

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Abderrahmane MIRA-BEJAIA



**Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion
Département des sciences commerciales**

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de master en Sciences commerciales

Spécialité : Marketing des services

Thème

**La satisfaction des clients vis-à-vis de la qualité
des services offerts**

Etude de cas : Agence ACTEL Aokas

Présenté par :

ATSI Hassiba

BARDACHENE Madiha

Devant un jury composé de :

Président :

Examineur :

Encadreur : Mme MAKHLOUFI. K

Promotion : 2018-2019

Dédicace

Je dédie ce travail à ma famille et tous mes amis

Madiha

Dédicace

Je dédie ce travail à ma famille et tous mes amis.

Atsi Hassiba

Remerciements

Nous tenons à remercier tout d'abord notre Dieu le tout puissant pour son aide, sa protection ainsi que sa miséricorde durant tout le long de notre éducation.

Nous adressons nos vifs remerciements à notre promoteur, Mdm Makhloufi.K, pour ses précieux conseils, éclairage ses corrections suggérées et ses critiques constructives. On la remercie pour sa générosité intellectuelle

Nos plus vifs remerciements vont aux membres du jury qui ont accepté de lire et de corriger notre travail à la lumière de leurs compétences notables dans ce domaine

Nous adressons nos sincères remerciements à monsieur AZKAK.T qui nous a aidé, et a contribué à l'élaboration de ce mémoire.

Un grand merci à nos familles respectives pour leur soutien moral, leurs aides et leurs encouragements.

Merci à l'ensemble des professeurs de l'université de Bejaia présents à nos côtés tout au long de notre cursus universitaire.

Liste des abréviations

<u>Abréviations</u>	<u>Signification</u>
❖ ACTEL	Agence commercial des telecommunication
❖ ADSL	Asymmetric digital subscriber line
❖ AFNOR	Association français des norms
❖ ALPAL	ALGERIA ET PALMA
❖ AT	Algérie Telecom
❖ CA	Chiffre d'affaire
❖ CAAT	Compagnie algérienne d'assurance et de transport
❖ DG	Direction general
❖ DTT	Direction territorial des telecommunications
❖ GB	Gigabyte
❖ ISO	International standard organisation
❖ KMS	Kiosque Multi-services
❖ LTE	Long term evolution
❖ QoS	Quality of service
❖ SPA	Société par action
❖ SEA ME	South east Asia-Middle east
❖ UOT	Unités opérationnelles des telecommunications
❖ Vsat	Very small aperture terminal
❖ 3G	Troisième generation de la telephonie mobile
❖ 4G	Quatrième generation de la telephonie mobile

Introduction du chapitre

Lors de ce dernier chapitre, nous allons essayer d'évaluer la satisfaction des clients vis-à-vis la qualité de service offert de l'agence commerciale ACTEL AOKAS.

Nous avons opté pour l'élaboration d'un questionnaire et d'un guide d'entretien dans le but de réaliser un sondage d'opinions, qui nous permettra de tirer des conclusions sur la qualité de service et la satisfaction des clients au sein de l'agence commerciale ACTEL d'AOKAS.

Afin de mieux exposer notre travail de recherche, on a subdivisé ce chapitre en trois sections ; la première sera consacrée sur la présentation de l'agence, ensuite la deuxième porte sur la méthodologie de travail et l'analyse des résultats par un tri à plat, enfin la troisième section sera consacrée au traitement des résultats par un tri-croisé.

Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil

ALGERIE TELECOM est leader sur le marché Algérien des télécommunications qui connaît une forte croissance. Offrant une gamme complète de services de voix et de données aux clients résidentiels et professionnels. Cette position s'est construite par une politique d'innovation forte adaptée aux attentes des clients et orientée vers les nouveaux usages.

1.1 Historique d'Algérie Télécom

ALGERIE TELECOM, est une société par actions au capitale sociale d'opérant sur le marché des réseaux et services de télécommunications.

Sa naissance a été consacrée par la loi 2000/03 du 5 août 2000, relative à la restructuration du secteur des Postes et Télécommunications, qui sépare notamment les activités Postales de celles des Télécommunications¹.

ALGERIE TELECOM est donc régie par loi qui lui confère le statut d'une entreprise publique économique sous la forme juridique d'une société par actions SPA.

Entrée officiellement en activité à partir du 1er janvier 2003, elle s'engage dans le monde des Technologies de l'Information et de la Communication avec trois objectifs:

- Rentabilité.
- Efficacité.
- Qualité de service

1.1.1 Mission et Objectifs

L'ambition d'Algérie Télécom est d'avoir un niveau élevé de performance technique, économique, et sociale pour se maintenir durablement leader dans son domaine, dans un environnement devenu concurrentiel. Son souci consiste, aussi, à préserver et développer sa dimension internationale et participer à la promotion de la société de l'information en Algérie

Activité majeure

- Fournir des services de télécommunication permettant le transport et l'échange de la voix, de messages écrits, de données numériques, d'informations audiovisuelles.
- Développer, exploiter et gérer les réseaux publics et privés de télécommunications.
- Etablir, exploiter et gérer les interconnexions avec tous les opérateurs des réseaux.

¹<http://algerie-telecom.entreprise-dz.com/4g.html> (le 20/05/2019) à 20:42h.

Chapitre 03 : La satisfaction de la clientèle vis-à-vis les services ACTEL

ALGERIE TELECOM est engagée dans le monde des technologies de l'information et de la communication avec les objectifs suivants :

- Accroître l'offre de services téléphoniques et faciliter l'accès aux services des télécommunications au plus grand nombre d'utilisateurs, en particulier en zones rurales ;
- Accroître la qualité de services offerts et la gamme de prestations rendues et rendre plus compétitifs les services de télécommunications ;
- Développer un réseau national de télécommunication fiable et connecté aux autoroutes de l'information.

1.1.2 La fiche technique d'AT :

La présentation générale de l'entreprise AT nous la résume dans le tableau ci-dessous :

Date de création	10 Avril 2003
Forme juridique	SPA à la capitale au 50 milliard de DA
Activité	Opérateur de télécommunication
Actionnaire	Etat Algérienne à 100%
Le slogan	Toujours plus proche depuis 2014
CA	1352.306
Résultat net	16.693 millions \$(dollar)
Produit	Commercialisation d'équipements et des services de la télécommunication pour les particulier et professionnels.

Source : Document interne de l'entreprise.

1.1.3 Les domaines d'activité d'AT

La société AT est l'acteur majeur des télécommunications en Algérie avec cinq domaines d'activités :

- **Téléphonie fixe** : avec 2 millions lignes en service, et un réseau WLL en pleine expansion
- **Téléphonie mobile** : activité au travers d'une filiale Mobilis qui détient une part de marché de 13%.
- **Accès Internet au travers de** : Djaweb, fawri ADSL et dernièrement Easy ADSL.
- **Réseaux satellitaires** : des services de télécommunications s'appuyant sur VSAT, Inmarsat et le réseau Thuraya.

1.1.4 Les responsabilités d'AT

Les responsabilités d'AT s'exerceront dans les trois domaines suivants :

Les actionnaires : nous devons mériter leur soutien en valorisant leur patrimoine.

Les clients : nous devons anticiper leurs besoins en leur fournissant des produits et des services de qualité afin de gagner et de conserver leur confiance.

Le personnel : nous devons satisfaire ses attentes en organisant les conditions de l'épanouissement professionnel de chacun car la réussite d'ALGERIE TELECOM dépend de l'engagement de tous.

1.2 ACTEL : structure et offres

1.2.1 Définition d'ACTEL

L'agence commerciale est le point de contact privilégié entre l'entreprise et ses clients. Son rôle principal est de répondre à la demande des clients et de commercialiser l'ensemble des produits et services d'Algérie Télécom².

1.2.2 Le but d'ACTEL

Le but de cette nouvelle organisation de l'agence commerciale est:

- En premier lieu de mettre en place une structure agile et efficace qui répond parfaitement aux attentes de nos clients.
- Il s'agit également de définir précisément les tâches de chaque intervenant au sein de cette structure et de donner la place qu'il mérite au front office.

Cette organisation est accompagnée d'une nouvelle méthode d'évaluation et de classification des agences qui prend en considération non seulement le parc clients mais aussi les paramètres de performance de l'agence : le chiffre d'affaire réalisé et l'encaissement. La classification des ACTEL sera ainsi mise à jour périodiquement sur une base annuelle par décision du pôle « commercial, marketing et innovation ».

Par ailleurs une nouvelle classification de postes de responsabilité au niveau des agences et de présence est introduite. Les primes de responsabilité associées sont également revues

1.2.3 Organigramme de l'agence commerciale (ACTEL)

(Annexe N^{o4}: organigramme d'ACTEL) :

²Document interne de l'entreprise.

1.2.3.1 Les tâches et missions du personnel

1.2.3.1.1 Le directeur de l'ACTEL : a pour mission notamment de :

- Veiller au bon fonctionnement de l'agence et à la satisfaction des clients.
- Veiller à l'application des procédures en vigueur,
- Garantir la circulation de l'information au sein des équipes (briefing, notes de service, accès aux différents portails d'informations.
- Veiller à l'atteinte les objectifs assignés et mettre en œuvre la stratégie commerciale de l'entreprise (prospection de nouveaux clients, chiffre d'affaire, recouvrement,).
- Évaluer les besoins du personnel de l'agence en matière de formations et de proposer un plan de formation adéquat.
- Assurer l'approvisionnement du l'Agence (matériel bureautique, stock physique commercial)
- Travailler en étroite collaboration avec les autres structures au niveau opérationnel et central.
- Proposer des évolutions des procédures internes afin d'améliorer la qualité des services offerts aux clients.

Le personnel affecté au front office travaille en système de vacation. Il est constitué des postes suivant :

1.2.3.1.2 Le superviseur front office : a pour mission notamment de :

- Manager les agents front office et veiller à la satisfaction des clients.
- Veiller à l'application des procédures en vigueur.
- Garantir la circulation de l'information au sein de son équipe.
- Motiver et coacher son équipe pour atteindre les objectifs fixés et augmenter les ventes.
- Veiller au respect du discours commercial avec les clients et la fiabilité des informations communiquées.
- Assurer la remontée d'informations et transmettre les rapports d'activités demandés au directeur de l'agence.
- Assurer le suivi et la prise en charge des doléances ainsi que leurs acheminements aux services concernés.
- S'assurer que les agents du front office disposent de tous les moyens matériels nécessaires à l'accomplissement de leurs fonctions.
- Assurer les tâches des conseillers clients lorsque la situation du front office l'exige (manque d'effectif, taux d'affluence des clients important).

1.2.3.1.3 La position « accueil et orientation » : a pour mission notamment de :

- Accueillir les clients.

- Informer les clients des produits et services d'Algérie Télécom (nouvelles offres, promotions).
- Orienter les clients vers la position adéquate et veiller à la prise de tickets pour gérer la file d'attente.
- Informer les clients de l'existence d'un cahier de doléances.
- Compléter le dossier client sur système d'information (et en particulier recueil e enregistrement de leurs numéros de contact personnel).
- Assurer l'animation au niveau de l'agence en mettant à la disposition des clients les différents supports de communication (dépliants, affiches...).

1.2.3.1.4 Les conseillers clients au niveau de l'ACTEL : ont pour mission notamment de :

- Prendre en charge les clients (vente, informations...).
- Assurer un discours commercial convainquant et sincère.
- Accomplir les différentes opérations commerciales sur système d'informations.
- Établir tous type de contrats clients (ADSL, 4GLTE, ...).
- Procéder à l'encaissement des opérations commerciales.
- Prendre en charge les clients porteurs d'une réclamation de dérangement (analyser le problème, le signaler sur GAIA, informer le client sur les procédures et la suite réservée, renseigner sur l'état d'avancement...).
- Compléter le dossier client sur système d'information.

Pour la prise en charge des clients professionnels, une position « conseiller clients » est dédiée à cette catégorie de clients. Cette position prend en charge les clients professionnels en priorité et assure le traitement des demandes des clients ordinaires lorsqu'il n'y a pas de client professionnels en attente.

1.2.3.1.5 Le caissier : apour mission notamment de :

- Procéder aux encaissements de toutes les factures par tous types de paiement (numéraires, chèques, ...).
- Arrêter la caisse et les sous caisses à la fin de la vacation et le décompte des encaissements.
- Etablir le « brouillard » des encaissements relatifs aux produits vendus par l'ACTEL.
- Etablir les mandats de versement.
- Vendre les recharges 4G LTE, ADSL...

1.2.3.1.5 Le technico-commercial : a pour mission notamment de :

- Conseiller les clients sur les aspects techniques des produits et offres d'AT en particulier.

- Prendre en charge les clients porteurs d'une réclamation de dérangement (analyser le problème, le signaler sur GAIA, informer le client sur les procédures et la suite réservée, renseigner sur l'état d'avancement...).
- Assurer la coordination avec les centres techniques pour la prise en charge des demandes des clients concernant la relève de dérangement.
- Tester et configurer tous les types de modems clients (y compris les modems vendus en dehors des agences).
- Mettre en pause les comptes ADSL des clients en dérangement.
- Compléter le dossier client sur système d'information.

Le back office assure le support et le traitement des opérations lancées au front office. Le personnel qui compose le back office travaille en système de vacation limitée.

1.2.3.1.6 Le chargé des opérations commerciales : a pour mission notamment de :

- Manager son équipe.
- Garantir la circulation de l'information au sein de son équipe.
- Veiller à l'application des procédures en vigueur.
- Assurer le suivi et le traitement des demandes et dossiers enregistrées sur les systèmes d'information.
- Traiter et assainir les anomalies commerciales.
- Contrôler, assainir et archiver les dossiers administratifs (filaires, ADSL et 4 G).
- Analyser l'évolution des indicateurs et objectifs commerciaux (vente et file d'attente) et proposer des mesures correctives en cas de dysfonctionnement.
- Assurer la coordination avec les services production des centres techniques et des supports commerciaux.

Une position « clients professionnels » est rattachée au chargé des opérations commerciales. Cette position est assurée par le chargé des opérations commerciales lui-même dans certaines ACTEL ou par un agent dans d'autres ACTEL, et ce, en fonction de la charge du travail. Elle a pour tâche notamment de :

- Suivre l'opération de facturation et distribution des factures au profit des clients professionnels (KMS & Cyber, grands comptes, SP...).
- Gérer les conventions.
- Assainir la base de données des clients professionnels (système e dossiers physique).

1.2.3.1.7 Le chargé du suivi des encaissements : a pour mission notamment de :

- Manager son équipe.
- Veiller à l'application des procédures en vigueur.
- Garantir la circulation de l'information au sein de son équipe.
- Récouter les états d'encaissement au niveau des bureaux de poste et assurer la saisie des encaissements en différé.

- Contrôler le brouillard de caisse et le décompte des encaissements et assurer le versement de la recette journalière dans le compte de l'agence.
- Contrôler et valider les opérations d'encaissement sur les systèmes d'information et élaborer un état de rapprochement.

Une position « suivi des impayé » est rattachée au chargé du suivi des encaissements. Cette position est assurée par le chargé du suivi des encaissements dans certaines ACTEL ou par un agent dans d'autres ACTEL, et cette fonction de la charge de travail. Elle a pour tâche notamment de :

- Traiter la liste des impayés.
- Relancer les clients avec des créances (courrier, appels téléphoniques, déplacements).
- Préparer les dossiers contentieux.

1.2.3.1.8 Le chargé du suivi des comptes et rapprochement : a pour mission notamment de :

- Veiller au suivi des mouvements de stock commercial.
- Normaliser les écarts constatés (stock et encaissement) avec les positions concernées.
- Signaler à la hiérarchie toute anomalie constatée.
- Transmettre les états de caisse au chargé de suivi des encaissements pour validation et les situations demandées au département comptabilité de la DO.
- Assurer le traitement des chèques.

Une position « gestion stock » est rattachée au chargé du suivi des comptes et rapprochement. Cette position est assurée par le chargé des suivis des comptes et rapprochement dans certaines ACTEL ou par un agent dans d'autres ACTEL et ce, en fonction de la charge de travail. Elle a pour tâche notamment de :

- Gérer le stock commercial de l'agence et ses points de présence.
- Assurer le décompte du stock entrant avec la DO et sortant avec le superviseur FO et les responsables des points de présence.
- Veiller à la disponibilité du stock commercial au niveau l'agence et ses points de présence.
- Etablir les situations de stock.

1.3 Point de présence

Le point de présence est créé pour désengorger l'ACTEL du flux des clients et pour se rapprocher des clients dans les localités lointaines. Il est composé d'un responsable et de conseillers clients. Ils assurent les tâches suivantes :

1.3.1 Le responsable du point de présence : a pour mission notamment de :

- Manager les agents du point de présence.
- Veiller à 'application des procédures en vigueur.
- Veiller à l'atteinte les objectifs assignés et mettre en œuvre la stratégie commerciale de l'entreprise (prospection de nouveaux clients, chiffre d'affaires, recouvrement...).
- Assurer la remontée d'informations et transmettre les rapports d'activités demandés au responsable d'agence.
- Procéder au versement des recettes journalières au niveau du bureau de poste ou de banque.
- Gérer le stock commercial du point de présence et s'assurer de la disponibilité des produits.
- Veiller au respect du discours commercial avec les clients et la fiabilité des informations communiquées.

1.3.2 Le conseiller client : au niveau du PP a pour mission notamment de :

- Prendre en charge les clients (vente, informations...).
- Assurer un discours commercial convainquant et sincère.
- Accomplir les différentes opérations commerciales sur système d'informations.
- Etablir tous types de contacts clients (ADSL, 4G LTE...).
- Procéder à l'encaissement des opérations commerciales.
- Prendre en charge les clients porteurs d'une réclamation de dérangement (analyser le problème, le signaler sur GAIA, informer le client sur les procédures et la suite réservée, renseigner sur l'état d'avancement...).

1.4 La qualité de service de l'agence commerciale ACTEL Aokas

Pour mieux s'approfondir dans notre recherche, nous avons élaboré un guide d'entretien adressé au responsable et aux agents commerciaux (les agents de guichets) de l'agence ACTEL d'Aokas.

Selon le responsable commercial³, les services de base et les services périphériques de cette agence sont

- Les services de base : la téléphonie fixe (Idoom fixe), et internet (Idoom ADSL, Idoom 4G LTE).
- Les services périphériques : paiement électronique, recharge de secours et vente d'autres produits (cartes de recharges, modem, chargeur...).

Ces dernières années, l'agence ACTEL reçoit de fortes demandes sur ses services à savoir la téléphonie fixe, et l'internet ADSL et la 4G.

³Guide d'entretien avec le responsable commercial (annexe 2).

Le responsable commercial a cité plusieurs moyens de communications utilisés par l'agence ACTEL pour faire connaître les services existants⁴ :

- Communication interne : la téléphonie, la messagerie...
- Communication externe : la publicité, le site internet, les sorties de proximités.

De leurs parts, les agents commerciaux⁴ ont confirmé que l'agence ACTEL a mis en leurs dispositions les moyens qui facilitent la communication entre les clients. En outre la majorité des clients ont trouvé que ses moyens sont efficaces.

D'après le responsable commercial, tous le personnel de l'agence ACTEL est soumis à des formations chaque année par rapport au besoin de l'agence et à la demande des agents commerciaux, ces derniers ont confirmé qu'ils ont fait des formations avant et après leurs installations à l'agence comme le système d'information, système NGBSS, Excel avancé, les tableaux de bords et le système d'exploitation.

Selon le personnel de l'agence (le responsable commercial, et les agents de guichets) la qualité de service des offres existantes est efficace, et les problèmes les plus rencontrés avec les clients sont généralement liés à la qualité de service comme : le dérangement de la ligne téléphonique et le faible débit.

Les réclamations présentées par les clients sont prises en charge au niveau de l'agence, signalées et transmises au service technique pour les relever, et le temps consacré pour les réclamations varie jusqu'à 24h et certains plus selon le type de problème.

Les agents commerciaux désignent le manque d'information de côté du client comme un problème majeur rencontré lors des échanges avec les clients. Cependant ils rencontrent des clients exigeants avec lesquels ils réagissent dans un cadre professionnel ou ils donnent plus de détails et des explications pour les satisfaire car il trouve que le client est roi.

D'après le responsable l'arrivée de la 3G et la 4G n'a aucune influence sur le chiffre d'affaire (CA).

Les techniques de fidélisation adoptées par ACTEL afin de préserver son fichier client face à une concurrence indirecte (téléphonie mobile) sont :

- Offrir des cadeaux pour les clients fidèles (anciens clients, non redevables).
- Bonus.
- Promotions périodiques (fin d'année, mois de ramadan, ELHIDJ...).

Après avoir présenté l'agence commerciale d'ACTEL, nous allons passer à la présentation de la méthodologie de recherche de notre travail et l'évaluation de la satisfaction des clients par rapport à la qualité de service offerte par cette agence.

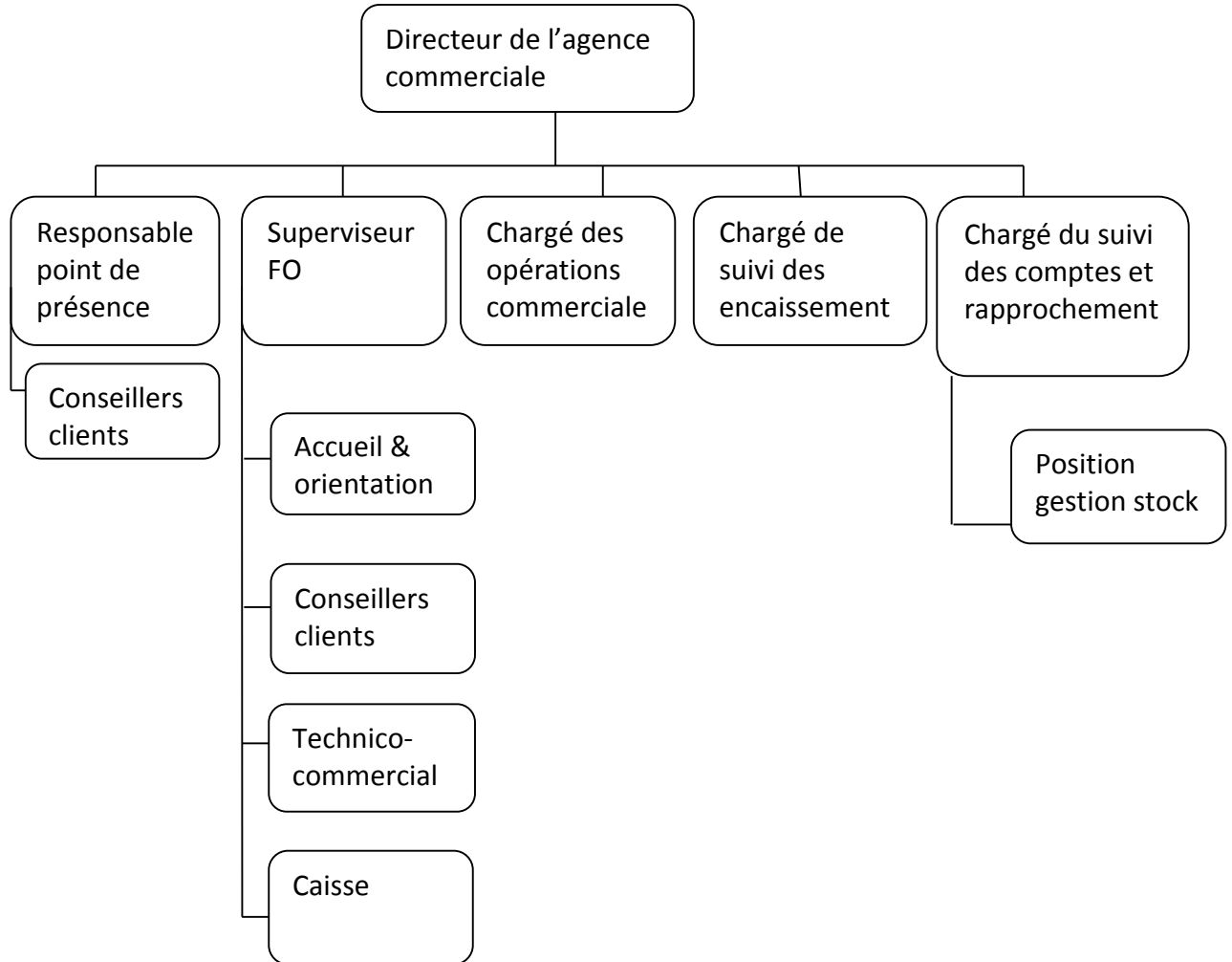
⁴Un guide d'entretien avec les agents commerciaux (annexe 3).

Liste des annexes

1. Questionnaire.
2. Guide d'entretien de responsable.
3. Guide d'entretien des agents de guichet.
4. Organigramme.

Annexe N°04

Organigramme de l'agence commerciale (ACTEL)



Questionnaire

Université abderrahmane mira

Dans le cadre de l'élaboration de notre mémoire en vue de l'obtention d'un diplôme de Master en Marketing des services, nous menons une enquête de satisfaction, raison pour laquelle nous sollicitons votre attention afin de répondre à nos questions. Nous tenons à vous assurer que le but de cette étude s'inscrit dans le cadre d'une recherche universitaire et garde l'anonymat.

1. Vous êtes sur quelle offre ?

1. Idoom fixe 2. Idoom ADSL 3. Idoom 4GLTE

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Evaluation de la qualité de service de front office

2. Comment jugez-vous la durée d'attente dans les locaux d'AT

1. très rapide 2. rapide 3. moyenne
 4. lente 5. trop lente

3. Quels sont les moyens de communication qu'utilise Algérie télécom?

.....
.....

4. Trouvez-vous que les moyens de communication qu'AT utilise avec ses clients sont efficaces ?

1. oui 2. non

5. Si 'non', expliquez:

.....
.....
.....

Quel est votre degré de satisfaction: A propos du personnel en contact?

1 2 3 4 5

6. L'information

7. L'orientation et le conseil.

8. L'accueil, La politesse et la courtoisie

9. Aptitude du conseiller commercial à vous écouter et à vous comprendre

tout à fait satisfait (1), satisfait (2), peu satisfait (3), pas satisfait (4), pas du tout satisfait (5).

Evaluation de la qualité de service de base

La couverture du réseau : A propos de la qualité des services (internet et communication)

	1	2	3	4	5
10. Idoom fixe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Idoom ADSL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Idoom 4G LTE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tout à fait satisfait (1), satisfait (2), peu satisfait (3), pas satisfait (4), pas du tout satisfait (5).

La qualité de réseau (vitesse de débits)

	1	2	3	4	5
13. Idoom ADSL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Idoom 4G LTE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Excellente (1), très bonne (2), bonne (3), faible (4), très faible (5).

Les tarifs proposés par rapport à la qualité du service

	1	2	3	4	5
15. Idoom fixe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Idoom ADSL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Idoom 4G LTE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Très chers (1), chers (2), raisonnable (3), pas chers (4), pas du tout chers (5).

La réactivité du service en cas de coupure ou de dérangement

	1	2	3
18. Idoom fixe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Idoom ADSL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Idoom 4G LTE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

immédiate (1), lente (2), très lente (3).

21. Si on compare la qualité de service (internet) d'AT avec les offres de la téléphonie mobile, seraient-ce :

1. AT 2. Ooredoo 3. Djazzy 4. mobilis

Le service après-vente et la gestion des réclamations (services périphériques)

22. Comment payez-vous vos factures ?

1. A l'agence 2. domicile (E-payement)
 3. A la poste

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

23. Par rapport à la gestion des réclamations, avez-vous formulé des réclamations Auprès d'AT?

1. Oui 2. Non

24. Si 'oui', pour quel motif ?

1. Déangement de la ligne téléphonique
 2. Problème de connexion ADSL
 3. Problème de connexion 4G
 4. Non réception de la facture
 5. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

25. Les réclamations présentées, sont-elles prises en considérations ?

1. Oui 2. Non

26. Etes-vous satisfaits de la qualité de service et des délais de résolution

1. Oui 2. Non

27. Pourquoi? :

.....
.....
.....

28. Comptez-vous changer votre opérateur principal par un autre (nouveau concurrent) ?

1. Oui 2. Non

29. Si 'Oui', pour quelle raison?

.....
.....
.....

Fiche signalitique

30. Sexe:

1. Femme 2. Homme

31. Age:

1. 15ans _ 30ans 2. 31 ans _ 45 ans
 3. 46ans _ 60ans 4. Plus de 60ans

32. Catégorie socioprofessionnelle :

1. Etudiant 2. Employé
 3. Cadre d'entreprise 4. Profession libérale
 5. Sans emploi

33. Niveau d'étude

1. Primaire 2. Moyen 3. Secondaire
 4. Universitaire 5. Autre

34. Quel est votre revenu mensuel ?

1. Entre 15000 et 25000 DA 2. Entre 26000 et 35000 DA
 3. Entre 36000 et 50000 DA 4. + De 500000

35. Depuis combien du temps vous-êtes client d'AT ?

1. Moins d'un an (1an) 2. De 1 an à 5 ans
 3. De 6ans à 10ans 4. Plus de 10ans

Annexe N°02

Guide d'entretien

Nom et prénom :

Département :

Post occupé : Responsable commercial

En vue de préparation du mémoire de fin de cycle pour l'obtention, de diplôme en master II option marketing des services nous avons élaboré ce modeste entretien comme instrument d'analyser la stratégie de la satisfaction des clients par ACTEL Aokas. Nous avons garanti la confidentialité des informations.

1. Quelles sont les services de base et les services périphériques de votre agence ACTEL Aokas ?

.....
.....
.....
.....

2. Pour faire connaitre vos services existant, quelles est le moyen de communication que vous utilisez ?

.....
.....
.....
.....

3. Le personnel est un élément de base de la qualité, formez-vous votre personnel ? Comment ?

.....
.....
.....
.....

4. Comment juger votre offre de service en termes de qualité ? Qu'est-ce qui vous permet de La confirmer

.....
.....
.....
.....

5. Comment les réclamations des clients sont prises en considération ?

.....
.....
.....
.....

6. Est-ce que vous y a plus de demande sur vos services ces dernières années au c'est le contraire et pourquoi ?

.....
.....
.....
.....

7. Est-ce que l'arrivée de la 3G et la 4 a influencé sur le CA réalisé par ACTEL Aokas?

.....
.....
.....
.....

8. Y A-t-il de nouvelles offres de service ?

.....
.....
.....
.....

9. Qu'elles sont les techniques de fidélisations adoptées par ACTEL Aokas afin de préserver son fichier client face à une concurrence indirecte (téléphonie mobile) ?

.....
.....
.....
.....

10. Quels sont les problèmes que vous rencontriez le plus avec vos clients ?

.....
.....
.....
.....

Annexe N°03

Guide d'entretien

Nom et prénom :

Département :

Post occupé : Conseillers commerciales (Agent de guichet)

1. Depuis quand vous êtes recruté chez l'agence commercial ACTEL Aokas.

.....
.....
.....

2. Est-ce que vous avez fait des formations avant ou après votre installation ? si oui, de quel type ?

.....
.....
.....

3. Quelles sont les difficultés que vous rencontrez lors de vous échange avec le client ?

.....
.....
.....

4. Comment vous réagissez avec un client exigeant ?

.....
.....
.....

5. Est-ce qu'ACTEL Aokas a mis à votre disposition des moyens qui vous facilitent la communication avec les clients?

.....
.....
.....

6. Est-ce que vous recevez beaucoup des réclamations de la part de client ?de quel type ?

.....
.....
.....

7. Si, oui combien de temps vous prenez pour répondre à ces réclamations ?

.....
.....
.....

Résumé

La satisfaction des clients est la raison d'être et la condition de pérennité des entreprises, pour cela ces dernières proposent à des clients des services / produits qui répondent à leurs besoins et leurs attentes et à leurs niveau d'exigence.

Cette présente recherche a pour principale objectif de connaître le niveau de satisfaction de la clientèle au sein de l'agence commerciale ACTEL vis-à-vis la qualité des services offerts.

Concepts clés :

La qualité de service, la satisfaction de client, évaluation de la satisfaction client.