

INDICE DE SATISFACTION : CONCEPTUALISATION ET MISE EN APPLICATION DANS LE CADRE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE MONTPELLIER

Jean Louis MONINO

Maître de Conférences à la Faculté des Sciences Economiques de Montpellier I.

Eric CAVAGNA

Responsable de l'Observatoire Economique à la CCI de Montpellier.

Qu'est ce que la satisfaction ? La satisfaction peut se définir comme étant un état d'esprit dans lequel se trouve un ou plusieurs individu(s) qui exprime(nt) un ressenti vis à vis d'une situation vécue, de l'utilisation d'un objet ou d'un service... Cette expression de la satisfaction est de nature complexe dans la mesure où elle résume à travers un avis tout un ensemble de paramètres liés à "l'objet" de l'évaluation.

Au-delà de la décomposition d'un "objet" en variables ou critères de jugement sur lesquels va se porter la satisfaction, se pose également le problème de l'agrégation de la perception de plusieurs individus. En effet, si de façon individuelle, on peut concevoir que la satisfaction puisse se mesurer, comment quantifier la satisfaction lorsque l'individu devient un ensemble d'individus pouvant avoir chacun un schéma particulier d'analyse, un état d'esprit différent ?

Il convient de bien spécifier les variables de "l'objet", des règles pour porter un jugement à travers des échelles communes de mesure. Si cela permet de réduire la dispersion des avis, il n'en reste pas moins que l'état d'esprit du répondant aura un impact sur la nature des réponses qu'il formulera.

Si l'on admet que la satisfaction puisse se mesurer, comment procéder pour récolter cette information globale ? Faut-il dresser une liste de questions qualitatives ou quantitatives ? Comment synthétiser cet ensemble en une seule mesure qui reflétera la satisfaction globale ? Faut-il accorder le même poids aux différentes questions ? Faut-il supposer que chaque individu apporte la même évaluation du degré de satisfaction ? Comment collecter cette batterie de questions ? Quel public doit-on interroger ? Selon quelle méthode ? Toutes ces questions peuvent être résumées en une seule : la satisfaction vis à vis des produits et services se mesure-t-elle de façon satisfaisante ?

Nous pouvons aborder cette question à partir d'une réflexion théorique sur la construction d'un indice de satisfaction et à partir des résultats d'une enquête de satisfaction de la clientèle menée pour le compte de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Montpellier.