

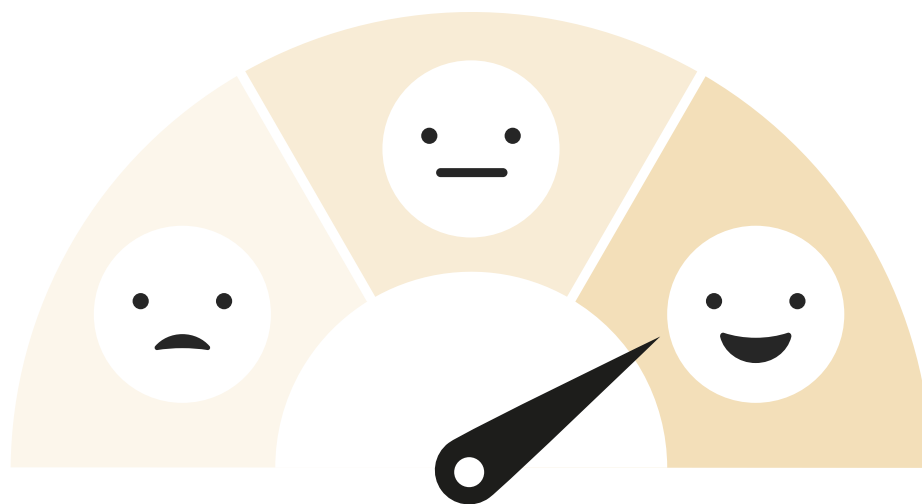
L'évaluation d'une pratique vétérinaire grâce au client mystère : par où commencer?



Si vous avez choisi de vous lancer dans une démarche d'évaluation de votre prestation de service, vous savez déjà qu'avoir recours à un client mystère comporte de multiples avantages.

Toutefois, vous vous demandez peut-être par où commencer pour mener à bien votre projet.

Voici quelques pistes d'actions concrètes qui transformeront votre démarche d'évaluation en une investigation garante de résultats...
et sans tracas!



Choisir la bonne personne

Le client mystère est quelqu'un à qui l'on confie le mandat d'évaluer l'expérience-client afin de confirmer ses points forts, mais aussi d'identifier les opportunités d'amélioration. À travers l'œil objectif d'un client, il a pour mission d'évaluer la qualité du service dans tous les contacts qu'il aura avec votre établissement. D'ailleurs, saviez-vous que certains clients mystère effectuent des évaluations téléphoniques ?

Idéalement, la personne que vous embaucherez pour jouer ce rôle devra être :

- Neutre, c'est-à-dire ne pas avoir d'idée préconçue quant à votre pratique, ou votre personnel.
- Inconnue de vos employés ou collègues (ainsi, votre conjoint n'est pas nécessairement la meilleure personne pour une telle tâche!)
- Capable de demeurer objective en tout temps.

Vous pouvez cependant attribuer ce mandat à quelqu'un de votre entourage ou, encore mieux, recourir à une firme spécialisée dans ce domaine. Afin d'avoir une vision globale et représentative des multiples attentes (et personnalités!) de vos nombreux clients, il est conseillé de procéder à une évaluation par l'entremise de plusieurs clients mystères dans une même période de temps.

Expliquer le mandat

Que souhaitez-vous évaluer exactement ? Y a-t-il un élément particulier sur lequel vous désirez que se concentre l'évaluation, comme par exemple l'accueil, l'accompagnement du client dans l'espace de vente au détail ou la prise de rendez-vous ?

Pour évaluer l'expérience-client dans sa globalité, **vous pouvez utiliser notre fiche d'évaluation de l'expérience-client en pratique vétérinaire**, conçue à votre intention et qui fournit des résultats et pistes d'améliorations concrets.

Aviser les employés... ou non ?

Évidemment, vous ne voulez pas que vos employés soient en mode séduction pour obtenir des résultats plus roses que la réalité ne l'est vraiment... Toutefois, les aviser que, de façon ponctuelle en cours d'année, des clients mystères se présenteront afin d'évaluer la qualité du service de la pratique peut demeurer une excellente façon de les motiver. Ces évaluations peuvent même figurer parmi leurs objectifs professionnels, dont vous discuterez ensemble **dans le cadre du processus de gestion de la performance.**

Évaluer les résultats

Voilà que vos clients mystères ont rempli les fiches d'évaluation. Cela signifie que vous êtes rendus à l'étape d'analyser les résultats, pour ensuite prendre action et rehausser l'expérience-client.

- 1 Prenez note des commentaires récurrents.
- 2 Partagez les résultats (positifs et négatifs) des évaluations avec vos équipes afin que ces dernières se sentent concernées et prennent part à l'application de mesures correctives.

L'objectif ici n'est pas d'utiliser les résultats jugés insatisfaisants pour culpabiliser vos employés, mais plutôt de les impliquer dans la recherche de solutions et de les motiver à relever ce défi en équipe.

Ensemble, et pour chaque élément qui devra être amélioré :

- 3 Déterminez les étapes à franchir pour atteindre le but ciblé, en précisant l'échéancier et le responsable de chacune d'elles
- 4 Déterminez les éléments qui devraient être traités en priorité, soit ceux qui ont le plus grand impact sur la perception et l'expérience de votre client.
- 5 S'il y a lieu, donnez la formation nécessaire
- 6 Mettez en place le changement approprié
- 7 Enfin, n'hésitez pas à dire aux clients que vous les avez écoutés et à partager la nouvelle, par exemple via vos réseaux sociaux

Assurer une amélioration continue

L'amélioration du service à la clientèle est un processus qui s'effectue en continu et qui requiert une attention constante. Ainsi, faire de l'exercice de client mystère une activité récurrente serait un pas de plus vers un service toujours plus attentionné et professionnel.

