

Masters Consultants accompagne Léon de Bruxelles dans sa démarche-qualité à plusieurs niveaux : clients-mystère, élaboration et traitement des questionnaires de satisfaction-client, affichage des résultats d'enquêtes...

Écoutez vos clients, ils ont des choses à dire

Écouter ses clients, c'est la moindre des choses. Le faire, c'est bien ; le faire savoir, c'est mieux. C'est ce qu'a bien intégré Léon de Bruxelles en montant, en novembre dernier, une grande opération d'écoute de ses clients, qui a aussi eu le mérite de mobiliser l'interne. La chaîne, qui a déjà mis au point des process dans ce sens (clients mystères chaque mois, rédaction des douze Incontournables à l'adresse des équipes, etc.), organisait le 30 novembre avec Master Consultants et Bureau Bleu pour les RP, une journée d'écoute de ses clients. Le staff dans son ensemble se dispersait dans 12 des 37 restaurants de la chaîne pour prendre note des points de désagrément et de satisfaction énoncés en live.



Les remarques formulées par les clients de Léon de Bruxelles devraient conduire à des améliorations tangibles

L'initiative prise par Michel Morin, président du directoire de Léon de Bruxelles, a conduit au recueil de 2170 questionnaires (soit environ les deux tiers des clients approchés, ce qui est assez remarquable), analysés dans la foulée. Le marketing a alors diffusé les résultats à l'interne. Les remarques formulées devraient en outre conduire à des améliorations tangibles.

(...)