

SOMMAIRE

Remerciements	7
Préface	9
Introduction	13
CHAPITRE 1	
Les enjeux de l'étude pour un cabinet de services professionnels.....	15
1. Le contexte spécifique des cabinets de services professionnels.....	17
2. Quels sont les objectifs de l'étude ?	45
3. Quels bénéfices apporte l'étude des clients ?.....	53
4. Quels sont les obstacles à la réalisation de l'étude ?	61
CHAPITRE 2	
Les modalités de l'étude clients.....	67
1. Qui fait l'étude ?	69
2. Quel type d'étude ?	74
3. Quand faire l'étude ?.....	81
4. Qui interroger ?	83
5. Rédiger le questionnaire et/ou le guide d'entretien ...	90
6. Recueillir les informations.....	94
7. Le pilotage de l'étude.....	100

CHAPITRE 3

Comprendre les résultats d'une étude clients/ non-clients.....	105
1. Quelques notions-clés pour comprendre les résultats d'une étude	107
2. Le traitement statistique des données	113
3. Analyser la satisfaction des clients	122
4. Analyser le positionnement du cabinet.....	131
5. Analyser les opportunités de développement.....	140

CHAPITRE 4

L'utilisation des résultats de l'étude clients/ non-clients.....	147
1. Le risque de l'inaction	149
2. Un outil de développement marketing puissant	151
3. L'étude clients comme vecteur de changement organisationnel et stratégique	169
4. Un outil d'optimisation des actifs immatériels du cabinet	175
Conclusion	177
Annexe : fiche pratique pour réaliser une étude.....	179
Table des tableaux et figures.....	183
Bibliographie	185