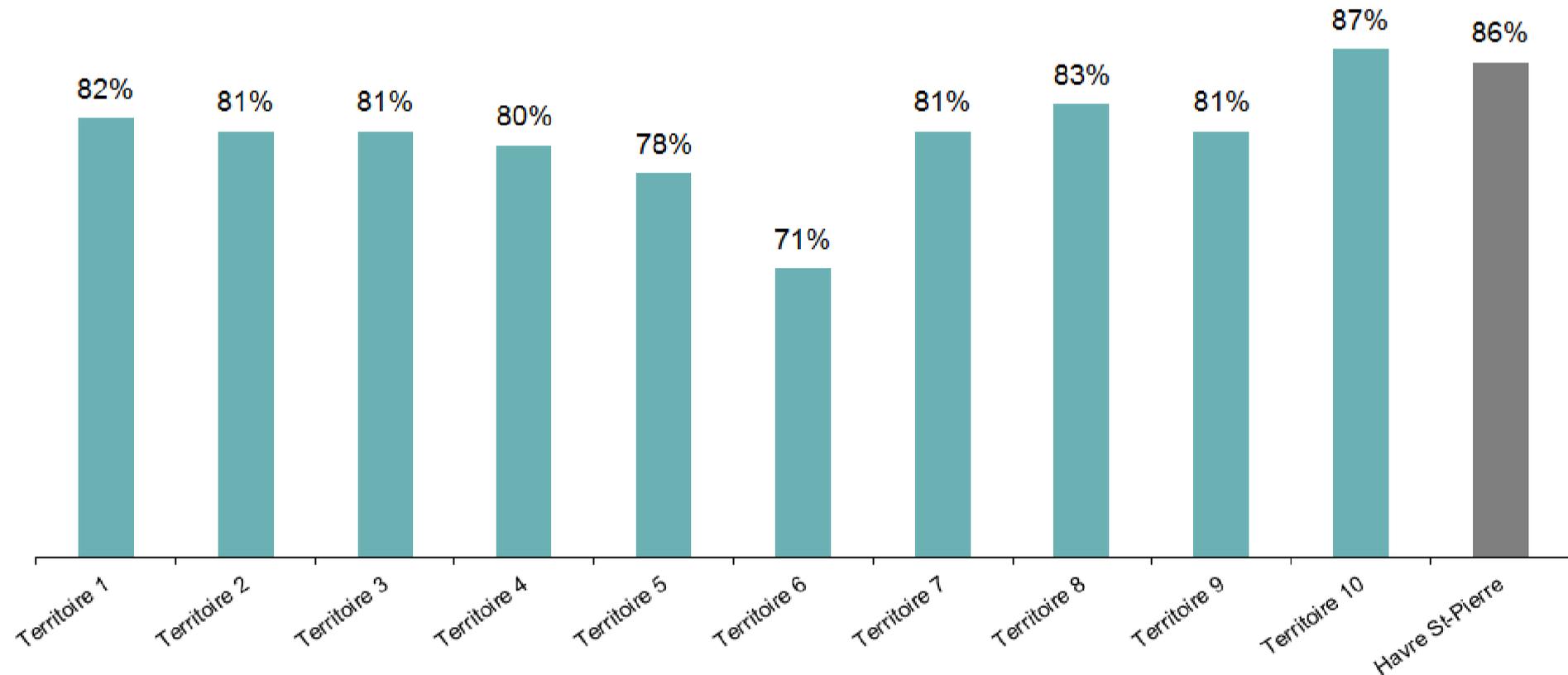
**Corporation de l'Île aux perroquets**



*Accueillir, servir et terminer le service d'un client*



# Améliorer la visibilité extérieure



# Visibilité extérieure – témoignages

*« Ce commerce ne se démarque pas du tout des autres commerces aux alentours et on peut beaucoup trop facilement passer devant sans s'en rendre compte. »*

**« La bâtisse est bien entretenue et le balcon bleu et le blanc de la bâtisse s'harmonisent bien. »**

**« La façade est très belle et la localisation est vraiment excellente. »**

**« Si mon conjoint n'avait pas été là, je n'aurais jamais trouvé l'endroit. »**

**« L'image extérieure en général manque d'harmonie. Les couleurs ne sont pas identiques et ça manque de punch afin de créer un attrait incontournable dans la région. »**

**« Vous avez une superbe affiche visible de la rue, mais aucune enseigne au-dessus de la porte. »**

**« Vous gagneriez à prendre une charte graphique et à réorganiser l'affichage ou à épurer la vitrine. »**

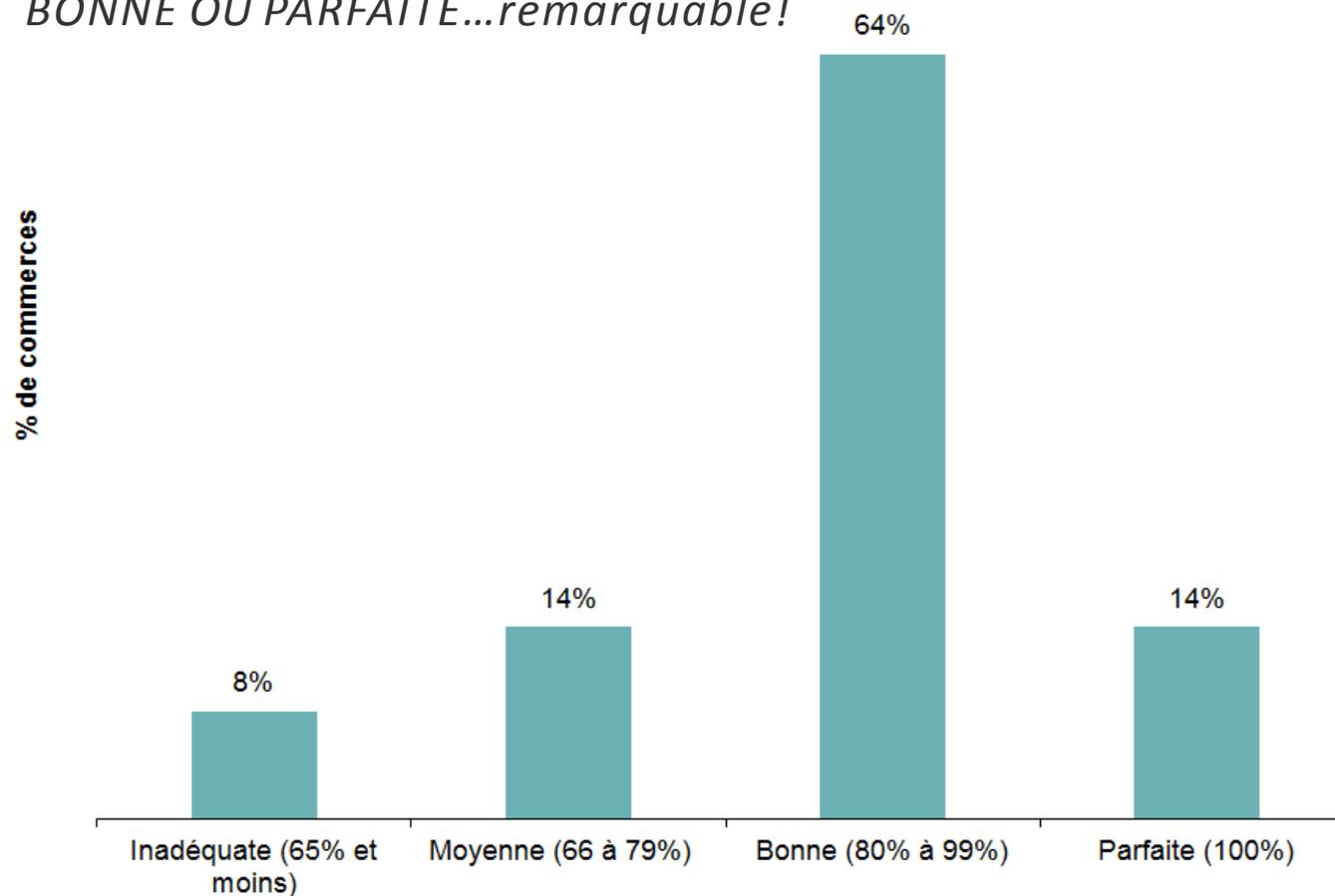
**« La terrasse est belle et intime. Les décorations sont de bon goût et apportent un cachet à l'endroit. »**



**« Vous auriez avantage à rafraîchir votre image extérieure tout en préservant le caractère local. »**

# Améliorer la visibilité extérieure

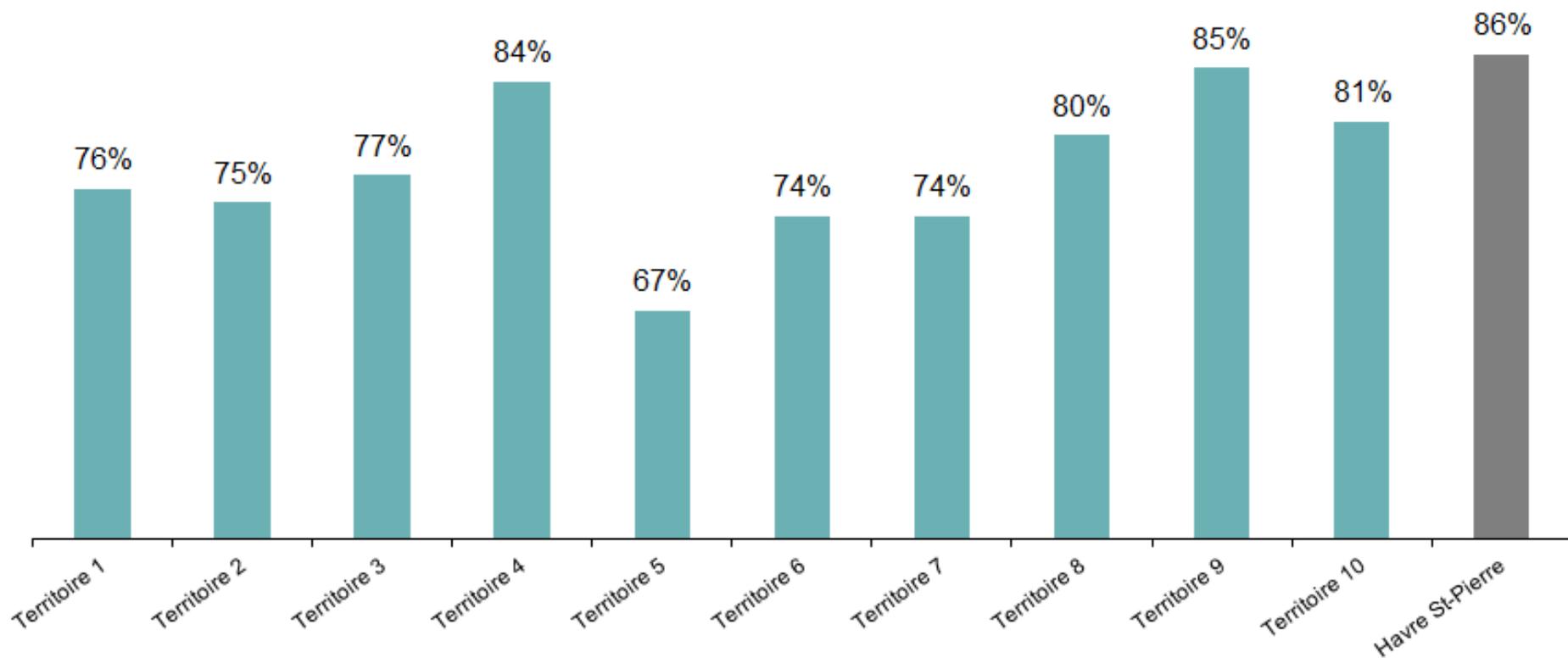
11 établissements sur 14 (78%) obtiennent une note considérée de *BONNE OU PARFAITE...remarquable!*



# Besoins de formation- améliorer la visibilité extérieure



# Créer une ambiance agréable



# Ambiance générale – témoignages

**« Les toilettes manquent définitivement d’amour. »**

**« La décoration est de très bon goût, une atmosphère très agréable. »**

« La quantité de produits rend la présentation des produits plus complexe. »

*« J’aurais aimé remarquer davantage de promotions avec des produits locaux.. »*

« Certaines sections pourraient être revues ou certains produits pourraient être moins remplis pour alléger la mise en marché.. »

**« Tout était très propre, toutefois, les chandails auraient pu être mieux pliés... c’était un peu désordonné sur les tablettes...peut-être que les clients avant nous avaient défait les vêtements. »**

« Dès le premier coup d’œil, c’est vraiment agréable. »



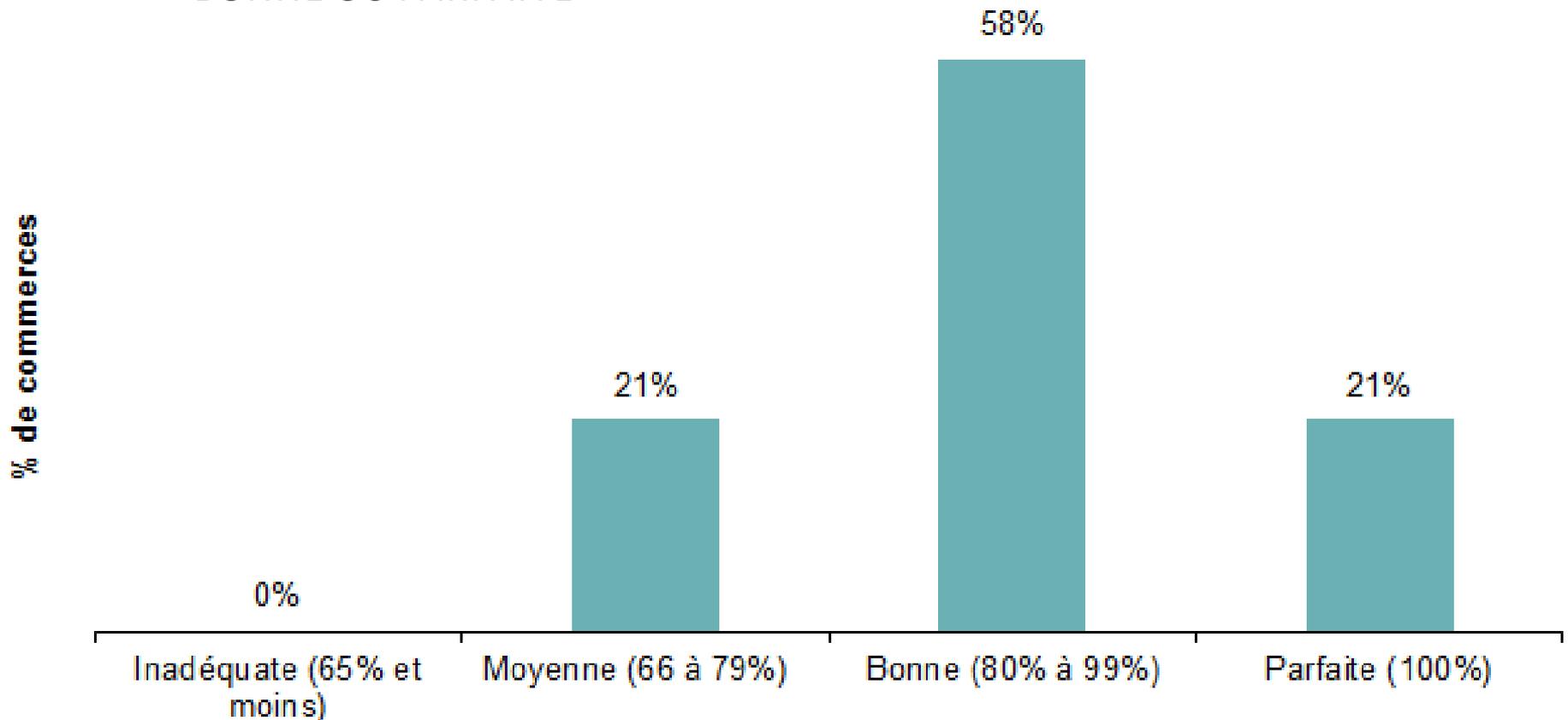
« Juste pour l’ambiance, j’y retournerais sans problème.. »

*« Il n’y a pas d’éléments technologiques et c’est PARFAIT ! On n’en veut pas dans un tel endroit. »*

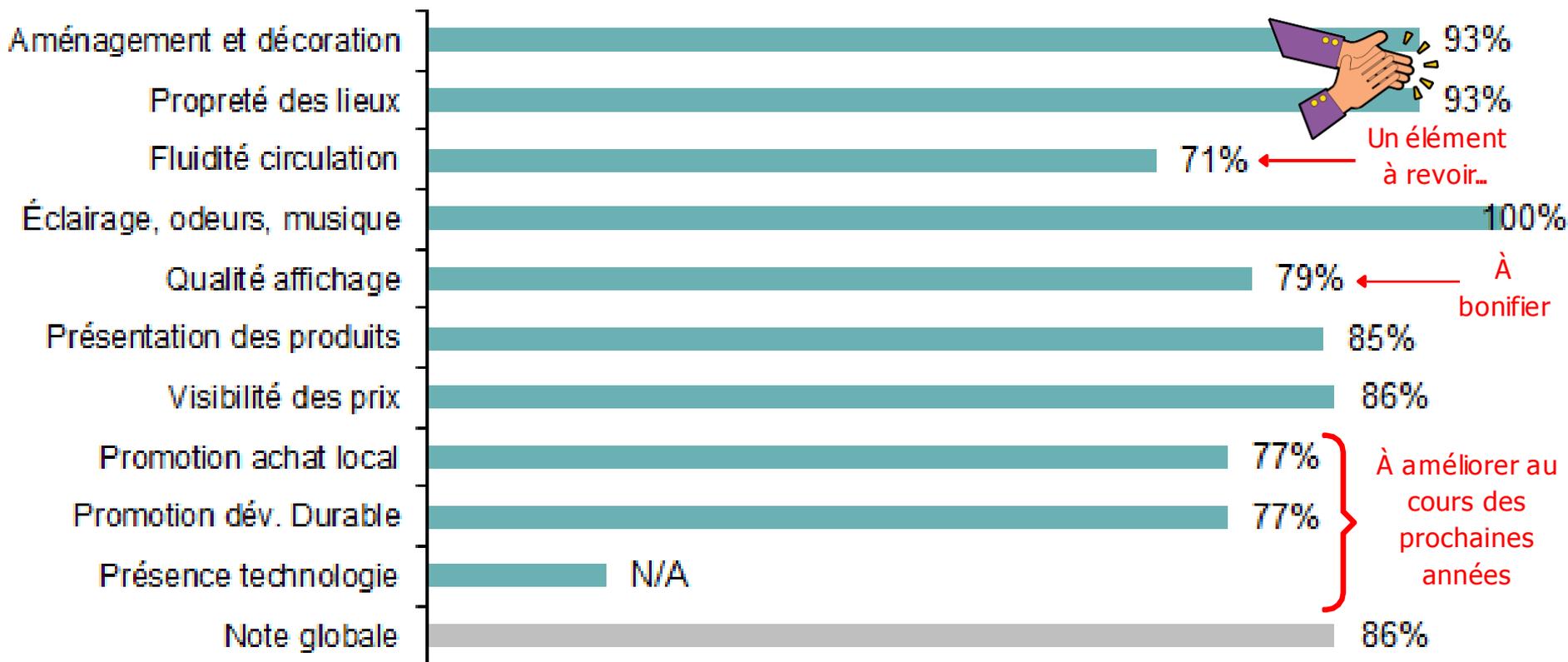
**« Un des points forts de l’aménagement est le mur arrière qui nous incite à entrer jusqu’au fond de la boutique. »**

# Créer une ambiance agréable

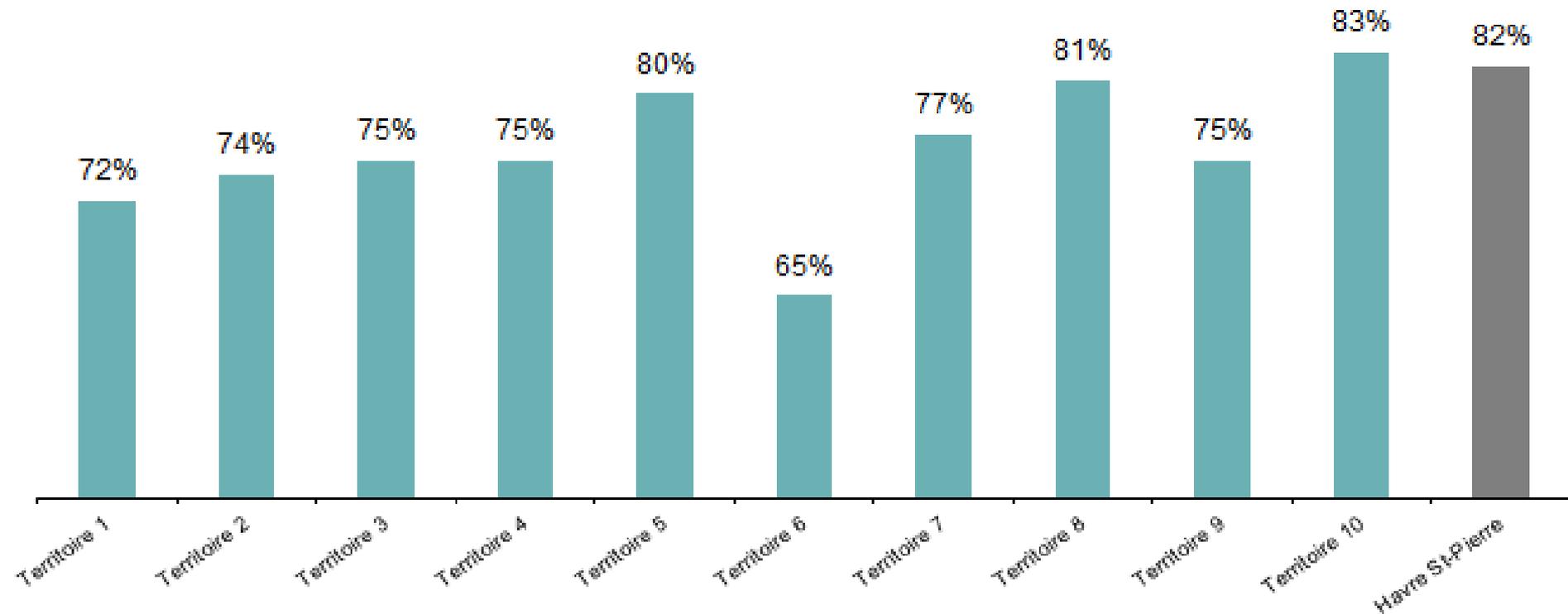
80% des établissements obtiennent une note considérée de **BONNE OU PARFAITE**



# Besoins de formation- créer une ambiance agréable



# Service téléphonique



# Service téléphonique – témoignages

Sans courtoisie, on m'affirme que tout est complet pour les dates qui m'intéressent.

« J'ai adoré son attitude proactive. Il voulait vraiment bien me servir. Un appel chaleureux et courtois. »

L'accueil a été fait par un «oui allo !»



« Il n'y a aucun numéro de téléphone de disponible pour rejoindre l'entreprise. »

De pressé, le ton est passé à davantage disponible mais ses propos donnaient l'impression de vouloir en finir.

« Il m'a confirmé que tout est au même niveau, bien que le plancher soit un peu croche. Nous avons ri ensemble...j'ai adoré ! »

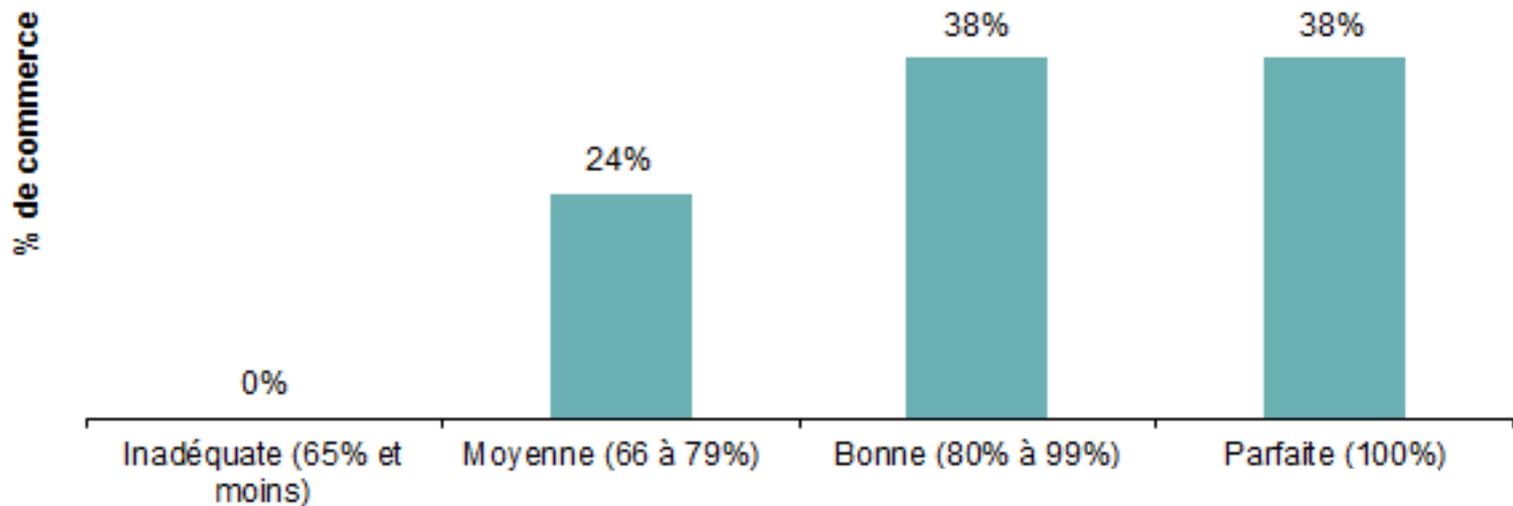
« Le ton de l'appel était très bien, je n'ai pas senti que je dérangeais même si je pense avoir appelé sur le cellulaire de la dame. »

« J'ai laissé un message et le retour d'appel s'est fait dans un délai très rapide. »

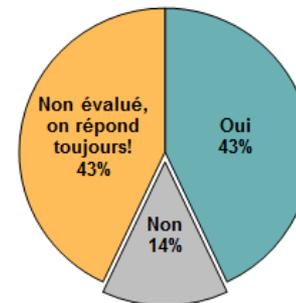
«L'employée semblait un peu essoufflée. »

# Service téléphonique

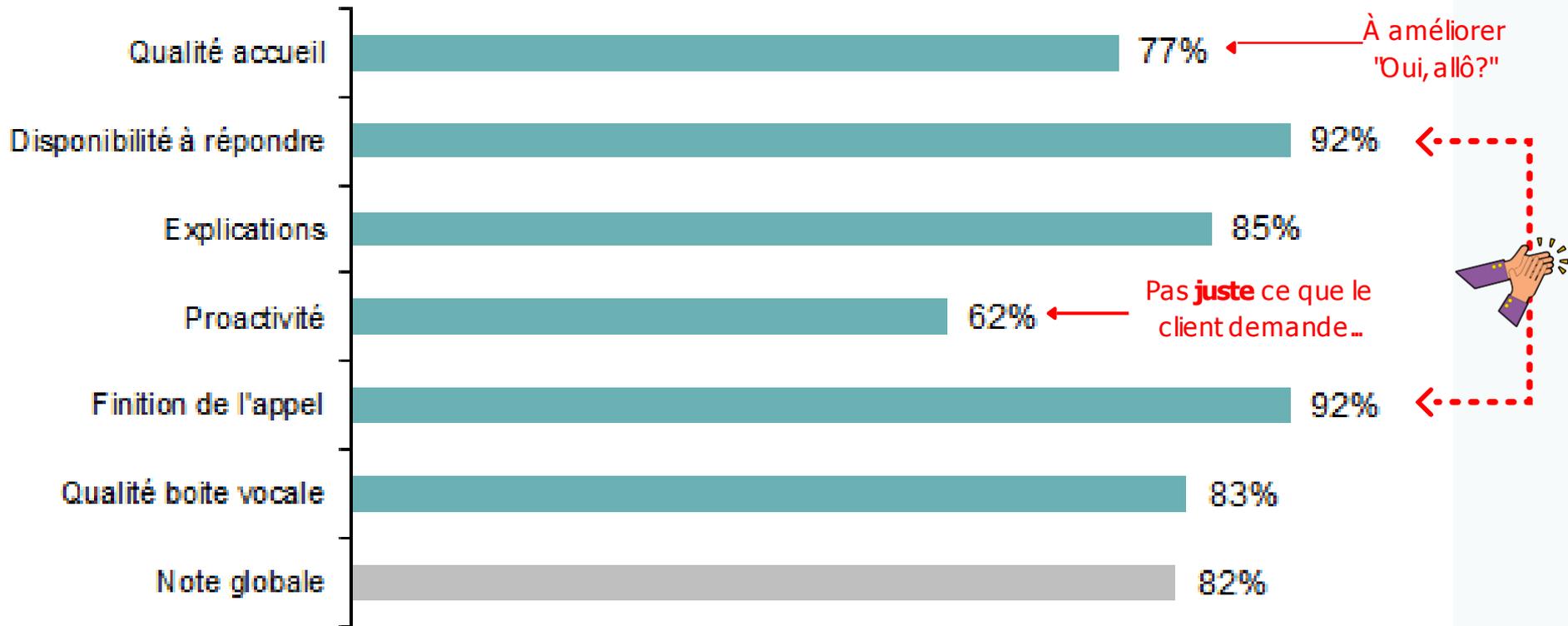
10 établissements sur 13 (76%) obtiennent une note considérée de **BONNE OU PARFAITE**



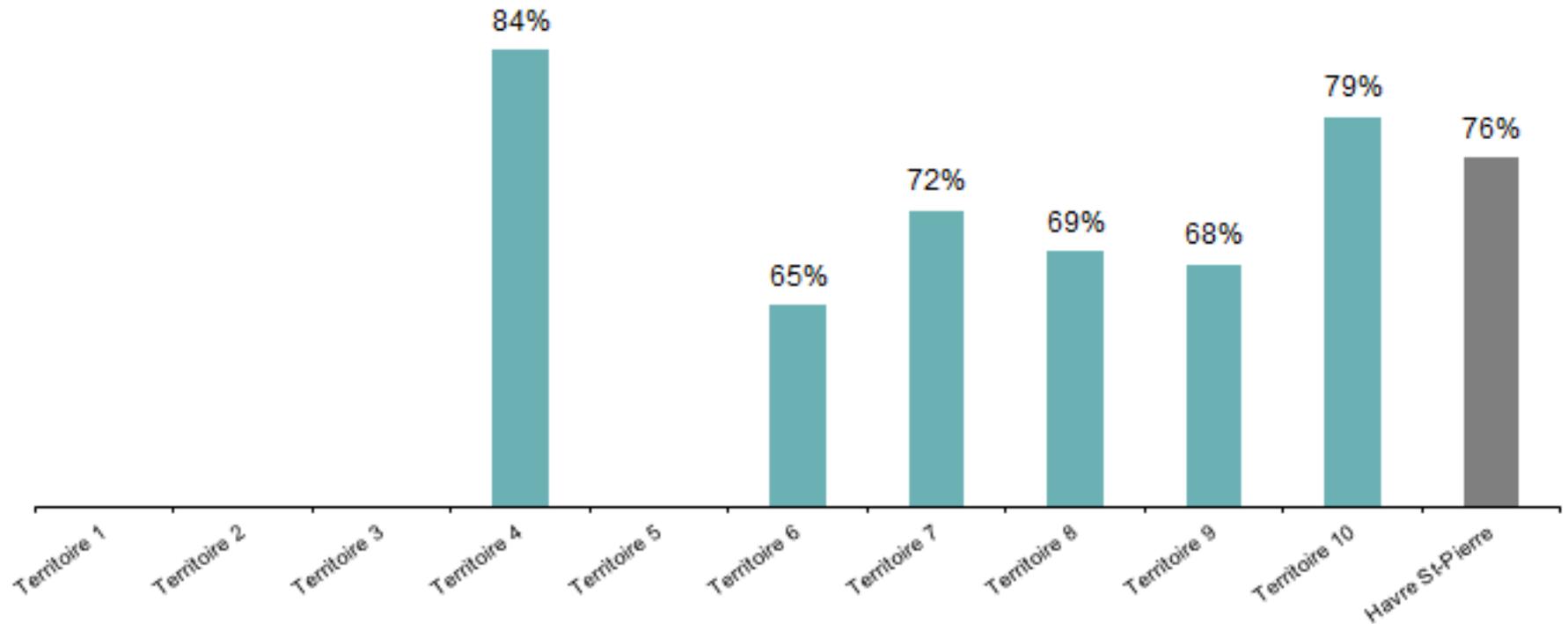
Évaluation de la  
boîte vocale



# Besoins de formation- service téléphonique



# Service et présence Web



# Service et présence web – témoignages

« Vous devriez ajouter un côté plus humain à votre page Facebook car actuellement vous en faites beaucoup trop une page de promotion de produits. »

« Vous auriez avantage à répondre aux avis Google car plusieurs personnes vous donnent des commentaires positifs qui mériteraient des remerciements. »

*« Je n'ai eu aucun retour quant au message sur Messenger que j'ai envoyé. »*

*« Ne pas avoir de site Web en 2021 est un manque pour plusieurs touristes, surtout que vos produits mériteraient amplement une belle visibilité. »*

« Vous gagneriez à avoir un site web avec votre menu, des photos du restaurant, de vos plats et la présentation de votre équipe. »

« J'ai remarqué un changement dans le ton des publications dès le mois d'octobre où l'on semble s'adresser davantage à une clientèle locale. Bravo ! »

« Les photos de votre menu sont trop petites et floues. »

L'adaptation sur mobile n'est pas optimale. Le site est navigable, mais pas « en version mobile »

*« Votre site web est très bien développé, la navigation est simple et efficace et les photos sont très belles. »*



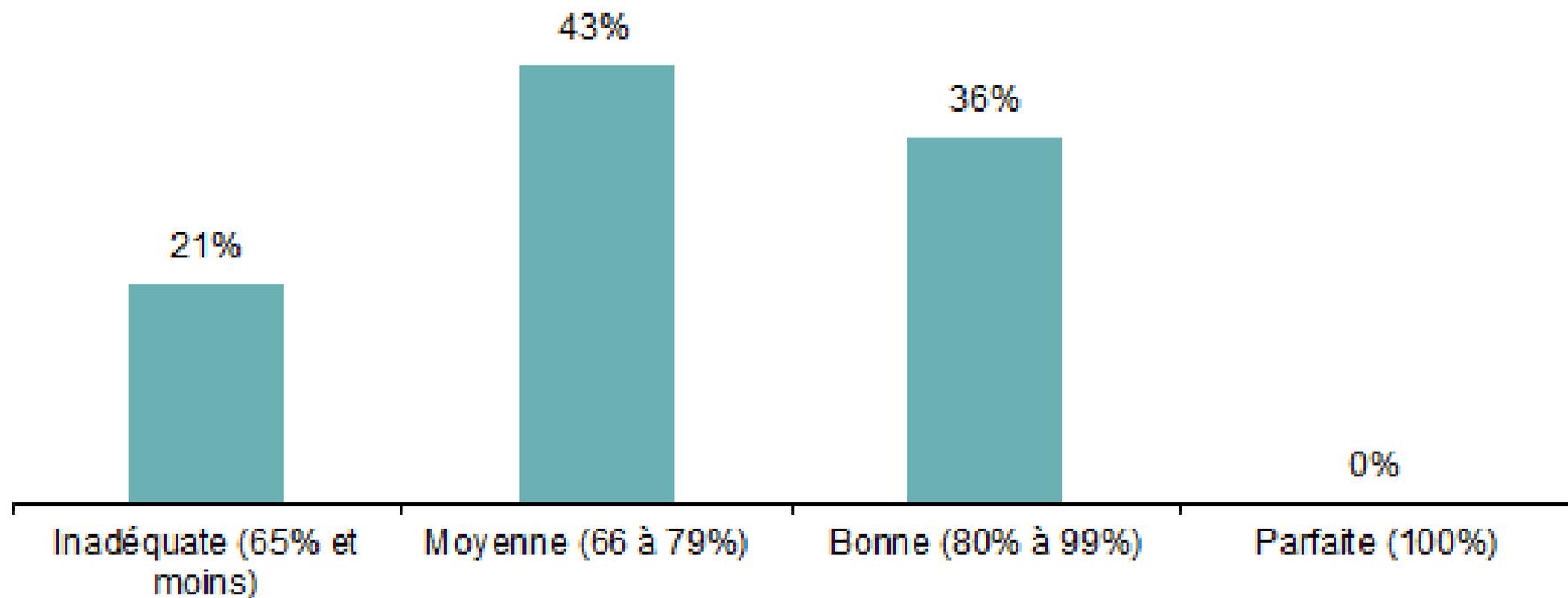
Vous gagneriez aussi à avoir une page Instagram. On mange beaucoup avec les yeux !

*« Vous répondez pratiquement à tous les commentaires, ce qui est assez rare pour les commerces de Havre St-Pierre. Félicitations ! »*

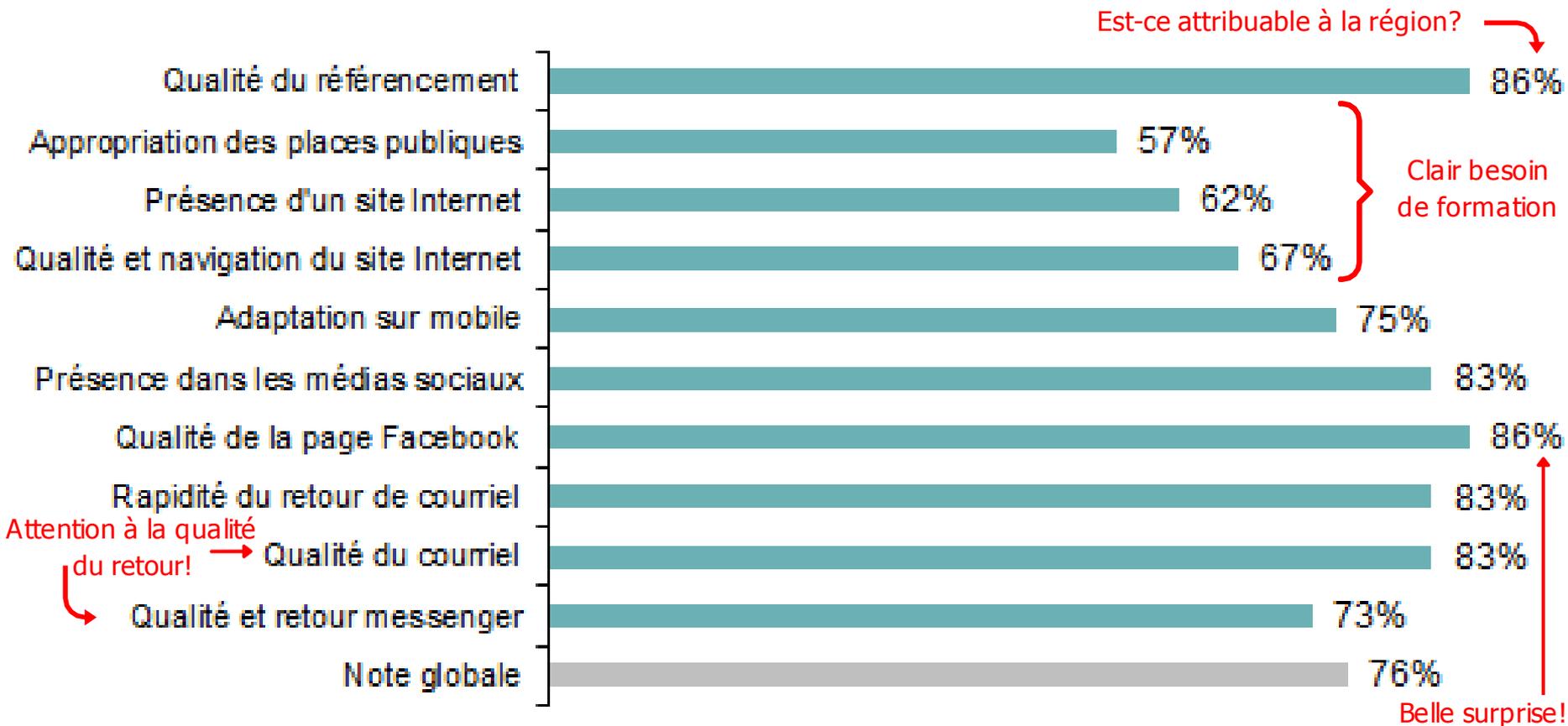
# Service et présence Web

Aucun établissement obtient une note considérée de *PARFAITE*  
5 établissements sur 14 ont eu une note de 80% et plus

% de commerce



# Besoins de formation- service et présence Web



# Déroulement

Méthodologie

Satisfaction générale

Besoins de formation  
- *sections d'évaluation*

**Conclusion**

Remise des rapports



# Constats et besoins de formation

- ❑ Certaines entreprises possèdent un fort potentiel pour devenir une entreprise de destination grâce à leur offre de produits et services, d'autres grâce à leur excellence en service à la clientèle et certaines pour l'exclusivité de leur expérience client dans son ensemble. Des **formations en marketing, en branding, en placement marketing numérique, en prospection de clientèle, etc.**
- ❑ Une **formation en service à la clientèle** auprès des employés, mais aussi une **formation en vente** semblent primordiales pour améliorer l'expérience client. Les employés et les gestionnaires sont sympathiques, mais pour plusieurs entreprises, le manque de compétences fait assurément perdre des ventes.
- ❑ Certaines régions du Québec ont mis en place une certification en service à la clientèle et font la promotion de ces entreprises auprès des touristes, et aussi auprès de leurs résidents. La **certification WOW de Détail Formation** deviendra disponible à partir de 2022.
- ❑ Une **formation en merchandisage** serait assurément un grand avantage pour plusieurs entreprises. L'offre de produits complémentaires n'est pas bien exploitée dans certaines entreprises du secteur d'activité – COMMERCE et les aménagements des comptoirs de réservations pour effectuer des activités pourraient souvent être plus attrayants.



# Constats et besoins de formation

- ❑ Une **formation en merchandisage** serait assurément un grand avantage pour plusieurs entreprises. L'offre de produits complémentaires n'est pas bien exploitée dans certaines entreprises du secteur d'activité – COMMERCE et les aménagements des comptoirs de réservations pour effectuer des activités pourraient souvent être plus attrayants.
- ❑ Une **formation en gestion des stocks** nous semble intéressante pour certaines entreprises évaluées dans cette étude.
- ❑ Une **formation plus générale sur les meilleures pratiques Web** serait un atout, mais aussi des **formations avancées pour Facebook**, des formations pour Instagram et TikTok, des **formations sur le référencement**, pour une utilisation efficace du courrier électronique et même des **formations pour la création de boutiques en ligne** ou pour faciliter les réservations sur le Web rendraient plusieurs entreprises plus performantes.
- ❑ Nous recommandons également de **multiplier les formations qui permettent la remise en question face à la gestion de croissance**. Chez Détail Formation, des thématiques comme le diagnostic d'entreprise, le positionnement d'entreprise, l'importance du branding, la négociation en affaires, la gestion des priorités, les nouvelles tendances du commerce de détail, etc. donnent d'excellents résultats.



# Constats et besoins de formation

- ❑ Chez Détail Formation, **les thématiques sur la gestion de performance des employés, la motivation des employés, le développement d'une marque employeur, l'intégration efficace, le coaching d'équipe**, etc. améliorent grandement la gestion des ressources humaines.
- ❑ Des formations qui permettent non seulement de faire du réseautage mais de travailler concrètement ensemble sont incontournables. Chez Détail Formation, la **formation Fidélisation et achat local** a fait grandement ses preuves. Nombreuses régions ont créé des comités d'achat local à la suite de cette formation. Nombreux projets et initiatives conjointes entre entreprises ont vu le jour grâce à cette démarche.
- ❑ Enfin, en s'inspirant des initiatives d'autres régions, nous vous suggérons de débiter en soutenant d'abord les entreprises qui auront reçu ce rapport et voudront entreprendre **une démarche d'amélioration continue** afin de bonifier leur expérience client. Notre travail de terrain nous aura appris que des entreprises engagées envers leur communauté ont souvent plus d'influence auprès de leurs pairs. Nous recommandons donc de poursuivre vos activités de formation avec celles qui désirent s'améliorer avant tout.















## Notre engagement envers la clientèle

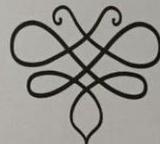
Être accueillant

Répondre aux besoins des clients dans une ambiance chaleureuse

Offrir un produit de qualité

Donner le meilleur de nous afin de répondre rapidement à nos clients

Adopter une attitude positive afin de travailler dans un environnement plaisant



Pour nous, la satisfaction et le sourire de nos clients sont gage d'une journée réussie!

L'équipe du service à la clientèle



**MADOLON**  
BOULANGERIE - CAFÉ

Espace dinette et terrasse extérieure

- Pains artisanaux
- Plats cuisinés chauds
- Sandwichs et salades
- Brûlerie de café
- Pâtisseries, viennoiseries
- Charcuteries et fromages

Mon meilleur moment de la journée!

418 986-3409  
www.madelon.ca  
355 chemin Perrin  
Cap-aux-Meules



# Le paradis des animaux

## NOTRE MISSION

Notre mission est de vous étonner avec notre boutique par l'ampleur du choix de nourriture et produits pour vos animaux de compagnie avec des employés souriants et serviables 7 jours sur 7.

Notre boutique de Chibougamau a pour priorité de desservir tous les propriétaires d'animaux du Nord-du-Québec en quête de service pour leurs animaux, nourriture, accessoires de qualité à prix abordable.





# CONCOURS votre employé(e) coup de cœur!

Chers clients, nous venons tout juste d'obtenir notre Certification en service à la clientèle. Cette certification nous est décernée par Détail Formation, entreprise spécialisée en service à la clientèle, à laquelle se sont associés Emploi-Québec, la SADC et la Chambre de commerce des Îles. Ce mérite a été reçu à la suite de l'évaluation de la qualité de notre service par des clients mystères en fonction de critères stricts et très précis. Sachez que nous n'avons pas hésité à sauter dans ce projet malgré le fait que nous étions au plus fort de notre avantage. D'ailleurs, j'en profite pour remercier tout le personnel de MAGASIN COOP L'UNITÉ pour les efforts et le travail fournis au cours de la dernière année. Ce sont eux qui font la différence au quotidien et qui vous font vivre une belle expérience lors de vos visites chez nous. Merci.



Aujourd'hui, nous vous demandons de nous aider à féliciter nos employés en identifiant votre employé(e) coup de cœur! Qu'il soit régulier ou étudiant, nous voulons savoir pourquoi il fait la

différence pour vous. Il peut s'agir de la qualité de l'accueil qui vous est réservé, de son désir de vous aider, de l'accompagnement offert, de sa capacité à aller au-delà de son travail pour répondre à votre besoin ou tout simplement pour son petit sourire en coin.

Cette formule nous permettra de reconnaître, lors de notre soirée de Noël, les employés qui font la différence auprès de notre clientèle. De votre côté, vous aurez la chance de gagner un bon d'achat de 250 \$ pour avoir pris le temps de participer à notre demande.



## Merci de nous aider à mieux vous servir!

Tirage en épicerie le jeudi 6 décembre 2018 à 19 h.

Pour participer, découpez le coupon et déposez-le dans la boîte identifiée dans la boîte identifiée à la COOP IGA L'UNITÉ.

Coup de : \_\_\_\_\_  
Pourquoi : \_\_\_\_\_  
Votre nom : \_\_\_\_\_ Tél.: \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_



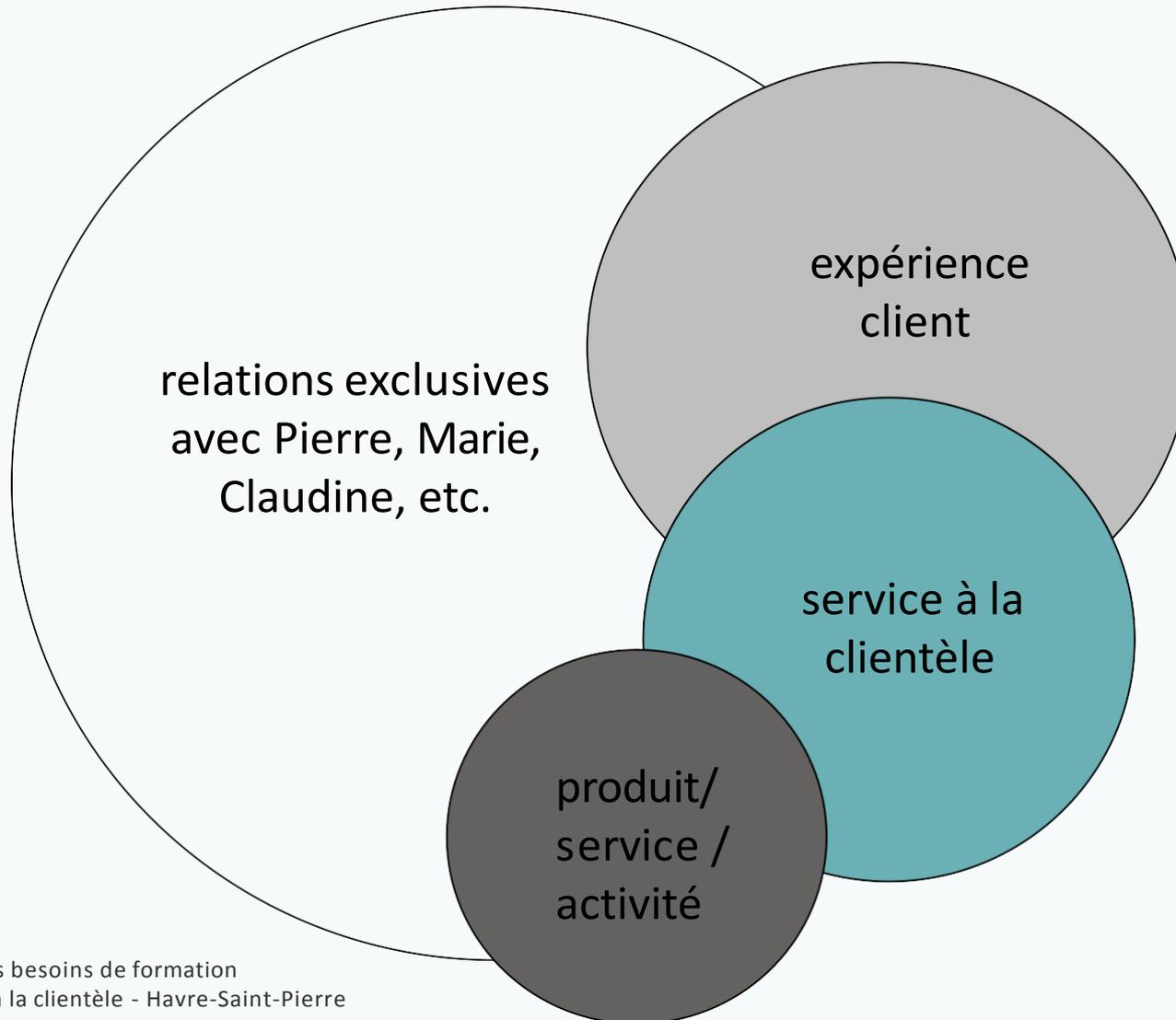
# Le service à la clientèle ... c'est de créer des relations humaines

Selon une étude de Small Business Administration, sur **100 clients** que perd une entreprise :

- 1 est décédé
- 3 ont quitté la région
- 5 font maintenant affaires avec des personnes de leur connaissance
- 9 ont trouvé de meilleurs prix ailleurs
- 15 n'ont pas obtenu satisfaction à la suite d'un commentaire /d'une plainte
- **67** ont tout simplement quitté à cause de **l'indifférence** du personnel



# Conclusion



# Recommandations pour les gestionnaires...

1. Réalisez une rencontre de courte durée avec vos employés pour mettre à jour vos attentes en service à la clientèle.
2. Présentez à vos employés les résultats du rapport, faites-leur part de votre évaluation personnalisée et demandez aux employés de s'autoévaluer par rapport à leur propre service à la clientèle.
3. Définissez des normes de service précises, évaluez la qualité de votre service et récompensez vos employés les plus performants.





## Leader en commerces de proximité et en entreprises au Québec

Depuis plus de 20 ans, nous sommes une équipe de plusieurs consultant(e)s dont la mission est d'offrir de la formation continue afin de développer les compétences des gestionnaires et des employé(e)s en entreprise, particulièrement pour les commerces de proximité.

Notre programmation pour l'automne 2020 est maintenant sortie!

En savoir plus



Leader en commerces de  
proximité et en entreprises au  
Québec

Payer une facture →

**SUIVEZ-NOUS**

 Facebook

 Instagram

 LinkedIn

 Flipboard

**ABONNEZ-VOUS À NOTRE INFOLETTRE**

Adresse courriel

S'abonner

WWW.DETAILFORMATION.COM

 Modifier



## Détail Formation

@DetailFormation · Services aux entreprises

 Modifier Communiquer avec...

Accueil

À propos

Services

Avis

Plus ▾

 Promouvoir



Gérez votre Page et votre compte Instagram avec la Suite professionnelle.

[Accéder à la Suite pro...](#)

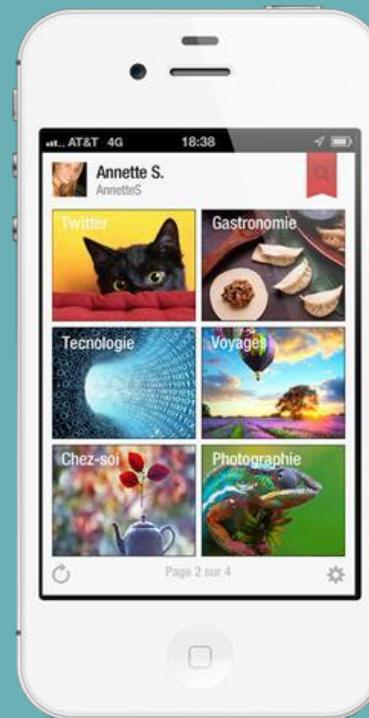
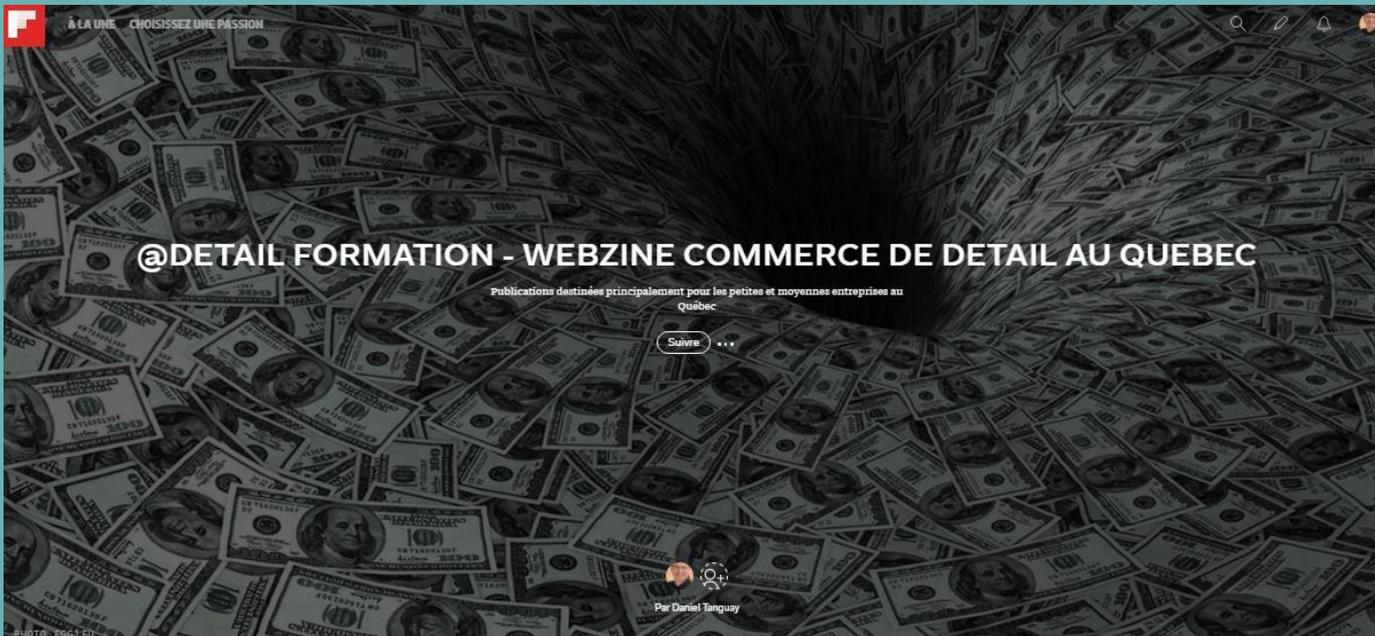


Vos souvenirs  
Afficher tout >

[Créer une publication dans la suite Business](#)

[Créer une publication dans Facebook](#)





Téléchargez la présentation à l'adresse suivante :

[www.detailformation.com/HSP](http://www.detailformation.com/HSP)

Merci pour  
votre écoute !



# Tableau d'honneur

- 1- *Corporation de l'île aux Perroquets (98%)*
- 2- *Restaurant chez Julie (90%)*
- 3 *Service Martimes Boréale (90%)*
- 4 *Boutique chez Julie (90%)*



# Remise des rapports

