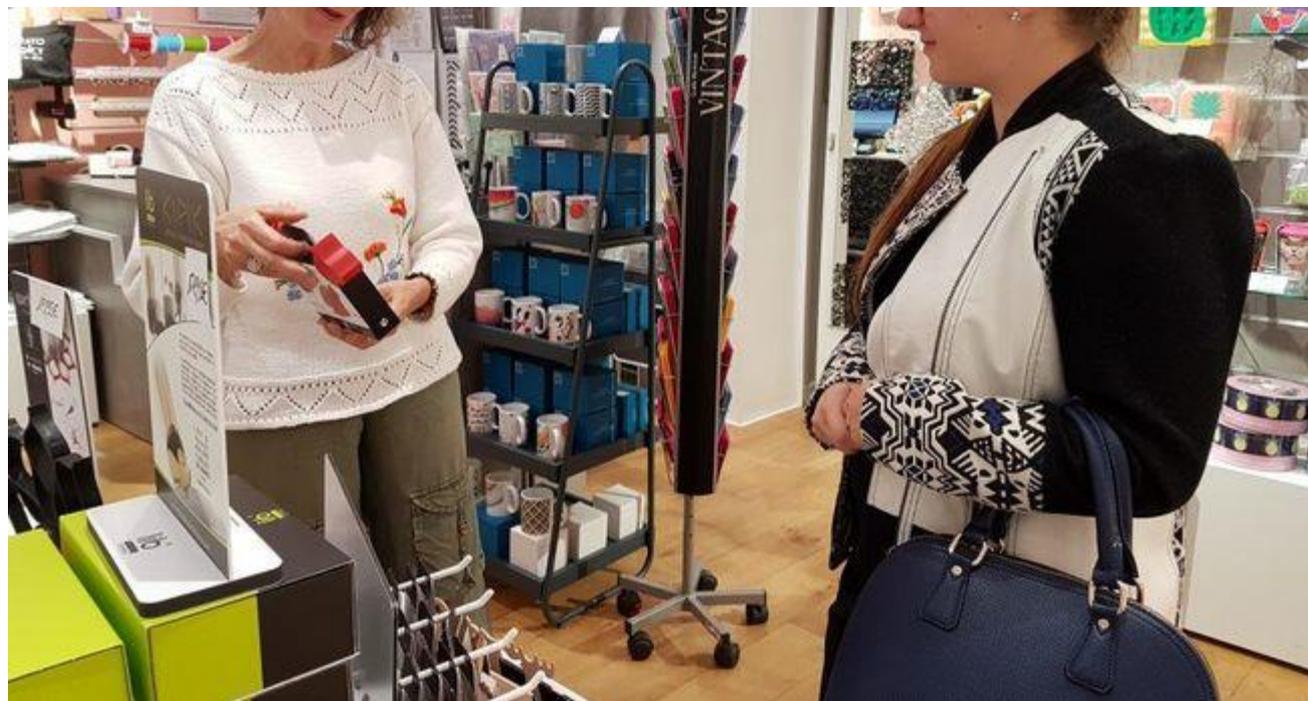


Publié le 16/08/2017 à 03:49, Mis à jour le 16/08/2017 à 08:34

Grands reportages sur TF1 : elle teste en secret les magasins toulousains



Charlène cliente mystère découvre la boutique Mamzel Zaza rue des Tourneurs./ Photo DDM

Charlène est enquêtrice mystère pour la société toulousaine Vitalis Consulting, spécialisée en démarche qualité clients. Régulièrement, elle se rend incognito dans des commerces de la ville pour faire un point sur les prestations à améliorer.

Nous l'avons suivie chez Mamzel Zaza, une enseigne dans la décoration de la rue des Tourneurs. «Sans me faire connaître, je joue la cliente, explique Charlène. J'évalue l'accueil, l'ordre, la propreté du magasin mais aussi le conseil et la prestation fournis par le commerçant». Un rapport est ensuite rédigé et transmis à Vitalis Consulting avec les points forts et ceux à revoir. Avant de remettre le résultat au commerçant, une cellule de qualité analyse l'ensemble. Au professionnel ensuite de décider d'un plan d'action pour améliorer sa façon de travailler et valoriser son commerce.

Ce jour-là, l'enseigne testée donne plutôt satisfaction. «Quelques détails sont à revoir, exprime la commerçante qui apprécie la méthode du client mystère. Aujourd'hui le commerce est dur, il faut être au top. Et se juger soi-même peut impliquer des erreurs. Une clientèle mystère est forcément plus objective».

Doper le chiffre d'affaires des commerces indépendants

Aucune obligation n'est bien sûr au cœur de ce concept. «Dernièrement nous avons travaillé avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Toulouse (CCI) sur un programme d'enquêtes mystères pour une série de commerces indépendants toulousains comme Bobine, Toulouse Stylo ou encore Mod'In, explique Camille Boudie, responsable marketing à Vitalis Consulting. Les magasins qui le désirent et qui ont envie de perfectionner leur activité, s'inscrivent sur ce programme de visite. En ignorant bien sûr le jour, l'heure et l'identité de la cliente mystère». Arthur Arlet, responsable de la chaîne de restauration Duck Me, a fait appel

à cet audit en 2016 sur les conseils de la CCI : «C'est très enrichissant. On voit les petites erreurs à éviter. On peut toujours faire mieux».

Particulièrement bien fait, l'audit n'hésite pas, d'après M. Arlet, à tirer un peu sur la corde pour voir si le professionnel est attentif aux moindres désirs du client. Un système qui pourrait peut-être doper le chiffre d'affaires des commerces indépendants souvent «noyés» par les chaînes et les réseaux.

<http://www.ladepeche.fr/article/2017/08/16/2628389-elle-teste-en-secret-les-magasins-toulousains.html>