

Planning **DrogoCare**



Seuls des clients satisfaits permettront aux différentes drogueries et à la branche entière de continuer à jouer un rôle prépondérant dans le secteur de la santé. Voilà donc une bonne raison de mesurer la satisfaction réelle des clients. Grâce au SAQ droguerie DrogoCare, vous pouvez maintenant, sans investir de grands moyens, organiser un sondage représentatif pour mesurer le degré de satisfaction de votre clientèle.

Sommaire

- **SAQ droguerie**
- **Objectifs**
- **Utilité**
- **Déroulement**
- **Questionnaire**
- **Analyse**
- **Outils utiles**

SAQ droguerie

Les projets d'assurance qualité *DrogoThèque*, **formation obligatoire**, *DrogoCare* et *Assurance qualité ASD* sont tous regroupés sous l'appellation **SAQ droguerie**.

Ce planning se concentre sur le projet SAQ droguerie *DrogoCare*. Il s'agit donc du contrôle de l'image, de la qualité des conseils et des prestations, des mesures d'entretien et de fidélisation de la clientèle ainsi que des émotions ressenties dans la droguerie.

▸ Description générale

SAQ droguerie

▸ Introduction SAQ droguerie

Application

▸ Standard 1

Structure DrogoThèque

▸ Standard 2

Formation Formation obligatoire

▸ Standard 3

Procédures

▸ Standard 4

Prestations DrogoCare

▸ Standard 5

Remise de médicaments



A) Le déroulement

Aa) Préparation

L'ASD met à votre disposition tous les documents nécessaires pour effectuer l'évaluation *DrogoCare*.

Il s'agit notamment de 50 questionnaires à distribuer à vos clients (vous les recevrez avec la Tribune du droguiste de juin) et du mot de passe pour accéder au site d'enregistrement électronique que vous recevrez par la poste.

1. Préparez la distribution des questionnaires. Achetez 50 enveloppes, inscrivez-y l'adresse de votre droguerie et affranchissez-les (coût total, env. CHF 60.-). Vos clients seront ainsi assurés que leurs réponses seront traitées en toute discrétion.
2. Vous pouvez également installer une urne pour que vos clients puissent directement y glisser leur formulaire. Vous pouvez télécharger l'affiche pour l'urne sur drogoserver.ch

Télécharger *Affiche*

Ab) Sondage

1. Distribuez personnellement les questionnaires à vos clients. Vous devriez au moins distribuer les 50 questionnaires que vous recevrez. Vous pouvez commander gratuitement des questionnaires supplémentaires auprès de l'ASD ou les télécharger directement sur drogoserver.ch
2. Dans votre propre intérêt, choisissez des clients aussi différents que possible. Pour que le résultat soit représentatif, il faudrait choisir des personnes d'âges différents, des habitués et des nouveaux clients.
3. Expliquez au client l'objectif de ce sondage.
4. Offrez un petit présent à votre client en guise de remerciement. C'est une motivation supplémentaire à participer au sondage.

Ac) Traitement

1. Commencez par faire votre auto-évaluation sur internet (www.drogocare.ch). Pour accéder au formulaire, il vous suffit d'introduire le nom d'utilisateur et le mot de passe que vous aurez préalablement reçus par la poste. Essayez d'être aussi objectif que possible en répondant, pour que la comparaison avec les réponses de vos clients corresponde au mieux à la réalité.
2. Enregistrez les données figurant sur les questionnaires de vos clients. Pour que le sondage soit valable, vous devrez au moins enregistrer 30 questionnaires jusqu'au 30 septembre 2009. Passé ce délai, l'analyse des questionnaires commencera. Les questionnaires qui arriveront ensuite à l'ASD seront pris en considération lors de la prochaine évaluation.

Précisions:

- Chaque question est enregistrée séparément. Vous pouvez donc interrompre l'enregistrement à tout moment et, lorsque vous recommencez, vous arrivez automatiquement à l'endroit où vous vous étiez arrêté.
- Un problème d'enregistrement? Contrôlez votre nom d'utilisateur et votre mot de passe, vérifiez que la liaison à internet est établie et que le pop-up blocker n'est pas activé.
- En cas de problème technique, vous pouvez contacter la hotline 044 445 27 71 (www.netq.ch). Service activé pendant les heures de bureau.
- Andrea Ullius, de l'ASD, (032 328 50 52, a.ullius@drogistenverband.ch), se tient à votre disposition pour répondre à toutes les questions qui concernent le questionnaire.
- Dès que vous aurez enregistré 30 questionnaires, vous pourrez consulter en ligne la statistique de vos résultats. A la fin du sondage, vous recevrez automatiquement un formulaire PDF avec votre résultat définitif.

→ Les drogueries qui ne souhaitent pas procéder elles-mêmes à l'enregistrement des données peuvent envoyer les questionnaires à l'ASD (au moins 30 questionnaires remplis).

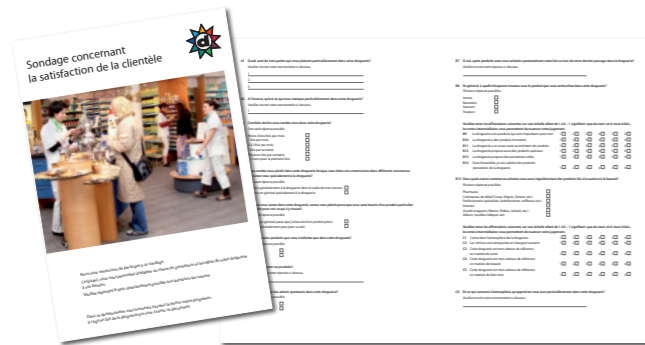
L'ASD demande une participation aux frais de CHF 300.- pour enregistrer ces formulaires.

Télécharger Vous trouverez les documents sur www.drogoserver.ch

B) Le questionnaire

Le projet *DrogoCare* a été conçu par l'ASD en collaboration avec des spécialistes de l'entreprise Qualitest. Voici un aperçu du contenu du questionnaire et des différentes catégories de questions.

Consultez les résultats de l'enquête nationale 2008.



Ba) Première impression

La première impression est toujours inconsciente. Pour que vous puissiez déterminer ce qui influence cette première impression, le client doit aussi bien noter les points positifs que les points négatifs.

Bb) Habitudes d'achats/assortiment

Cette rubrique vous permet de voir quelles sont les habitudes d'achats de vos clients et quel est leur degré de satisfaction par rapport à votre assortiment. Les «achats manqués» ont un impact négatif sur la satisfaction de la clientèle. Tenez le compte de tous les achats manqués et des commandes passées pour des articles qui n'étaient plus en stock. Etudiez régulièrement cette liste et commandez plus d'articles recherchés. Consultez également les listes des annonceurs de la *Tribune du droguiste*, des médias des groupements ou de la télévision et complétez votre assortiment en conséquence.

Bc) Atmosphère

Pour que le client se sente à l'aise chez vous, il doit d'abord ressentir que la droguerie est l'adresse de référence pour la santé, les médecines complémentaires, la beauté et le bien-être. Mais d'autres éléments d'aménagement, comme la disposition des différents produits, la vitrine ou d'autres éléments de bien-être, contribuent aussi à donner une impression positive au client.

- Relisez le **planning *DrogoThèque* et le questionnaire correspondant.**
Utilisez les réponses de vos clients pour améliorer si nécessaire l'atmosphère de votre droguerie.

Bd) Acquérir de nouveaux clients et fidéliser les anciens

En général, on acquiert de nouveaux clients via la publicité, le bouche à oreille, les relations publiques ou d'autres activités. Informez les clients des services que vous proposez et des spécificités de votre assortiment. Mais n'en faites pas trop: une publicité trop agressive peut se révéler contre-productive.

Les clients habitués représentent un important potentiel. Entretenez-les bien et profitez de cette occasion pour les fidéliser plus encore.

- Tenez un **fichier clients.**
- Envoyez régulièrement des **mailings et proposez des offres spéciales.**
- Avec votre équipe, essayez de mémoriser un maximum d'informations: **nom des clients et de leurs enfants, habitudes d'achats et autres informations personnelles et préférences. Surprenez vos clients aussi souvent que possible.**
- Offrez de temps en temps un petit présent qui correspond au goût de votre client – cela fait toujours plaisir.
- Les calendriers, proposés par certains groupements, sont aussi un bon moyen de fidéliser les clients habitués. Pour varier, vous pouvez aussi proposer un livret de bons, des cartes à collectionner, etc.

Be) Conseils

L'essentiel, en droguerie, c'est la qualité des conseils. Le savoir-faire spécialisé, la fiabilité des informations et l'attention ne sont que quelques-uns des éléments qui entrent en jeu dans la vente.

- Faites régulièrement des formations internes et participez à des activités de formation continue.
- Imaginez des concepts avec des astuces de vente pour aider les collaborateurs qui sont appelés à donner des conseils.
- Informez tous les collaborateurs des activités actuelles et publicitaires.
- Important: chaque réclamation est une chance de fidéliser un nouveau client. Etablissez des directives concernant le traitement des réclamations. Soyez accommodant: un client fâché vous coûte beaucoup plus cher que le remplacement du produit à l'origine de la réclamation.

Bf) Satisfaction globale

Il s'agit de ce qu'il est convenu d'appeler la «note finale». Ne négligez pas les conseils et suggestions que les clients peuvent inscrire à cet endroit.

Bg) Statistiques

Vous trouverez quelques indications statistiques qui vous permettront de connaître la composition de votre clientèle.

- Profitez de ces indications pour travailler spécifiquement différents groupes-cible.

C) Analyse

Ca) Données

Toutes les données que vous introduirez dans l'outil en ligne seront réunies dans une banque de données. Toutes ces données seront traitées de manière confidentielle.

Cb) Comparaison des données

L'analyse de toutes les données permet de faire quelques comparaisons et quelques statistiques:

1. Auto-évaluation – analyse du sondage à la clientèle de la droguerie
2. Sondage à la clientèle de la droguerie – ensemble de tous les sondages à la clientèle
3. Sondage à la clientèle de la droguerie – sondage téléphonique de l'ASD (sondage représentatif)
4. Ensemble de tous les sondages à la clientèle – sondage téléphonique de l'ASD
5. Sondage à la clientèle de la droguerie – ensemble de tous les sondages à la clientèle (y compris le sondage de l'ASD)

Ces comparaisons vous permettent de voir dans quels domaines votre auto-évaluation ne correspond pas à l'opinion de la clientèle et comment votre magasin se situe par rapport à l'ensemble de la branche. Vous devriez commencer par prendre des mesures dans les domaines où les différences sont importantes. Mieux vaut prendre une mesure concrète et réalisable que de vouloir tout corriger en même temps. Demandez à votre équipe de faire aussi des propositions d'amélioration.

Cc) Mesures

L'ASD ne fixe pas de valeur limite à atteindre.

Toutes les drogueries qui effectuent le sondage selon les directives de l'ASD reçoivent 10 points bonus pour le projet *DrogoThèque*. Dans l'idéal, le sondage sera effectué chaque année; mais en tout cas tous les deux ans.

D) Les objectifs et un peu de théorie

Da) Le projet

DrogoCare peut être utile à différents niveaux.

– Pour la droguerie

Déterminer les forces et les faiblesses en matière de satisfaction de la clientèle et donc prendre des mesures pour améliorer la situation. Des clients satisfaits sont des clients fidèles, ils contribuent à augmenter la fréquence dans le magasin et finalement à améliorer le chiffre d'affaires.

– Pour la branche

L'ensemble de tous les sondages à la clientèle permet d'obtenir une image globale de la satisfaction de la clientèle dans toute la Suisse. Pour l'Association, c'est un élément important pour connaître, entre autres, les forces et les faiblesses de la branche et pour pouvoir soutenir les drogueries en organisant, par exemple, des formations de vente. Par ailleurs, les résultats du sondage sur la satisfaction de la clientèle peuvent servir d'arguments auprès de l'industrie et des autorités.

– Pour les clients

Le client éprouve du plaisir à faire ses achats à la droguerie. La procédure lui garantit aussi une sécurité élevée le concernant. Il sait que la droguerie lui donne des informations correctes et lui recommande les bons produits. Il profite en plus d'une plus-value lorsque ses attentes sont traitées de manière optimale.

Db) La satisfaction de la clientèle

Elle est généralement considérée comme le rapport entre les attentes du client et la satisfaction de ses attentes. Lorsque les attentes du client sont satisfaites, le client est satisfait. Si la droguerie surpasse ses attentes, il est ravi. En revanche, si la droguerie ne répond pas à ses attentes, il est déçu. On mesure souvent la satisfaction de la clientèle d'une entreprise pour trouver les moyens d'améliorer la satisfaction et la fidélisation de la clientèle, les deux choses étant liées. Si le taux de satisfaction est élevé, l'entreprise peut:

– élargir son groupe-cible

– développer une politique des prix

– optimiser sa politique des produits

– développer une publicité avantageuse pour le produit proposé

– générer des recommandations ou des références

– améliorer la fidélisation de la clientèle

Les clients satisfaits peuvent servir de référence active, par exemple lorsqu'ils font part de leurs expériences positives à des tiers. Les clients mécontents représentent un double danger pour une entreprise. Ainsi, ils aiment à témoigner de leurs expériences négatives et s'adressent à d'autres prestataires de services. Un management correct des réclamations peut permettre de prévenir ce problème.

Le client ressent de la satisfaction lorsque ses valeurs effectives (résultat de l'achat) et ses valeurs escomptées (avant l'achat) coïncident. Ainsi, le client souhaite avoir le choix entre différentes possibilités, mais il faut aussi que la qualité de la prestation ou du produit vendu soit à la hauteur.

Favoriser la satisfaction de la clientèle ne consiste donc pas seulement à être aimable avec le client. Avec le projet DrogoThèque, vous avez sûrement déjà pris des mesures pour offrir à vos clients un environnement optimal et harmonieux.

Essayez de vous mettre à la place de vos clients. Considérez votre environnement avec leurs yeux et écoutez avec leurs oreilles. Tout ce qui vous paraît pratique n'est pas forcément idéal pour eux. Lancer un «Bonjour!» sans regarder la personne est pire que de se contenter d'adresser un simple salut sympathique de la tête, sans parler.

On peut promouvoir la satisfaction de la clientèle dans toutes les situations. L'important est de définir au préalable les procédures essentielles et de les expliquer de manière claire et définitive aux collaborateurs. Comment dois-je me comporter lorsque quelqu'un vient adresser une réclamation? Sur quels éléments misons-nous pour fidéliser la clientèle? Durant les entretiens avec les clients, comment puis-je à la fois donner des informations au client et obtenir des informations de sa part? Plus vous disposerez d'informations sur vos clients, mieux vous pourrez répondre à leurs attentes – les surprendre et même les épater!

E) Outils utiles

– Planning *DrogoCare*

Télécharger [Planning DrogoCare](#)

– Affiche pour l'urne destinée à recueillir les questionnaires

Télécharger [Affiche](#)

– Questionnaire *DrogoCare*

Télécharger [Questionnaire DrogoCare](#)

– Enquête nationale 2008

Télécharger [Enquête nationale 2008](#)

– Planning *DrogoThèque*

Télécharger

– Classeur SAQ de l'ASD (à commander à l'ASD, Sarka Vadura, [téléphone 032 328 50 35](tel:032-328-50-35), s.vadura@drogistenverband.ch)

– Système de fichier clients Propharma www.propharma.ch

– Système de fichier clients Waris www.waris.ch

– Système de fichier clients CSE www.cse-ch.vsa.de

Sources: Hans-Georg Häusel (BrainView), documents DrogoThèque, ateliers ASD, Wikipedia



Association suisse des droguistes
rue de Nidau 15, 2502 Bienne
téléphone 032 328 50 52
a.ullius@drogistenverband.ch
© Association suisse des droguistes, Bienne