

CONTROLCERT

Qualité de la mesure de
satisfaction

Référentiel technique et règles de labellisation
Rév. 2.1 – 14/06/2020

Control **CERT**

Recommandation Client

+90%



Pour SARL CONTROLCERT	
CONTROLCERT	Nom : Frank GIRAULT
	Fonction : Directeur Général
	Visa : 

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la Propriété intellectuelle (art. L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. Seules sont autorisées (art. 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé de copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, pédagogique, ou d'informations de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L122-10 à L122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie. Le Logo, le nom ainsi que le référentiel font l'objet d'un dépôt de marque à l'Institut National de la Propriété Industrielle.

SOMMAIRE

1. Introduction.....	3
2. Domaine d'application	3
3. Panorama réglementaire.....	3
4. Piliers et critères du Label	4
5. Prérequis.....	4
6. Détail des spécifications	5
7. Lexique.....	11
8. Plan d'audit tierce partie	12
9. Utilisation de la marque CONTROLCERT	13

1.Introduction

La réassurance d'un client face à un professionnel peut notamment passer par le partage du niveau de satisfaction des clients qui l'ont précédé.

En ce sens la garantie d'un processus de mesure de la satisfaction qualitatif et rigoureux, bâti sur des bonnes pratiques reconnues et couplé à un objectif de résultat en matière de taux de recommandation peut constituer un élément fort pour initier une relation commerciale.

C'est pourquoi SARL ControlCERT a décidé de bâtir ce référentiel. Pour ce faire, nous nous sommes appuyés sur plusieurs référentiels liés :

- FD X 50-172 :1999 / Enquête de satisfaction des clients
- ISO20252 :2012 / Études de marché, études sociales et d'opinion — Vocabulaire et exigences de service
- Normes simplifiées éditées par la CNIL (Sans valeur juridique depuis le 25 mai 2018, en cours de revue) : Notamment NS-48 :2012 relative aux fichiers clients-prospects

2.Domaine d'application

Le présent référentiel s'applique à tout organisme, sans distinction d'activité, d'effectif ou de typologie de clientèle.

Toutefois des particularités existent quant à l'utilisation de la marque puisque des déclinaisons du logotype sont prévues pour plusieurs secteurs d'activité, ce afin de favoriser la promotion de la démarche de manière plus lisible et plus ciblée auprès des clients des organismes engagés (voir chapitre 9 « [Utilisation de la marque CONTROLCERT](#) »)

3.Panorama réglementaire

Ce référentiel s'inscrit notamment dans le contexte réglementaire lié à la protection des données à caractère personnel :

[La loi du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles](#) a modifié la loi du 6 janvier 1978 dite « Informatique et Libertés » pour l'adapter aux dispositions du [Règlement général sur la protection des données \(RGPD\)](#), applicable partout en Europe depuis le 25 mai 2018.

L'organisme missionné pour la réalisation de l'audit externe s'assurera que l'organisme candidat a planifié des moyens organisationnels et humains à même de lui permettre d'identifier formellement les exigences réglementaires liées au processus de contrôle de la satisfaction.

Il est à noter que les audits ne se substituent aucunement aux contrôles réglementaires.

4. Piliers et critères du Label

Le Label CONTROLCERT s'appuie sur 32 critères répartis en 7 Piliers.

N°	Piliers
1	Le processus d'enquête, de recueil, d'analyse et d'amélioration est planifié et maîtrisé.
2	Le champ et la cible de l'enquête sont adaptés aux activités de l'organisme.
3	Le questionnaire est compréhensible par le destinataire, pertinent et n'induit pas de biais.
4	Les méthodes de recueil et de traitement favorisent des retours exploitables et respectueux de la confidentialité.
5	L'analyse des résultats est méthodique, formalisée et prise en compte en interne.
6	Les insatisfactions manifestes sont prises en compte. Suite à l'analyse, des actions adaptées sont planifiées et mises en œuvre.
7	L'indicateur de recommandation présente un résultat supérieur ou égal à 90%.

5. Prérequis

- Le postulant à la labellisation est à jour de ses autorisations administratives
- Le postulant a une ancienneté professionnelle d'au moins 1 an
- Le postulant est à jour de ses assurances professionnelles
- Le postulant s'engage à respecter la réglementation en vigueur sur l'ensemble de son activité (hygiène, droit du travail, sécurité, social et fiscal, santé,...)
- Le postulant dispose des données suffisantes pour démontrer la mise en œuvre d'au moins un cycle complet de mesure de la satisfaction (planification, réalisation, analyse et actions liées).

6. Détail des spécifications

SPECIFICATION 1		Le processus d'enquête, de recueil, d'analyse et d'amélioration est planifié et maîtrisé.	
N°	Exigence	Exemples de preuves	Modalités de contrôle
1	L'organisme détermine les responsabilités nécessaires pour la planification et la maîtrise opérationnelle du processus attendu dans une démarche d'amélioration continue.	Eléments formels (fiche de poste, lettre de mission, contrat, objectifs individuels...) Vérification du triptyque : Autorité-Compétences-Moyens	Vérification documentaire Interview du responsable désigné quant à ses missions et responsabilités
2	L'enquête est planifiée de manière continue telle que toute cible est sollicitée dans des conditions de temporalité similaires vis-à-vis du produit/service délivré.	Traçabilité des dates de sollicitation	Vérification de la traçabilité Vérification des dates de sollicitation
3	L'organisme met en œuvre des dispositions adaptées pour identifier du point de vue client : <ul style="list-style-type: none"> - Les caractéristiques du produit/service les plus importantes - Les efforts, irritations et enchantements qui peuvent caractériser l'expérience client 	Partie dédiée du questionnaire Etude spécifique Retours d'expérience/Verbatim Analyse de l'expérience client	
4	La direction de l'organisme est impliquée dans le processus, en particulier lors des étapes d'analyse des résultats et de décision des actions qui en découlent.	Compte-rendus de revue de Direction	
5	Le recours à des éventuels prestataires fait l'objet d'un contrat qui fait référence, suivant le périmètre, aux éléments minimums suivants : <ul style="list-style-type: none"> - Objectif et utilisation des enquêtes - Champ de l'enquête (Objet et cible) - Méthodologies envisagées (techniques d'enquête, taille et définition de l'échantillon, ...) et contrôles prévus. - Modalités de restitution des résultats - Règles de confidentialité 	Eléments formels (contrat, convention, bon de commande...)	Identification des prestataires éventuels impliqués dans le processus Vérification des éléments contractuels

SPECIFICATION 2		Le champ et la cible de l'enquête sont adaptés aux activités de l'organisme.	
N°	Exigence	Exemples de preuves	Modalités de contrôle
6	Le champ de l'enquête aborde les caractéristiques principales : <ul style="list-style-type: none"> - Du produit/service délivré par l'organisme - De l'expérience client lorsque cela est pertinent 	Questionnaire(s) Justification des éventuelles restrictions de champ	Interview pour identifier la nature exacte des services délivrés Vérification du contenu du/des questionnaire(s)
7	La cible de l'enquête est déterminée en amont du processus. Elle est constituée de l'ensemble des clients de l'organisme ou d'un échantillon représentatif.	Description de la cible	Vérification de la cible déterminée et vérification de sa représentativité
8	Dans le cas de la sollicitation d'un échantillon, celui-ci est prélevé d'une des deux manières suivantes : <ul style="list-style-type: none"> - Aléatoire (tirage au hasard) - Dans le respect de quotas représentatifs lorsque l'organisme est en mesure de caractériser ses clients 	Explication/Description de la méthode	Vérification de la méthode de prélèvement dans le cas de la sollicitation d'un échantillon
9	Une sollicitation directe est réalisée par l'organisme à destination de la cible déterminée pour l'enquête.		Interview pour identifier les modes de sollicitation Vérification des éléments de sollicitation
10	Chaque client « hors cible » a la possibilité de participer à l'enquête sans avoir été directement sollicité. Les clients sont informés de cette possibilité de manière adaptée.	Support d'information du client	Vérification de l'existence et de la pertinence du dispositif

SPECIFICATION 3		Le questionnaire est compréhensible par le destinataire, pertinent et n’induit pas de biais.	
N°	Exigence	Exemples de preuves	Modalités de contrôle
11	Le questionnaire comprend une partie quantitative	Questionnaire(s)	Vérification du/des questionnaire(s)
12	Le questionnaire comprend une partie qualitative		
13	La formulation des questions est accessible et sans ambiguïté. En particulier les tournures négatives, les questions doublées ou les questions orientées sont absentes.		
14	Les questions à échelle d’attitude s’appuient sur des échelles verbales ou chiffrées avec ou sans point médian.		
15	Lorsque le questionnaire est long, il est globalement élaboré en entonnoir, depuis les questions générales vers les questions plus spécifiques pour ne pas favoriser les biais.		
16	Une question dédiée, permettant de calculer l’indicateur de recommandation, est présente. Cette question s’appuie sur une échelle verbale sans ambiguïté pour différencier les clients qui recommandent l’organisme des autres clients.		

SPECIFICATION 4		Les méthodes de recueil et de traitement favorisent des retours exploitables et respectueux de la confidentialité.	
N°	Exigence	Exemples de preuves	Modalités de contrôle
17	Les méthodes sont suffisamment stables dans le temps pour permettre une analyse comparative des résultats dans la continuité	Versions précédentes du/des questionnaire(s)	Vérification des modification du/des questionnaire(s)
18	Les méthodes de recueil permettent un taux de retour significatif et maîtrisé	Taux de retour	Vérification du taux de retour Vérification de l'importance accordée au taux de retour et des actions liées
19	Le processus permet la traçabilité des retours. Chaque retour peut être raisonnablement authentifié. Les éléments d'authentification sont conservés à minima 13 mois.	Retours de questionnaire(s) et à minima sur les 13 derniers mois (ou tout l'historique si inférieur à 13 mois)	Vérification des retours d'enquête
20	La confidentialité des données à caractère personnelle est planifiée en conscience de la réglementation en vigueur	Registre des traitements	Vérification documentaire
21	Le processus de traitement des données permet d'assurer leur intégrité.	Données recueillies	Vérification de l'intégrité des données Vérification de la prise en compte dans les dispositions d'organisation

SPECIFICATION 5		L'analyse des résultats est méthodique, formalisée et prise en compte en interne.		
N°	Exigence	Exemples de preuves	Modalités de contrôle	
22	Le support de restitution consiste en une mise en forme claire et synthétique des données recueillies, facilitant l'interprétation.	Support(s) de restitution	Vérification du/des support(s) de restitution	
23	Le support de restitution comprend des éléments d'analyse (causes directes, contexte ...) et ne se contente pas de commenter les résultats			
24	Le support de restitution intègre : <ul style="list-style-type: none"> - Le taux de retour, - Des indications sur les retours partiels - Des indications relatives aux marges d'erreur statistiques dans le cas de l'analyse d'échantillons. 			
25	L'analyse intègre l'évolution des résultats dans le temps			
26	Les résultats de l'analyse et les actions qui en découlent sont communiqués en interne aux fonctions appropriées	-	Interview	des fonctions concernées
27	La communication faite par l'organisme sur sa performance est conforme aux règles d'utilisation du Label et n'induit pas d'ambiguïté pour les parties prenantes.			

SPECIFICATION 6		Les insatisfactions manifestes sont prises en compte. Suite à l'analyse, des actions adaptées sont planifiées et mises en œuvre.	
N°	Exigence	Exemples de preuves	Modalités de contrôle
28	L'organisme détermine les seuils et/ou spécificités d'un retour d'enquête pouvant être caractérisé de non-conformité	Caractérisation d'une non-conformité	Vérification des critères retenus Interview des fonctions concernées
29	L'organisme propose un dispositif permettant à tous ses clients et prospects d'émettre une réclamation formelle	Dispositif de réclamation	Vérification du caractère opérationnel du dispositif
30	Les non-conformités et réclamations sont analysées, notamment en identifiant leurs causes, et font l'objet d'une réponse dans un délai adapté.	Non-conformités et réclamation reçues Réponses émises	Vérification des éléments d'analyse et de réponse
31	Des actions sont planifiées et mise en œuvre de façon adaptée pour, au regard des résultats : <ul style="list-style-type: none"> - Améliorer les caractéristiques des produits/services délivrés - Améliorer l'expérience client 	Plan d'action	Vérification du plan d'action
32	La pertinence du dispositif est maintenue dans le temps, notamment au regard des opportunités et des faiblesses identifiées.	-	Vérification des évolutions du dispositif

SPECIFICATION 7		L'indicateur de recommandation présente un résultat supérieur ou égal à 90%.	
N°	Exigence	Exemples de preuves	Modalités de contrôle
33	L'indicateur de recommandation est défini sans ambiguïté et valorise un positionnement positif quant à la recommandation de l'organisme. Il est exprimé en pourcentage de la cible sollicitée.	Questionnaire(s) Indicateur	Vérification des modalités de calcul
34	L'organisme doit spécifier et obtenir un objectif à minima de 90% de taux de recommandation. Cet objectif doit être communiqué aux parties prenantes pertinentes. Si l'objectif n'est pas atteint, l'organisme doit de façon dérogatoire démontrer l'efficacité de sa démarche par : <ul style="list-style-type: none"> - Un taux de recommandation supérieur ou égal à 80% - L'absence d'insatisfactions client récurrentes dont les causes manifestes ne sont pas-traitées - Un travail spécifique et adapté sur l'expérience client (Voir critère 3) - <p style="color: red; font-style: italic;">Cette dérogation ne peut être invoquée plus de deux fois consécutivement et peut entraîner un usage restreint de la marque ControlCERT conformément aux règles d'utilisation.</p>	Indicateur et historique Toutes formes de retours qualitatifs de clients (avis, réclamations, retour d'enquêtes, commentaires, compte-rendu de réunions...) Plans d'action	Vérification des résultats obtenus Recherche des canaux d'information disponibles et consultation

7. Lexique

N°	Terme / Expression	Définition
1	Satisfaction / insatisfaction	Opinion d'un client résultant de l'écart entre sa perception du produit ou service consommé et ses attentes
2	Enquête de satisfaction	Catégorie d'étude permettant de recueillir auprès des clients, de manière rigoureuse et structurée, leurs attentes et leur niveau de satisfaction
3	Réclamation	Expression de mécontentement formulée par un client à l'égard de son fournisseur
4	Solliciter	Contacteur de manière directe et explicite quant au retour attendu
5	Dispositif d'enquête	Ensemble des moyens humains, techniques et organisationnels destinés à la planification et à la réalisation de l'enquête de satisfaction
6	Champ (de l'enquête)	Etendue des sujets abordés
7	Cible (de l'enquête)	Destinataires identifiés

8. Plan d'audit tierce partie

Le label est délivré par SARL ControlCERT après audit par le certificateur mandaté. La liste des détenteurs du label est tenue à jour sur le site du référentiel.

Le label CONTROLCERT est délivré à chaque établissement pour une durée de 3 ans, suite à un audit initial d'une durée de 3 heures sur site, et sous réserve du résultat lors des 2 audits de suivi annuel. A l'issue des 3 ans, un audit de renouvellement permet de décider de la prolongation du label. Cet audit doit être programmé de telle sorte que l'ensemble du processus de labellisation puisse être mis en œuvre avant échéance du label en cours.

L'audit porte sur les prérequis (voir chapitre 5) et l'ensemble des spécifications et critères (voir chapitre 6). L'organisme candidat doit prendre les dispositions nécessaires pour que l'audit puisse être réalisé dans de bonnes conditions dont : Accès aux fonctions et personnels impliquées dans le processus de mesure de la satisfaction, Accès aux preuves de conformité sur la période auditée.

Pour chaque critère, l'organisme doit démontrer sa conformité à l'auditeur missionné. Après étude des éléments à sa disposition (documents, explications par les personnes auditées), l'auditeur établit le niveau de conformité de chaque critère :

Sigle	Niveau de conformité	Détail
C	Conforme	Le critère est satisfait. Un commentaire succinct caractérise la conformité
PS	Point sensible	Le critère est partiellement satisfait, démontré de manière incomplète ou présente un risque de dérive important. L'organisme doit évaluer la nécessité d'une action. Le point sera particulièrement observé lors de l'audit suivant
PP	Piste de Progrès	Le critère est satisfait. Il existe toutefois une menace ou une opportunité notable qui pourrait induire un écart futur ou un potentiel point fort. L'organisme a tout loisir d'étudier ou non l'opportunité d'une action.
PF	Point fort	Le critère est satisfait et une valeur ajoutée supplémentaire est effective. L'organisme peut capitaliser sur ce critère. Lors du prochain audit, si les dispositions identifiées perdurent et qu'aucun écart (NC, PP, PS) n'est stipulé, le critère sera noté en PF.
NC	Non-conformité Majeure	Le critère n'est pas satisfait. L'organisme doit analyser l'écart au critère pour mener une action corrective et compléter une fiche de non-conformité qu'elle soumettra à l'auditeur pour solliciter sa clôture.

L'auditeur formalise ses constats sur la grille d'audit (FOR001) qui, complétée, constituera le rapport d'audit remis à l'organisme candidat. L'auditeur mentionne explicitement sur le rapport le taux de recommandation retenu. La conclusion statue sur la recommandation de l'auditeur pour l'obtention ou non du label.

Deux cas sont possibles :

- 1) L'organisme satisfait à l'ensemble des critères d'audit (aucun critère n'est évalué non-conforme)
→ L'organisme est admissible au label. Une attestation de conformité (Document FOR002) est délivrée et l'organisme peut utiliser la marque CONTROLCERT dès réception de l'attestation.
- 2) Un ou plusieurs critères d'audit sont évalués en Non-conformité.
→ L'organisme est admissible sous réserve de la levée des non-conformités dans un délai de 90 jours. Suivant la nature de la / des non-conformité(s), un audit complémentaire peut-être nécessaire pour lever les écarts.

La décision finale revient au comité d'attribution qui autorise ou non la délivrance de l'attestation de conformité, le cas échéant après la période de levée des écarts.

9. Utilisation de la marque CONTROLCERT

L'organisme peut, dès lors que l'attestation de conformité est obtenue et en cours de validité, utiliser les logotypes de labellisation.

Toute communication sur la labellisation CONTROLCERT se fera dans le respect des dispositions légales et contractuelles, ainsi que du règlement d'utilisation de la marque CONTROLCERT, disponible sur demande et accessible sur le site du label. La marque est immuable dans sa structure et dans ses couleurs. En aucun cas, elle ne peut être redessinée ou adaptée.