

Statistiques par Questionnaire

Interviewés : 50 Réponses : 50

A voté : Antz/Aimée-Désirée/aimée.antz@orange.fr

Customer Intimacy

1 - Connaissez vous la démarche d'intimité clientèle ? [Simple](#) [Obligatoire](#)
si R2 alors Q7

Réponse	Vote	%	A voté
1 - oui	14	28	
2 - non	36	72	

Votants : 50 Votes : 50

2 - Depuis combien de temps connaissez-vous cette démarche? [Simple](#)

Réponse	Vote	%	A voté
1 - moins d' 1 an	2	14	
2 - entre 1 et 3 ans	4	29	
3 - entre 3 et 5 ans	1	7	
4 - plus de 5 ans	7	50	

Votants : 14 Votes : 14

3 - Adoptez vous une telle démarche dans vos relations avec vos clients ? [Simple](#)
[vous même ou alors dans votre entreprise](#)

Réponse	Vote	%	A voté
1 - oui	9	64	
2 - non	5	36	

Votants : 14 Votes : 14



4 - Pouvez vous me lister selon vous ses avantages et ses inconvénients de cette démarche ? [Multiple](#)
[plusieurs choix possibles](#)

Réponse	Vote	%	A voté
1 - Idéal pour garder mes clients	8	20	
2 - Mieux connaître les attentes de mes clients	12	29	
3 - Trop cher	1	2	
4 - Mal adapté à mon coeur de métier	3	7	
5 - Avantage 1	4	10	
6 - Avantage 2	4	10	
7 - Avantage 3	3	7	
8 - Inconvénient 1	4	10	
9 - Inconvénient 2	2	5	
10 - Inconvénient 3	0	0	

Votants : 14 Votes : 41

5 - Quels sont les freins que vous avez pu rencontrer lors de la mise en place d'une démarche d'intimité client dans votre entreprise ? [Multiple](#)


Réponse **Vote % A voté**

1 - Frein n°1	10	62	
2 - Frein n°2	6	38	
3 - Frein n°3	0	0	
4 - Frein n°4	0	0	
5 - Frein n°5	0	0	

Votants : 10 Votes : 16

6 - De votre expérience / De vos premières impressions, voyez vous le customer intimacy comme un avantage concurrentiel [Multiple](#)

Réponse **Vote % A voté**

1 - Oui	14	100	
2 - Non	0	0	
3 - Si non, pourquoi	0	0	

Votants : 14 Votes : 14

7 - Quels sont les autres outils de fidélisation que vous utilisez ? [Multiple](#)

[plusieurs choix possibles](#)

Réponse **Vote % A voté**

1 - cadeaux	25	19	X	
2 - carte de fidélité	11	8	X	
3 - club consommateur	6	5		
4 - espace client	12	9		
5 - couponing papier / électronique	5	4		
6 - magazine consommateur	7	5		
7 - newsletter	24	18		
8 - numéro vert	9	7		
9 - service après vente	15	11		
10 - service consommateur	7	5		
11 - parrainage	7	5	X	
12 - Autre...	5	4		

Votants : 39 Votes : 133

8 - Pouvez vous hiérarchiser ces outils de fidélisation selon une échelle d'importance de 1 à 5 ? [Simple](#)

Réponse **Vote % A voté**

Votants : 0 Votes : 0

9 - cadeaux [Simple](#)

[comme outil de fidélisation](#)

Réponse **Vote % A voté**






1 - 1 peu important	5	12	
2 - 2	9	22	
3 - 3	16	40	
4 - 4	4	10	
5 - 5 très important	6	15	X 

Votants : 40 Votes : 40

10 - carte de fidélité [Simple](#)






[comme outil de fidélisation](#)

Réponse **Vote % A voté**

1 - 1 peu important	7	18		
2 - 2	9	24		
3 - 3	11	29	X	
4 - 4	7	18		
5 - 5 très important	4	11		
Votants : 38		Votes : 38		






11 - club consommateur [Simple](#)

comme outil de fidélisation

Réponse	Vote % A voté			
1 - 1 peu important	5	13		
2 - 2	14	36	X	
3 - 3	7	18		
4 - 4	11	28		
5 - 5 très important	2	5		
Votants : 39		Votes : 39		





12 - espace client [Simple](#)

comme outil de fidélisation

Réponse	Vote % A voté			
1 - 1 peu important	5	12	X	
2 - 2	9	22		
3 - 3	10	25		
4 - 4	9	22		
5 - 5 très important	7	18		
Votants : 40		Votes : 40		





13 - couponing papier / électronique [Simple](#)

comme outil de fidélisation

Réponse	Vote % A voté			
1 - 1 peu important	14	36	X	
2 - 2	11	28		
3 - 3	9	23		
4 - 4	5	13		
5 - 5 très important	0	0		
Votants : 39		Votes : 39		

14 - magazine consommateur [Simple](#)




comme outil de fidélisation

Réponse	Vote % A voté			
1 - 1 peu important	8	21		
2 - 2	8	21		
3 - 3	18	46		
4 - 4	5	13		
5 - 5 très important	0	0		
Votants : 39		Votes : 39		

15 - newsletter [Simple](#)






comme outil de fidélisation

Réponse	Vote % A voté			
1 - 1 peu important	6	15		
2 - 2	10	25	X	

3 - 3	13	32	
4 - 4	7	18	
5 - 5 très important	4	10	
Votants : 40		Votes : 40	






16 - numéro vert [Simple](#)

comme outil de fidélisation

Réponse	Vote % A voté		
1 - 1 peu important	9	24	
2 - 2	8	21	
3 - 3	10	26	
4 - 4	6	16	
5 - 5 très important	5	13	
Votants : 38		Votes : 38	






17 - service après vente [Simple](#)

comme outil de fidélisation

Réponse	Vote % A voté		
1 - 1 peu important	1	3	
2 - 2	1	3	
3 - 3	1	3	
4 - 4	10	26	
5 - 5 très important	26	67	
Votants : 39		Votes : 39	






18 - service consommateur [Simple](#)

comme outil de fidélisation

Réponse	Vote % A voté		
1 - 1 peu important	3	8	
2 - 2	1	3	
3 - 3	6	15	
4 - 4	14	36	
5 - 5 très important	15	38	
Votants : 39		Votes : 39	





19 - parrainage [Simple](#)


comme outil de fidélisation

Réponse	Vote % A voté		
1 - 1 peu important	10	26	
2 - 2	5	13	
3 - 3	13	33	
4 - 4	9	23	
5 - 5 très important	2	5	
Votants : 39		Votes : 39	



20 - et le CUSTOMER INTIMACY [Simple](#)

comme outil de fidélisation

Réponse	Vote % A voté		
1 - 1 peu important	2	5	
2 - 2	2	5	
3 - 3	13	35	
			






4 - 4	13	35	
5 - 5 très important	7	19	
Votants : 37	Votes : 37		

23 - Priorisez vous une intimité clientèle dans une optique de « one to one » renforcé, ou adoptez vous une relation basique « achat/vente » ? [Simple](#)

Réponse	Vote	%	A voté	
1 - One to One renforcé	31	78	X	
2 - Achat /Vente basique	9	22		
Votants : 40	Votes : 40			










24 - Quels sont pour vous les signes qui reflètent le mieux la fidélité d'un client à une entreprise / marque / produit ? [Multiple](#)

[plusieurs choix possibles](#)





Réponse	Vote	%	A voté	
1 - La fréquence des visites / achats	24	30		
2 - Le panier moyen	10	12		
3 - L'établissement d'une relation gagnant-gagnant	26	32	X	
4 - L'établissement de partenariats	18	22		
5 - Autre...	2	2		
Votants : 43	Votes : 80			

25 - Quels sont les axes stratégiques prioritaires pour votre entreprise ? [Multiple](#)





[plusieurs choix possibles](#)



Réponse	Vote	%	A voté	
1 - Dégager du cash	23	15		
2 - Satisfaction de la clientèle	28	18	X	
3 - Fidélisation de la clientèle	29	18	X	
4 - Croissance interne	18	11		
5 - Croissance externe	12	8		
6 - Structuration de l'entreprise	13	8		
7 - Amélioration d'une gamme de produit	10	6		
8 - Innovation dans l'entreprise	23	15		
9 - Autre...	2	1		
Votants : 43	Votes : 158			

26 - L'activité de votre entreprise est plutôt ... ? [Simple](#)

Réponse	Vote	%	A voté	
1 - B to B	25	58		
2 - B to C	6	14		
3 - Les deux	11	26	X	
4 - Autre	1	2		
Votants : 43	Votes : 43			

27 - Pouvez vous me donner approximativement le nombre de clients de votre entreprise ? [Simple Fin](#)

Réponse	Vote	%	A voté	
1 - de 1 à 10	1	2	X	
2 - de 11 à 100	10	22		
3 - de 101 à 1000	4	9		
4 - de 1001 à 10 000	8	17		

5 - de 10 001 à 100 000	7	15	
6 - + de 100 001	16	35	

Votants : 46 Votes : 46

100 - Désolé mais ce questionnaire ne vous concerne pas [Simple](#)
[Peut être à bientôt pour un autre questionnaire ?](#)

Réponse Vote % A voté

Votants : 0 Votes : 0

Réponses des interviewés

[Haut](#)

[Retour](#)