

Louvain School of Management

**« Mesurer la Satisfaction des
clients d'un restaurant self-service
d'entreprises »**

Auteur : GERARD Arnaud
Promoteur(s) : Sinigaglia Nadia
Année académique 2020-2021
Master en sciences de Gestion en horaire décalé

Résumé

A travers ce mémoire-recherche, nous allons répondre à une question de recherche qui s'intitule « mesurer la satisfaction d'un restaurant self-service ». Pour ce faire, il s'est avéré nécessaire de procéder par étape.

Premièrement, nous allons rédiger une introduction qui expliquera en détail notre travail. Ensuite, nous exposerons la problématique que rencontre ce restaurant d'entreprise.

Deuxième, nous présenterons brièvement le restaurant : son origine, son activité, sa méthode de travail.

Troisièmement, nous analyserons des revues scientifiques qui nous permettront de répondre au mieux à notre question de recherche.

Enfin, nous terminerons ce travail par une étude de terrain. Lors de celle-ci, nous allons interviewer des clients du restaurant afin de connaître leur niveau de satisfaction par rapport aux services proposés.

Remerciements

Avant d'entamer la lecture de mon mémoire, je vous propose de lire ses quelques lignes où je remercie les personnes qui m'ont suivi car c'est grâce à cela que mon projet a pu être mis en place.

Je voudrais remercier ma promotrice Madame Sinigaglia Nadia de m'avoir soutenu dans le choix de mon sujet, de m'avoir suivi dans mon projet et également de m'avoir aidé lorsque je rencontrais des difficultés.

Ensuite, j'aimerais remercier mes parents de m'avoir soutenu dans mes moments de doutes.

Pour finir, j'aimerais remercier mon patron de la fiduciaire Monsieur Hallak d'avoir pris le temps de répondre à mes questions

Avant-propos

Dans le cadre de notre formation à UCLouvain FUCaM Mons, nous sommes amenés à effectuer une étude qualitative de restaurant d'entreprise en fin de cursus dans le but de l'obtention du master en science de gestion couronnant nos efforts pendant deux années académiques.

C'est dans cette perspective que nous avons jeté notre dévolu sur la mesure de la satisfaction d'un restaurant self-service d'entreprises.

Ce choix se justifie par le vif désir de mener une étude profonde et détaillée des exigences du marché de la restauration et du bon développement d'un restaurant d'entreprise.

Table des matières

1 Introduction générale	5
2 Partie 1 : Contexte	6
2.1.1 La problématique	6
2.1.2 Présentation du self-service	6
2.1.3 La Mission de Fresh Bar	7
2.1.4 La Vision de Fresh Bar	7
2.1.5 Les Valeurs de Fresh Bar	8
2.1.6 Les clients	8
2.1.7 L'organisation	9
2.1.8 Le fonctionnement du self-service	9
2.1.9 La relation entre le personnel et le client	9
2.1.10 Les heures d'ouverture	10
2.1.11 Les 4 P	10
3 Partie 2 : la revue littérature	12
3.1 Marketing des services	12
3.1.1 Introduction	12
3.1.2 Définition d'un service	13
3.1.2.1 Les différentes caractéristiques de la notion de services	13
3.1.3 Le marketing relationnel	15
3.1.3.1 Le marketing transactionnel	15
3.1.4 Le database marketing	15
3.1.5 Le marketing interactif	16
3.1.6 Le marketing de réseau	16
3.1.7 Les clients : un atout essentiel dans le processus de production	17
3.1.8 La motivation du consommateur dans le processus de production	18
3.1.9 Les attentes des consommateurs par rapport aux services	18
3.1.9.1 Le service désiré	19
3.1.9.2 Le service adéquat	19
3.1.9.3 Le niveau de service prédit	19
3.1.9.4 La zone de tolérance	19
3.1.10 La relation entre le client et le prestataire	20
3.1.10.1 Le service haut contact et le service bas contact	21
Les services "High contact"	21
Les services "Low contact"	21
4 Les concepts de satisfaction et de qualité d'un service	22

4.1	Définition de la satisfaction.....	22
4.2	Les éléments qui ne font pas partie de la satisfaction.....	23
4.3	Les attentes	23
4.4	Théorie de la confirmation des attentes.....	24
5	La qualité d'un service	25
5.1	Définition de la qualité perçue.....	26
5.2	La qualité en tant qu'attitude	26
5.3	Le modèle SERVQUAL.....	27
5.4	Les difficultés à mettre en place le modèle SERVQUAL	28
5.5	L'approche analytique des performances de l'entreprise pour mesurer la qualité d'un service par le SERVPERF.....	28
5.6	Modèle SERVQUAL versus Modèle SERVPERF	29
6	La fidélisation des clients	29
7	Partie 3 : Réalisation d'une étude qualitative existante à mesurer la qualité de service d'un restaurant self-service	30
7.1	Introduction.....	30
7.2	Résumé des enjeux de ce travail de fin d'étude	30
7.3	Description du recueil de données.....	31
7.3.1	Méthode de recherche des données	31
7.3.2	Construction des guides d'entretiens et analyse	31
7.3.3	Limites de l'échantillon	33
7.3.4	Le déroulement des interviews.....	33
8	Présentation des résultats.....	34
8.1	Introduction.....	34
8.2	Résultats de l'enquête.....	34
8.2.1	Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres.....	35
8.2.1.1	Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement.....	35
8.2.1.2	Thème 1 : La pause déjeuner idéale.....	36
8.2.1.3	Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative	38
8.2.1.4	Thème 3 : Evaluation de la qualité de service proposé par "Fresh Bar"	39
8.2.1.5	Thème 4 : Points d'amélioration et intention de recommander l'établissement.....	44
8.2.1.6	Synthèse	45
8.2.2	Les clients potentiels du restaurant d'entreprise	46
8.2.2.1	Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement.....	46
8.2.2.2	Thème 1 : La pause déjeuner idéale.....	47
8.2.2.3	Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative	47

8.2.2.4Thème 3 : Degré de connaissance de Fresh Bar et raison de non fréquentation de l'établissement	48
8.2.2.5Synthèse	49
8.2.3Recommandations.....	49
9 Conclusion générale.....	50
10 Bibliographie	52

Liste des Figures et tableaux

Tableau n°1 : les avantages et inconvénients des prises des commandes.....	9
Figure 2.2 : Facteurs influençant les attentes des client.....	18
Figure 1 : Hiérarchies des attentes.....	24
Figure 2 : Le paradigme de la disconfirmation.....	25
Figure 12.3 : La roue de la fidélité.....	30
Tableau n°2 : Questionnaire final afin de mesure qualitativement le restaurant d'entreprise « Fresh Bar »... ..	130

Liste des Annexes

11 Les Annexes.....	57
11.1Présentation de l'échantillonnage	57
11.2Déroulement de l'entretien	58
11.2.1Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres.....	58
11.2.2Les clients potentiels du restaurant d'entreprise	58
11.2.3Les membres du bâtiments EEBIC et clients externes qui ne sont plus clients du restaurant d'entreprise	59
11.3Guide d'entretiens.....	59
11.4Les interviews	70
11.4.1Informant n°1	70
11.4.2Informant n°2	75
11.4.3Informant n°3	81
11.4.4Informant n°4	86
11.4.5Informant n°5	89

11.4.6Informant n°6	92
11.4.7Informant n°7	97
11.4.8Informant n°8	102
11.4.9Informant n°9	108
11.4.10Informant n°10	113
11.4.11Informant n°11	119
11.4.12Informant n°12	124
11.4.13Informant n°13	126
12 Questionnaire final à proposer aux clients de Fresh Bar afin de mesurer régulièrement la qualité de service du restaurant « fresh Bar »	130

1 Introduction générale

Actuellement, beaucoup d'entreprises sont de plus en plus attentives à la qualité des produits qu'elles proposent. Aussi, ces dernières années le développement marketing et la publicité n'ont cessé d'évoluer, soutenus par la technologie. Les avancées technologiques, l'influence des réseaux sociaux et des organismes audiovisuels permettent de sensibiliser un plus grand nombre de consommateurs ou futurs consommateurs dans leurs achats de biens et services. C'est aussi le cas du restaurant « Fresh Bar » qui a pu se faire connaître auprès de sa clientèle grâce aux réseaux sociaux.

L'objectif de ce mémoire est de réaliser une évaluation de la qualité des services proposés par le restaurant d'entreprise "Fresh Bar" et de mesurer le niveau de satisfaction de la clientèle à l'égard de ce service.

La première partie de ce travail de fin d'étude sera consacrée à la définition de la problématique rencontrée par ce restaurant. Afin de planter le décor, nous présenterons, en premier lieu, l'entreprise et ses origines. Ceci aura pour but de mettre en avant les éléments clés nous permettant de réaliser une analyse approfondie de l'entreprise par le biais d'une étude qualitative qui fera l'objet de la troisième partie de ce mémoire.

La deuxième partie consistera en une revue détaillée de la littérature qui traitera des points suivants : le concept de service, le marketing des services et les attentes des clients par rapport aux services proposés par un restaurant.

Ensuite, nous exposerons les modèles "SERVQUAL et SERVPERF" de manière à mettre en évidence les principaux déterminants de la qualité de service perçue.

Dans la troisième partie de ce travail, nous réaliserons une étude qualitative approfondie de manière à collecter les avis des consommateurs et leur degré de satisfaction quant aux services proposés par le restaurant d'entreprise.

Enfin, pour conclure cette étude, nous mettrons en évidence un certain nombre de recommandations et explications pratiques, et proposerons une ébauche de questionnaire à proposer à l'entreprise, de manière à ce que celle-ci puisse procéder de manière régulière à l'évaluation de la qualité des services qu'elle propose.

2 Partie 1 : Contexte

Dans la première partie de ce travail de fin d'études, nous allons définir la problématique du restaurant « Fresh Bar ». Ensuite nous passerons à la présentation de celui-ci et aborderons, pour ce faire, différents points tels que : son origine, sa mission sa vision et ses valeurs, le type de clientèle, son mode actuel de fonctionnement et nous clôturerons par l'explication des 4P. Les 4P désignent traditionnellement les 4 politiques comprises dans le plan de marchéage ou "marketing mix" en anglais à savoir : le prix, la place, la promotion et le produit.

2.1.1 La problématique

Le restaurant self-service "Fresh Bar" est un jeune restaurant d'entreprise se situant à Anderlecht près de l'hôpital d'Érasme qui a débuté ses activités au courant du mois de mai 2019.

Après seulement neuf mois d'activité, la crise sanitaire du covid-19 a, comme c'est le cas pour bon nombre d'entreprises, chamboulé la progression et le bon développement de ce nouveau restaurant.

Par le biais de ce travail, nous allons réaliser une évaluation de la qualité des services proposés pour le restaurant d'entreprise « Fresh Bar » telle que perçue par les clients.

L'objectif de cette évaluation est d'aider le gérant à connaître les avis de ses clients sur la qualité du service proposé et de déterminer si cette dernière doit être améliorée et dans l'affirmative, comment elle doit l'être.

Cette amélioration doit pouvoir se faire tout en limitant les impacts financiers en raison de la crise sanitaire qui a mis à mal la trésorerie de la société.

2.1.2 Présentation du self-service

La société "Fresh Bar" a commencé ses activités le 24 avril 2019. Elle se situe à l'Allée de la recherche, 12, 1070 Anderlecht.

Le restaurant s'est installé dans un bâtiment regroupant plusieurs entreprises et a l'avantage d'être à proximité de l'hôpital d'Érasme ainsi que d'autres entreprises extérieures.

Il convient de noter qu'avant que la société "Fresh Bar" ne commence ses activités à cet emplacement, la société précédente est tombée en faillite. Cet ancien "snack-bar" proposait essentiellement des sandwiches, mais pas de plats cuisinés ou un système de buffet comme le fait actuellement la société "Fresh Bar".

"Fresh Bar" a voulu se diversifier par rapport à son prédécesseur en se lançant dans le self-service d'entreprises et en proposant une plus grande variété au niveau de son offre telle que : plats chauds, plats froids, desserts, un buffet préparé par le chef, essentiellement des plats issus de la gastronomie française et italienne.

Un des atouts de cette société est qu'elle est performante au niveau de la communication : Facebook, Instagram, le site web et les publicités sont constamment remis à jour. Le bouche-à-oreille s'est bien également bien développé depuis son ouverture.

L'avantage réside également dans le fait que les clients peuvent s'installer dans la salle pour prendre leur repas. Après un an, la société a déjà attiré une clientèle qu'elle perçoit comme fidèle et satisfaite. L'objectif de ce travail de fin d'études est de vérifier dans quelle mesure celle-ci l'est réellement et de quelle manière le restaurant "Fresh Bar" pourrait encore améliorer la qualité de ses services.

2.1.3 La Mission de Fresh Bar

La mission d'une entreprise peut être définie en se posant les questions suivantes : « Quelle est notre raison d'être », « Quel est notre métier ? », « Qui sommes-nous ? », « Que faisons-nous ? » (Sinigaglia, 2020-2021).

La mission sert à garantir une cohérence stratégique en donnant du sens aux décisions prises, et aussi de trouver les mots pour motiver les personnes à atteindre un but.

La mission de Fresh Bar « *est d'offrir aux clients des produits variés et frais* ».

C'est un atout pour eux de pouvoir travailler le produit fraîchement acheté pour le présenter dans nos buffets. Le leitmotiv du restaurant est la fraîcheur.

2.1.4 La Vision de Fresh Bar

La vision est un réel atout stratégique pour l'entreprise, elle permet de fixer des ambitions parfois démesurées pour le futur par rapport à sa situation actuelle et des ressources qu'elle a actuellement en sa possession.

Et pour atteindre cet objectif, il faut se poser la question suivante « Que voulons-nous devenir ? Où allons-nous ? » (Sinigaglia, 2020-2021)

Sa vision à moyen terme est de « *développer plusieurs activités connexes, comme les livraisons de soupe fraîche aux entreprises, un food truck avec des pâtes fraîches, et peut être dans un avenir plus lointain, un four à pizza* ».

2.1.5 Les Valeurs de Fresh Bar

Pour bien comprendre les valeurs fondamentales, il faut se poser la question « De quelle manière doit-on agir ? » (Sinigaglia, 2020-2021).

Les valeurs sont des repères reprenant des principes fondamentaux qui donnent du sens pour assurer le fonctionnement de l'entreprise et les comportements des Hommes qui la composent.

Ses valeurs sont principalement « *la politesse, la qualité des plats et une proximité avec notre clientèle* ».

2.1.6 Les clients

Les clients sont répartis en deux segments, les clients internes et externes :

Les clients internes :

Concerne toutes les entreprises situées à l'intérieur du bâtiment, ce bâtiment regroupe des sociétés dans divers domaines d'activités :

- Le secteur de la comptabilité
- Le secteur de l'informatique et de la consultance
- Des médecins spécialisés
- Des entreprises dans le secteur de la logistique

Les clients externes :

Ce sont toutes les entreprises situées en dehors du bâtiment :

- Le personnel de l'hôpital d'Érasme
- Toutes les entreprises dans un rayon de 500 mètres
- Les étudiants de l'ULB de l'hôpital d'Érasme

Pour le "Fresh Bar" tous les clients sont privilégiés. Il n'y a pas de distinction entre les clients internes et externes car l'objectif est de maximiser la clientèle dans ces deux segments.

2.1.7 L'organisation

L'entreprise est constituée de trois personnes, dont deux employés et un gérant. Il n'y a pas de distinction entre les deux postes d'employés. Ils remplissent tous deux les mêmes tâches, à savoir : la préparation des commandes et la gestion de la caisse.

Le gérant, qui est un peu le chef d'orchestre, prépare les plats chauds mais aussi les plats communément appelés "plats du chef" qui nécessitent généralement une certaine recherche dans les aliments choisis ainsi que dans la préparation de la recette.

2.1.8 Le fonctionnement du self-service

Pour la préparation des repas, il y a une seule cuisine. Pour obtenir un meilleur rendement, le chef de cuisine demande à ses clients de commander des sandwiches ou des plats chauds à partir de 10h30. De cette manière, le chef a le temps de les préparer et les clients n'attendent pas trop longtemps au moment de prendre leur repas.

Pour résumer, on peut faire un petit tableau qui reprend l'organigramme de la préparation des repas :

Tableau n°1 : les avantages et inconvénients des prises des commandes

<i>Commander à partir de 10h</i>		<i>Commander à partir de 12h</i>	
Avantages	Inconvénients	Avantages	Inconvénients
-rapide -commande prête pour 12h -produits encore en stock	- beaucoup trop de commandes à préparer et risque d'oublier de préparer certaines commandes	-repas chaud -découvertes du buffet du jour	-le temps d'attente éventuelle -la rupture de stock

À ce jour on ne peut pas calculer le nombre de repas chauds ou sandwiches servis par jour. En effet, le gérant n'a pas eu le temps de faire un inventaire précis de sa production. Tout ceci a été impacté par la crise sanitaire du Covid-19 et les mesures de confinement strictes dans son domaine d'activité.

2.1.9 La relation entre le personnel et le client

Le personnel a un rôle essentiel dans la communication avec les clients. Il constitue le premier contact avec ces derniers. Il peut arriver que le client soit hésitant sur son choix ou ait besoin d'un conseil pour choisir son repas. Les clients ont besoin d'être rassurés et conseillés.

2.1.10 Les heures d'ouverture

Du lundi au vendredi : 09h00 à 15h45

Le samedi : Fermé

Le dimanche : Fermé

2.1.11 Les 4 P

Les 4P est un atout indispensable pour créer un équilibre pour l'entreprise et de séduire un maximum de clients, les caractéristiques de 4p reprise ci-dessous (Kervyn De Meerendré, 2018-2019) Les "4P" sont un atout indispensable pour créer un équilibre pour l'entreprise et séduire un maximum de client. Ses caractéristiques sont reprises ci-dessous (Kervyn De Meerendré, 2018-2019) :

- **Produit** : c'est un ensemble de décisions ou des actions prises sur le produit pour donner satisfaction au client. Les décisions prises par l'entreprise reprennent les caractéristiques techniques d'un produit ;
- **Prix** : instaurer une politique de prix lors du lancement du produit, cibler le bon prix à l'initial est un élément stratégique de base à prendre en considération ;
- **Promotion** : regroupe toutes les actions de communication mises en place pour promouvoir la marque d'un service ou produit ;
- **Place** : mise en place des différents canaux de distribution en fonction du produit que propose l'entreprise.

Le Produit

Le petit-déjeuner :

- Différentes viennoiseries sont préparées (pain au chocolat, croissant, yaourts) ;
- Le personnel prépare lui-même le café, le chocolat chaud, le jus d'orange.

Le repas du midi :

- Il existe plusieurs variétés de sandwiches (américain, dagobert, poulet rôti, saumon, thon mayo, etc.) ;
- Le restaurant propose également une gamme de cornets de pâtes (gorgonzola, spaghettis avec ou sans haché, etc.) ;
- Les repas chauds qui varient en fonction des saisons ;
- Préparations du chef qui sont principalement des plats traditionnels que l'on mange le soir en famille (escalope Milanaise, Salade César, Poulet rôti, Cordon bleu, etc.). Les plats sont toujours accompagnés de légumes pour assurer un équilibre alimentaire ;

- Le gérant prépare lui mêmes les desserts (gâteaux au chocolat, tartes aux pommes, cake, Tiramisu) ;
- Les boissons (softs, vins, bières de plusieurs sortes).

Prix

Les prix varient en fonction de la commande du client.

Les sandwiches :

- Le prix est de 3,50 euros pour un américain et 5,00 euros pour un sandwich au saumon

Les pâtes :

- Les cornets de pâtes gorgonzola et les spaghettis sont tarifés à 6 euros pour 500 grammes

Les repas chauds :

- Le prix des plats chaud varie entre 10 euros et 15 euros et sont calculés en fonction du poids de l'assiette et des aliments choisis.

Les desserts :

- Généralement les prix sont assez stables avec un prix de 3 euros pour un gâteau ou un morceau de tarte.

Les boissons :

- Les prix pour un soft sont de 2,20 euros et varient entre 3 et 10 euros pour les alcools (bière, vin rouge, vin blanc, vin rosé).

Place

Comme déjà expliqué brièvement ci-dessus, le restaurant self-service se trouve dans un bâtiment regroupant plusieurs sociétés. Ce bâtiment est composé de trois étages ainsi qu'un garage au sous-sol. Le self-service se trouve à droite de la réception ou de l'accueil.

Publicité

C'est un des points les plus intéressants des quatre "P". Le gérant est très actif dans ce domaine et essaie en permanence d'actualiser son site web malgré la charge de travail conséquente. Pour plus de facilité, la gestion de cet aspect est déléguée à son épouse.

Facebook et Instagram sont les deux sites de référence pour faire connaître leur société et accroître leurs parts de marché.

3 Partie 2 : la revue littérature

Comme tout projet de recherche des marketeurs, notre étude adopte une démarche scientifique et débute par une revue de la littérature pour répondre au mieux à notre question de recherche.

Cette revue littérature aborde les thèmes suivants :

- L'analyse des différents types de marketing qui répondront au mieux à notre question de recherche ;
- La relation entre le prestataire et le client pour assurer la qualité de service ;
- Les différents concepts de satisfaction et de qualité d'un service ;
- L'analyse du modèle SERVQUAL et l'observation des dimensions qui se démarquent dans le cadre d'un restaurant d'entreprise et qui permettront de mesurer efficacement la qualité du service proposé.

3.1 Marketing des services

3.1.1 Introduction

Le marketing des services a souvent été négligé par le passé. Ce manque d'intérêt porté au marketing des services s'explique, d'une part, par le fait que les entreprises de services sont souvent de petite taille (coiffeurs, couturiers, etc.) mais également par le fait que certaines professions telles que les professions libérales (médecins, experts-comptables, réviseurs, etc.) ne peuvent pas, d'un point de vue déontologique, avoir recours au marketing pour se faire connaître.

En tant que consommateurs, nous consommons des services tous les jours (regarder la télévision, l'éclairage de notre maison, l'utilisation de notre GSM ou téléphone, des bus ou taxis pour effectuer nos déplacements et bien d'autres services prépondérants). Il arrive que ces consommateurs soient insatisfaits de la qualité et de la valeur ajoutée des services reçus (retard de livraison, personnel incompetent, horaire restreint, longues files d'attente, etc.).

Aujourd'hui les activités de service mettent en place des outils marketing plus performants afin de répondre au mieux aux besoins des consommateurs. À titre d'exemple, le contact par

téléphone et par email, qui permet aux clients d'avoir un suivi de leur demande sur un service particulier.

3.1.2 Définition d'un service

À l'origine, le terme service était associé au métier de servent : « *la mise à la disposition d'un maître vis-à-vis duquel il est corvéable à merci* » (Lovelock J. W., 2014). Plusieurs chercheurs en marketing ont associé ce terme de service à des définitions telles que « *aider quelqu'un* » (Lovelock J. W., 2014), « *adopter une attitude dans le but de faire plaisir ou de procurer des avantages* » (Lovelock J.W.,2014, pp.18). Les premières définitions de marketing emploient le mot "service" pour définir « *des actes, des performances, des usages ou efforts* » (Lovelock J.W.2014, pp.18), en opposition aux produits considérés comme des « *articles, matériels, objets ou de choses* » (Lovelock J. W., 2014,pp.18).

Nous pouvons donc constater qu'il existe une distinction entre les produits et les services.

« *Un service est une action ou une prestation offerte par une partie à une autre. Bien que le processus puisse être lié à un produit physique, la prestation est transitoire, souvent intangible par nature, et ne résulte pas normalement de la possession de l'un des facteurs de production.* » (Lovelock, 2014,pp.18).

« *Un service est une activité économique qui crée de la valeur et fournit des avantages aux consommateurs à un moment et en un lieu donné pour apporter le changement désiré, en faveur bénéficiaire du service* ». (Gronroos, , 2001,pp.18).

3.1.2.1 Les différentes caractéristiques de la notion de services.

Intangibilité

La première caractéristique d'un service est qu'on ne peut pas le toucher, et ni le voir. Il s'agit plus précisément d'un produit immatériel dont la grande difficulté est d'estimer son appréciation au premier coup d'œil (Kotler, 2017, pp.241).

En réalité la notion d'intangibilité reprend deux éléments. Premièrement, l'élément physique et ensuite l'impossibilité de le toucher ou de le voir.

Il est difficile d'imager le concept de service. De ce fait, pour réduire les incertitudes, on se focalise sur certains éléments tels que, le prix, les logos, les conseillers, les avis des consommateurs de services, le professionnalisme, la décoration des locaux. (Kotler, 2017, pp.241).

La mission principale du prestataire est de mettre le client dans un cadre de confort pour attirer son attention et obtenir en retour la confiance de celui-ci (Kotler, 2017, pp.241).

L'indivisibilité

Nous définissons l'indivisibilité d'un service comme ceci : « *Les biens matériels sont d'abord fabriqués, avant d'être stockés puis vendus en vue d'une consommation ultérieure. Les*

services, eux, sont tout d'abord vendus, avant d'être produits et consommés simultanément. C'est ce qu'on appelle l'indivisibilité des services. » (Kotler, 2017, pp.241). Kotler (2017) déclare également que l'interaction entre le client et le prestataire influence à égalité « *la délivrance correcte du service. »* (Kotler, 2017, pp.242)

La variabilité

La variabilité a trait au fait que : « *la qualité d'un service dépend aussi bien de celui qui le fournit que du lieu, du moment et de la manière dont il est fourni. »* (Kotler, 2017, pp.242)

Néanmoins, cette variabilité dans la réalisation d'une prestation de service peut être vérifiée de différentes manières :

- Investir dans du personnel qualifié et l'inscrire régulièrement à des formations pour maintenir et améliorer ses compétences ;
- Mettre en place une procédure des prestations de services à suivre et respecter ;
- Réaliser des enquêtes de satisfaction auprès des clients pour mesurer l'impact des recommandations obtenues et procéder à des améliorations.

La périssabilité

Un service ne fait pas l'objet d'un inventaire de stock (Kotler, 2017). Plus précisément, on ne peut pas le stocker. Prenons le cas d'un hôtel : toutes les chambres non louées sont perdues définitivement pour la période considérée. Quand notre courbe de demande assure une certaine stabilité, le problème de périssabilité ne se pose pas. A l'inverse, s'il y a des fluctuations, elle engendre différents problèmes au niveau de la disponibilité ou de l'indisponibilité de la réalisation des prestations services.

Dans le domaine de l'hôtellerie, en haute saison, il n'y a pas de chambres disponibles, inversement, en basse saison beaucoup de chambres ne sont pas louées.

Cependant, pour réduire cette fluctuation, plusieurs solutions peuvent être amenées : (Kotler, 2006) :

a) La demande

- Proposer des tarifs promotionnels afin de séduire une partie de la demande dans des périodes creuses ;
- Offrir des prestations complémentaires en basse saison, des prestations qui sortent du quotidien mais également offrir des services supplémentaires pour mettre le client dans une position de confort ;
- Vendre au dernier moment les places non vendues à un prix avantageux.

B) L'offre

- Engager du personnel supplémentaire pendant la période de haute saison ;
- Accroître la participation du client pour lui donner de l'importance dans le développement du service ;
- Dans les hautes saisons, limiter le service à l'essentiel.

3.1.3 Le marketing relationnel

Le plus souvent, on décrit le marketing relationnel (Libai, 2002) comme le point principal de la relation commerciale et durable entre le client et son prestataire. Brodie (2013) et Munro (2013) estiment qu'il existe quatre formes de marketing relationnel :

- Le marketing transactionnel
- Le database marketing
- Le marketing interactif
- Le marketing réseau

3.1.3.1 Le marketing transactionnel

Une transaction est un échange entre deux parties. On ne peut pas affirmer qu'une transaction est un acte relationnel parce-que pour construire une relation entre deux parties, il faut s'intéresser aux clients et instaurer une entente commerciale (Lovelock J. W., 2014).

Si, lors d'une transaction entre le client et le prestataire de services, aucun historique de l'achat effectué n'est gardé, l'on peut considérer qu'aucune relation mutuelle n'est entretenue. Cela pourrait signifier qu'il n'y a aucun attachement commercial avec le client (Lovelock J. W., 2014).

Cependant, il existe des exceptions à la règle. Prenons l'exemple du secteur automobile : lorsque le client achète des biens manufacturés auprès du fournisseur, il n'entretient pas forcément de relation avec le fabricant. Malgré cela, une relation peut être développée avec le client par l'intermédiaire du vendeur.

Cela vaut également pour d'autres secteurs tels que : « *la restauration* » (Prim, 2000).

3.1.4 Le database marketing

En ce qui concerne le database marketing, nous sommes toujours dans le cadre d'une transaction, mais la différence avec le marketing transactionnel est qu'il y a également un échange d'informations. En effet, les spécialistes du marketing utilisent des bases de données pour créer une relation avec les consommateurs. Ce type de marketing s'appuie sur la technologie pour créer des relations commerciales à long terme avec les clients en utilisant une communication à distance avec le vendeur.

La technologie sera utile pour :

- Cibler les clients actuels et potentiels et créer une base de données ;
- Envoyer des messages en fonctions des caractéristiques et des besoins des clients ;

- Suivre chaque client et identifier et comprendre leurs modes de vie et connaître le prix ou le cout qu'ils sont prêts à donner pour acheter un produit (Kotler, 2006)

3.1.5 Le marketing interactif

On peut définir une relation interactive comme une relation plus approfondie ou un contact physique, un dialogue en face à face ou encore « oreille à oreille » lors d'une conversation téléphonique (Lovelock J. W., 2014).

Le client accorde énormément d'importance à l'aspect social, il a besoin de contact, de se faire chouchouter comme un enfant, d'avoir le sentiment d'être quelqu'un d'important.

Le marketing interactif est observable dans les services B To B : deux entreprises se font mutuellement confiance et sont prêtes à développer une relation commerciale sur le long terme (Lovelock J. W., 2014).

D'un point de vue pratique, nous pouvons observer le cas d'un opérateur de télécommunication qui dialogue avec son client :

« Les clients réclamaient un dialogue continu dont l'objectif était la compréhension de leurs besoins, plutôt qu'un contact plus tactique qui leur vendrait l' « affaire du mois ». Les clients étaient également intéressés par la continuité du contact, désireux de dialoguer régulièrement avec une personne particulière. Ils passaient pratiquement vingt minutes à donner des informations sur leur entreprise et leurs besoins. Mais ayant investi ce temps, ils s'attendaient à ce que relation perdure » (Ventalon, 1996,pp.31-35), (Dreze, 1996,pp.77-86).

Actuellement les sociétés de services font de plus en plus appel à la technologie et le développement des sites web interactifs change complètement l'aspect social. Cela constitue un véritable défi marketing pour ces entreprises (Wolf, 1990)

3.1.6 Le marketing de réseau

On peut décrire le marketing réseau comme un intermédiaire qui met en relation deux personnes ayant un intérêt commun (Lovelock J. W., 2014). Ce type de marketing existe principalement dans une relation B To B : les entreprises développent des relations à long terme dans un réseau économique reprenant les fournisseurs, les consommateurs finaux, les intermédiaires, les pouvoirs publics, les concurrents, des clients de leurs clients. Souvent, au sein de la même enseigne ou entreprise, les équipes fournisseurs et clients participent ensemble pour atteindre les objectifs (Lovelock J. W., 2014).

Ces quatre types de marketing que nous venons d'exposer ne doivent pas forcément être tous d'application pour pouvoir développer une "relation client" à long terme. Tout dépend de l'entreprise et du secteur d'activité. Certaines entreprises peuvent atteindre leurs objectifs économiques avec des clients qui n'achètent pas régulièrement et d'autres entreprises fidéliseront leurs clients sur le long terme.

Gummesson décrit le marketing relationnel total comme suit :

Le marketing relationnel total est basé sur les relations, les réseaux et les interactions, soit un marketing globalement intégré à la gestion des réseaux de vente de l'entreprise, au marché et à la société. Il est orienté vers des relations à long terme, de type gagnant-gagnant, avec les clients, et la valeur est conjointement créée par les parties en présence (Gummesson, 1999, pp.24)

3.1.7 Les clients : un atout essentiel dans le processus de production

Quelle que soit la nature du service, l'intervention du client dans le processus de production est un atout essentiel (Lovelock J. W., 2014).

A titre d'exemple : l'instauration du libre-service (retirer de l'argent au distributeur, faire ses courses au magasin, acheter sur internet, etc.), ou encore les services qui demandent une interaction entre le consommateur et le personnel (hôtel, hôpitaux, universités) (Lovelock J. W., 2014).

Nous avons tendance à considérer les consommateurs comme des employés et l'objectif est de les former pour les rendre compétents comme un employé au sens strict du terme (Lovelock J. W., 2014).

Pour maintenir le service attendu par le client, « *les entreprises de services mettent en place un processus d'accès à destination de ses clients, et en changer la nature modifie souvent les rôles qui lui sont affectés* » (James G. Barnes P. A., 2000).

Eiglier et Langeard (1987) distinguent plusieurs formes de participations : la coopération, la participation physique, la participation intellectuelle et la participation affective.

La coopération : le consommateur va émettre des informations (écrites, orales, voire gestuelles) pour exprimer sa demande. À titre d'exemple, le client demande à son coiffeur une coupe de cheveux précise.

La participation physique : le consommateur est directement impliqué physiquement dans le processus du service. Par exemple, le client qui pousse un caddy dans un hypermarché.

La participation intellectuelle : le client doit faire preuve d'un esprit analytique et d'une compréhension pour obtenir le service souhaité. C'est le cas du consommateur qui se rend chez Ikea et lit la notice du produit, ou encore se déplace au distributeur de billets et suit les instructions pour obtenir le service que qu'il désire.

3.1.8 La motivation du consommateur dans le processus de production

Selon Sandrine Cadenat, le concept de participation possède une multitude de critères. L'objectif des entreprises est de permettre aux consommateurs de participer dans le processus de façon active. À cet effet Marie-Anne Dujarier distingue trois formes de travail du client (Cadenat S. B. A.-M., 2013):

Autoproduction dirigée

Le consommateur va exécuter la tâche tout seul à l'aide d'outils en sa possession. Ces tâches étaient effectuées à l'époque par le personnel (l'utilisation des automates, les sites internet pour effectuer ses virements, self scanning au supermarché).

Coproduction collaborative

C'est un regroupement de tâches. L'entreprise cherche à promouvoir les idées des consommateurs et les mettre en application sous forme d'une collaboration non rémunérée. Cela est un procédé efficace car il permet aux clients de développer leurs idées.

Nous pouvons appeler ce concept le « crowdsourcing » qui permet de mettre en œuvre des idées émanant de personnes externes à l'entreprise.

Le travail d'organisation

Ce travail d'organisation peut être géré par le client, souvent pour repérer les lacunes de l'entreprise afin que celle-ci mette en place des solutions pour y remédier.

3.1.9 Les attentes des consommateurs par rapport aux services

Nous pouvons décomposer ces attentes en plusieurs éléments distinctifs : le service attendu, le service adéquat, le service prédit et une zone de tolérance se situant entre le service attendu et proposé (Gronroos, 1990)

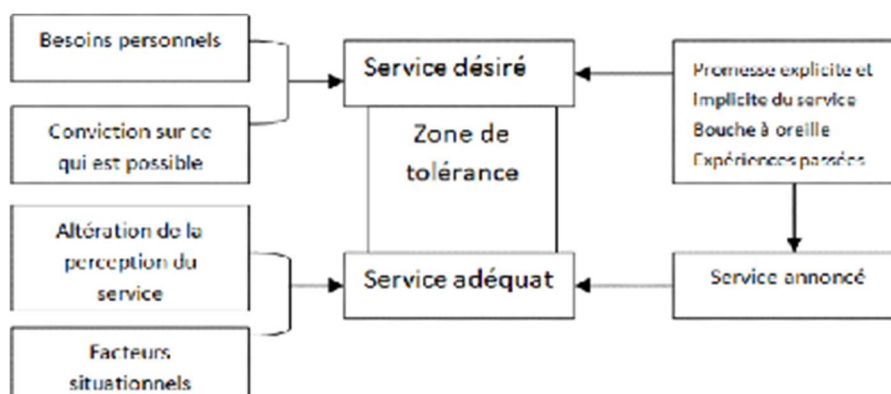


Figure 2.2- Facteurs influençant les attentes des clients.

(Zeithaml, 1993, p.1-12)

3.1.9.1 Le service désiré

Le service attendu ou désiré par le client c'est le service qu'il espère recevoir. C'est le niveau souhaité, c'est ce que le consommateur estime pouvoir recevoir en retour afin de satisfaire ses besoins.

Parfois, les clients comprennent qu'obtenir le service attendu n'est pas toujours évident. Alors, il existe un niveau de service que le client estime recevoir obligatoirement en retour que l'on appelle le service adéquat. (Lovelock J. W., 2014)

3.1.9.2 Le service adéquat

C'est le service minimum accepté par le client pour satisfaire son besoin, en deçà la qualité perçue du service sera affectée et le besoin ne sera pas comblé. (Lovelock J. W., 2014)

3.1.9.3 Le niveau de service prédit

Dans l'imagination du client, il pense recevoir ce service suite aux promesses que l'entreprise lui a fait.

Quand le niveau du service prédit augmente, le service adéquat augmente également, les niveaux augmentent simultanément.

Dans certains cas les niveaux de services peuvent varier en fonction de la situation. A titre d'exemple : une personne qui se rend au musée peut s'attendre à une foule plus importante quand la météo est pluvieuse qu'ensoleillée. (Lovelock J. W., 2014)

3.1.9.4 La zone de tolérance

Il est très difficile pour une entreprise d'atteindre le même niveau de performance dans tous les domaines.

La zone de tolérance est la norme acceptée par le client au niveau du service attendu. Quand nous analysons « **Figure 2.2- Facteurs influençant les attentes des clients** », si le niveau de performance est en-dessous du niveau adéquat, cela sera ressenti comme une cause d'insatisfaction et au-delà du service attendu le client sera satisfait. (Lovelock J. W., 2014)

3.1.10 La relation entre le client et le prestataire

Quand le client a choisi son prestataire, il faut organiser une rencontre avec celui-ci et entamer une relation commerciale pour que le client obtienne le service désiré.

Le lieu de rencontre entre le prestataire et le client est la période d'interaction. Dans certaines situations, cette interaction peut être écourtée (téléphoner, retirer de l'argent au distributeur). Inversement, ce délai est prolongé si le service requiert des opérations plus approfondies et multiples (un voyage touristique, ou faire ses courses au supermarché).

Pour mieux comprendre cette relation entre le prestataire et le client, il existe des concepts illustrant la rencontre de service :

- Le modèle « *du moment de vérité* » ;
- Le modèle de service « *high et low contact* » ;
- « *La servuction* » : ce modèle décrit et analyse les éléments qui sont indispensables à la réalisation du service ;
- Le concept de « *une métaphore d'une scène de théâtre* » (Lovelock J. W., 2014), permettant de décrire le comportement du client vis-à-vis du service.

Le moment de vérité (Lovelock J. W., 2014)

Normann (1991), professeur réputé à l'université de Lund en Suède, démontre l'importance des moments de contact avec les consommateurs. Il illustre ce concept en se basant sur la corrida.

« *Nous pouvons dire que la qualité est perçue lors du moment de vérité lorsque le fournisseur de services et le client se « confrontent dans l'arène* ». À ce moment précis, ils sont livrés à eux-mêmes... Ce sont les connaissances, la motivation et les pratiques utilisées par le représentant de l'entreprise, ainsi que les attentes et l'attitude du client qui, ensemble, créeront le processus de livraison du service » (Normann, 1991, p.16-17).

La vie du taureau et du Matador est mise en danger, le moment de vérité est le moment où le matador enfonce son épée dans le taureau.

Si nous devons comparer cette histoire avec le secteur des entreprises de services, l'on peut considérer que c'est une approche très rude.

Cependant, Normann (1991) voit une grande ressemblance entre la tauromachie et le marketing relationnel parce qu'il pense que la notion du lien durable entre le client et le prestataire est mise en péril lors du premier rendez-vous, contrairement à la tauromachie.

L'objectif est de maintenir une relation durable entre son client et son prestataire. Nous développerons ce point plus en profondeur dans le chapitre « Les concepts de satisfaction et qualité d'un service »

3.1.10.1 Le service haut contact et le service bas contact

Progressivement, le contact s'instaure entre le client et le prestataire. Plus la durée de la relation entre ces derniers est importante et qualitative, plus le niveau du service s'en verra amélioré.

Certains services nécessitent davantage d'équipements physiques que les compétences d'une ou plusieurs personnes : ces services sont considérés comme des services « *Low contact* ». À contrario, les services reposant principalement sur les compétences du personnel sont des services « *High contact* ».

Les services "High contact"

Pour être assurés, ces services nécessitent les compétences et l'expérience du personnel.

Coiffeurs, médecins, sont des professions où le service fourni est un service « High contact ». En effet, il repose sur la collaboration active du personnel et de leurs compétences.

Si l'on prend l'exemple des commerces de détail, l'on peut considérer, pour la majorité, que le service fourni est « Low contact ».

Les services "Low contact"

Comme le nom l'indique, ces services nécessitent peu de contact entre le client et le prestataire de service. L'interaction entre ces deux parties est faible.

À titre d'exemple, le cas de notre « self-service » qui nécessite très peu d'interactions.

Le développement actuel de la technologie et l'accessibilité à l'information ont permis aux clients de se familiariser avec ces différents outils et d'accroître leurs connaissances en la matière, ce qui pousse de plus en plus d'entreprises de services high contact à se transformer en low contact. Barnes P. A., 2000). Amazon est un bon exemple : il a ouvert des commerces alimentaires sans caissiers (AMAZON GO).

4 Les concepts de satisfaction et de qualité d'un service

Nous confondons régulièrement le concept de satisfaction et la qualité perçue. Cette confusion est discutée en profondeur dans la revue de littérature spécialisée.

Selon Zeithaml (1988), nous pouvons présenter la **qualité perçue** comme « *un jugement global concernant la supériorité du service* » (Zeithaml, 1988, pp.12-48). Nous pouvons encore présenter la qualité perçue comme la différence entre les attentes du consommateur et la performance du service reçu. (Asubonteng, 1996).

Concernant la **satisfaction**, nous la présentons généralement comme un « *état émotionnel découlant de la non-confirmation positive ou négative des attentes initiales durant l'expérience de possession ou de consommation* » (Oliver, 1980, pp.460-469).

Malgré cette distinction entre les deux, si nous fusionnons ces deux concepts nous obtenons une évaluation globale que l'on nomme « *attitude* ». (Darpy, 2016)

4.1 Définition de la satisfaction

Dans les années 1990 plusieurs chercheurs ont essayé de définir le concept de satisfaction client :

- « *La satisfaction est fondée sur une comparaison de la performance perçue du service avec un standard préétabli.* » (Sylvie Llosa, 1997).
- « *La satisfaction est le résultat d'un processus de comparaisons psychiques et complexes. La comparaison d'une valeur théorique avec une valeur effective : paradigme de confirmation / infirmation.* » (Bartikowski, 1999, pp.8)
- « *La satisfaction est un jugement de valeur, une opinion, un avis [qui] résulte de la confrontation entre le service perçu et le service attendu.* » (France Qualité Publique, 2004).
- « *La satisfaction est un état psychologique mesurable et consécutif à une expérience de consommation.* » (Yves Evrard, 1993).

Pour résumer, la satisfaction est fondée sur l'attitude d'un consommateur vis-à-vis d'un produit ou d'un service, nous pouvons aussi y retrouver des éléments faisant référence à la qualité perçue et des éléments liés aux caractéristiques émotionnelles en dégageant un état affectif (Levy J. et Manceau D., 1993-1994).

4.2 Les éléments qui ne font pas partie de la satisfaction

La satisfaction peut être confondue avec certains concepts voisins qu'on ne peut pas lui associer.

- La satisfaction n'est pas considérée comme une forme d'attitude, elle est plutôt occasionnelle contrairement à l'attitude qui a un ressenti plus intemporel (Evrard, « La satisfaction des consommateurs : état des recherches », 1993).
- La satisfaction est différenciée de la qualité perçue. La qualité perçue dégage une forme d'attitude globale et la satisfaction est mesurée par rapport à la transaction. On peut rajouter un élément supplémentaire dans cette distinction, la qualité perçue a tendance à rendre la situation plus rationnelle contrairement à la satisfaction qui agit essentiellement sur l'émotion (Cronin J. a., 1992).

4.3 Les attentes

Comme déjà expliqué dans les chapitres précédents, notamment dans la partie du « *service attendu* », l'objectif des entreprises est d'obtenir le niveau le plus élevé de satisfaction de la part de leurs clients.

On peut hiérarchiser les attentes du client en fonction de leurs niveaux souhaités.

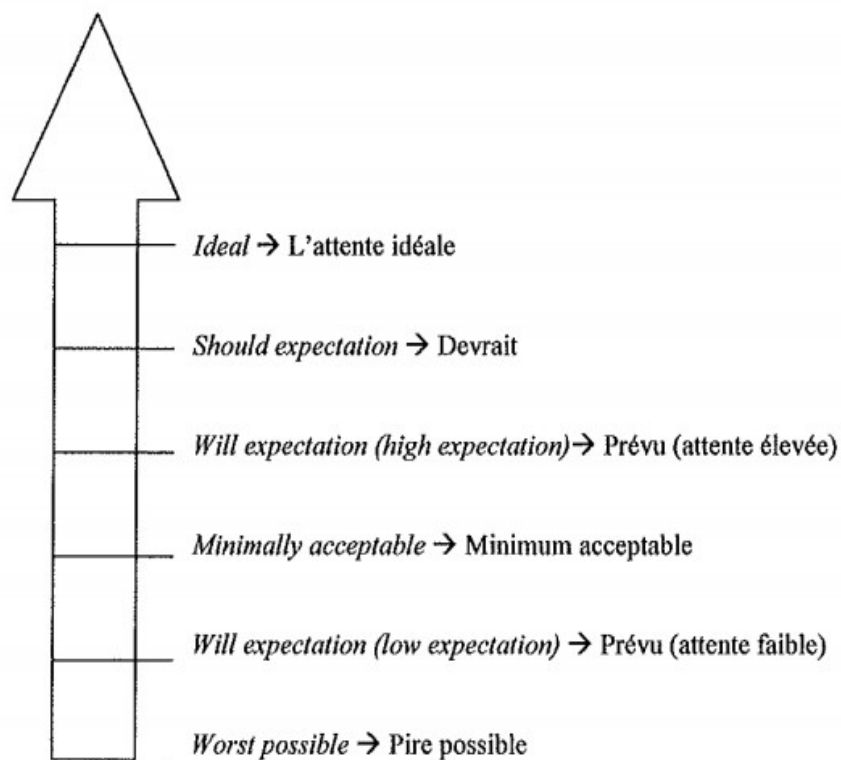


Figure 1 : Hiérarchies des attentes

(Rust, 1996,pp.231) se décompose comme ceci :

- L'attente idéale (**Ideal**): en fonction des circonstances, pour obtenir le meilleur service ;
- Le niveau d'attente (**devrait**) : ce que les clients estiment recevoir en retour après avoir effectué la transaction ;
- L'attente prévue (**Will expectation**) : sur base des informations en notre possession, cette qualité représente le niveau moyen. Ce niveau est le plus exploité par les clients et dans certains cas le niveau moyen peut être supérieur (attente élevée) ou inférieur (attente faible) ;
- Le minimum acceptable (**Minimally acceptable**) : c'est le point d'équilibre ou la simple satisfaction.
- Le pire (**Worst possible**) : c'est le plus mauvais résultat qu'on peut espérer.

Nous pouvons constater que le niveau d'attente est fortement influencé par les différentes expériences vécues par les clients. Si le client a connu une expérience négative, son niveau d'attente va baisser, et inversement, si l'expérience est positive son niveau augmentera et on atteindra le niveau d'attente (devrait).

Les attentes ne stagnent jamais trop longtemps, les expériences ont tendance à évoluer dans le temps.

Cependant, l'expérience n'est pas le seul élément à prendre en considération. Il y'a également d'autres facteurs qui influencent les attentes. C'est notamment le cas de la publicité et du « bouche-à-oreille ».

4.4 Théorie de la confirmation des attentes

C'est une théorie qui se base sur la psychologie cognitive pour essayer de comprendre la satisfaction après l'achat en fonction des attentes. (Oliver 1980)

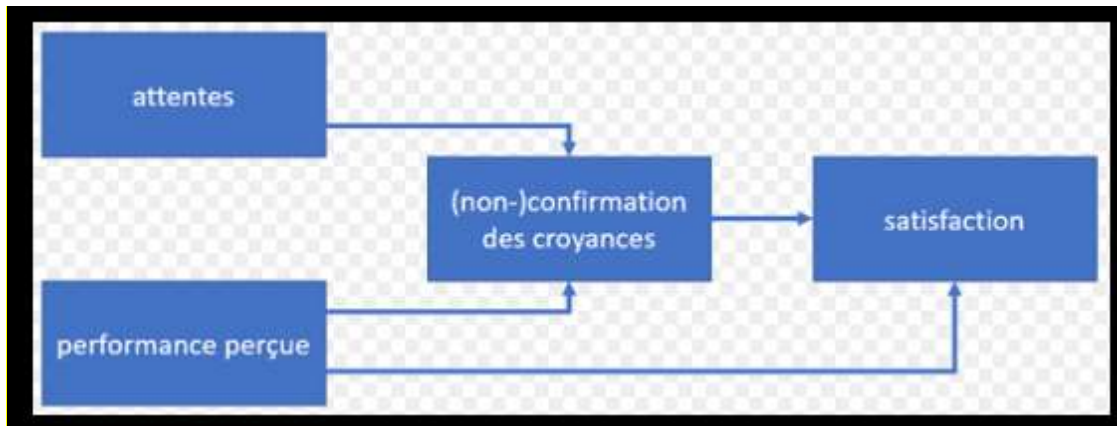


Figure 2- Le paradigme de la disconfirmation.

(Oliver 1980,pp.460-469)

Ce modèle (Oliver 1980) se décompose en 4 parties :

- On porte le jugement sur la performance du produit ou service avant l'expérience de consommation (attentes).
- Les perceptions établies par les clients après l'achat et la consommation du service ou produit (performance perçue).
- La comparaison entre les attentes et les performances perçues donne naissance à la disconfirmation. Elle peut être positive si les attentes sont plus élevées que les attentes négative et neutre.
- En résumé, la disconfirmation va générer une évaluation exhaustive sur l'expérience de consommation, plus communément appelée la satisfaction.

5 La qualité d'un service

Aujourd'hui, mesurer la qualité de service d'une entreprise est devenu incontournable pour pouvoir rester concurrentiel vis-à-vis des autres entreprises (Yüksel, 2017)

Quand on augmente la qualité d'un produit ou d'un service, nous devons nous différencier de la concurrence en apportant une chose en plus. Les consommateurs sont beaucoup plus satisfaits quand les entreprises offrent services qui répondent à leurs attentes.

Il y a une grande différence entre la qualité d'un bien et celui d'un service. Un bien se détériore dans le temps et sa durabilité est bien plus courte qu'un service. La qualité d'un service est un processus abstrait qui est constitué d'éléments immatériels.

La mesure de la qualité d'un service doit se faire par l'intermédiaire des consommateurs.

Dans ce chapitre, nous allons analyser différents concepts pour bien comprendre la notion de la qualité d'un service. Ensuite, nous exposerons différents modèles tels que : le modèle SERVQUAL (Parasuraman,1990) En corrélation avec le modèle SERVPERF (Cronin, 1992).

5.1 Définition de la qualité perçue

On obtient le résultat de la qualité perçue en comparant les attentes du consommateur et la performance du service qu'il perçoit : quand la performance est au rendez-vous le consommateur estime que le produit est de bonne qualité alors il sera satisfait, inversement si la performance est amoindrie il ne sera pas satisfait.

Parasuraman, Zeithaml et Berry (1988) définissent la qualité perçue comme « *le jugement du consommateur concernant le degré d'excellence ou de supériorité attribué à une entité ..., qui résulte d'une comparaison entre des attentes et des perceptions relatives à la performance* » (Parasuraman A. Z. V., 1988, pp.22).

5.2 La qualité en tant qu'attitude

Olshavsky (1985) considère « *la qualité comme une évaluation globale d'un produit semblable sur plusieurs aspects à l'altitude* » (Olshavsky, 1985, pp.22). Il rejoint son confrère Holbrook (1985) qui partage son opinion relative au fait que la qualité joue un rôle essentiel dans le *jugement de valeur relativement global*.

Parasuraman, Zeithaml et Berry (1985), approuvent que la notion de la qualité d'un service corresponde à une évaluation globale qui est similaire à l'attitude.

Pour confirmer l'analyse de Parasuraman (1985) et Olshavsky (1985), plusieurs chercheurs ont mené 12 entretiens en focus group regroupant des consommateurs habitués dans différents secteurs d'activité (services bancaires, cartes de crédit, courtage de titres et réparation et maintenance de petits appareils électriques). Les interviews étaient centrées sur le thème de la qualité d'un service. Elles se focalisaient essentiellement sur la manière dont le prestataire devrait s'y prendre pour montrer une image de haute qualité, ainsi que les éléments utilisés par les consommateurs pour évaluer la qualité d'un service.

En conclusion, les résultats obtenus de cette étude nous ont permis de constater que, quel que soit le type de service, les consommateurs utilisaient les mêmes critères pour évaluer la qualité d'un service.

5.3 Le modèle SERVQUAL

Le modèle SERVQUAL permet d'évaluer la qualité d'un service sur base de cinq dimensions de services en utilisant le calcul des scores qui se base sur 22 éléments de qualité classés en cinq dimensions.

En clair, nous utilisons une échelle comportant deux ensembles de 22 items identiques qui permet de décrire les attentes d'un service et les perceptions d'un prestataire. Les items sont mesurés séparément sur une échelle bipolaire.

Pour comprendre l'utilisation du Modèle en pratique, nous établissons un questionnaire sur base d'une paire de 22 items composés de « 22 items ce que l'on attend » et « 22 items ce que l'on perçoit ». Ces items sont regroupés en cinq dimensions, à savoir :

- La tangibilité : ils reprennent les installations, les équipements, le matériel, le mobilier, la décoration de la pièce, au sein duquel le service est presté.
- La fiabilité : exécuter le service de manière fiable avec précision et dans les temps.
- La réactivité : être présent pour les clients et les aider à lui fournir le meilleur service.
- Assurance : le client doit avoir confiance dans le personnel qui preste le service
- Empathie : faire preuve de bienveillance et d'attention envers les clients.

Certains auteurs ont donné leurs préférences sur certaines dimensions (Kant, 201,p.2) et ont conclu que la dimension de la « réactivité a la plus grande influence sur la satisfaction du client », ou encore « l'importance de « l'apprentissage et la croissance » pour augmenter la satisfaction des clients » (Ignacio Cepeda-Carrión, 2015,p.2).

Le modèle SERVQUAL est incontestablement le meilleur outil pour mesurer efficacement la qualité d'un service (Lee, 2014). Parasuraman (1988) en a profité pour rajouter un modèle supplémentaire « le SERVPREF » qui mesure uniquement la performance du service.

Jain et Grupta (2004) donnent leur avis sur le modèle SERVQUAL en estimant que le modèle est plus informatif pour mesurer la qualité d'un service efficacement. Par contre ils suggèrent d'utiliser le SERVQUAL pour effectuer « un diagnostic pour détecter les irrégularités de la qualité de certain service » (Garima Gupta, 2004,p.25-38).

Parasuraman, Zeithaml et Berry (1988) ne tiennent pas compte de l'importance de certains attributs et exposent dans un ordre différent « Perception moins attendes », donc la qualité (Q) est associée à la différence entre les perceptions (P) et les attentes (E) des consommateurs :

$$SQ = \sum_{i=1}^k (P_i - E_i)$$

5.4 Les difficultés à mettre en place le modèle SERVQUAL

Étant donné l'instabilité sémantique des items entre les différentes catégories de services, « *il est déconseillé de généraliser les cinq dimensions de SERVQUAL à l'ensemble des services* ». (Carman, 1990, pp 33-52). Il évoque également que le nombre et le type de dimensions varient en fonction du consommateur si son jugement concerne un bien ou un service. C'est pour cela que Cronin et Taylor (1992) considèrent chaque dimension à part entière.

Aussi, il relève que : « *L'interrogation simultanée du consommateur sur ses attentes et ses perceptions du service risque de biaiser l'évaluation des attentes* » (Cronin, 1992, pp.5). En résumé les personnes interrogées ont tendances à fixer leurs attentes sur base des expériences passées en se basant uniquement sur ces expériences. La problématique c'est que les attentes risquent d'être dérisoires et l'évaluation finale de la qualité de service risque d'être dérisoire également.

Dans le modèle SERVQUAL, nous ne faisons aucune distinction entre les clients réguliers et les clients occasionnels. Les clients habitués à recevoir un service vont se focaliser sur le service adéquat.

5.5 L'approche analytique des performances de l'entreprise pour mesurer la qualité d'un service par le SERVPERF

Pour remédier à certaines limites du modèle SERVQUAL en matière de fiabilité des données et avoir une approche plus analytique pour mesurer la qualité d'un service, l'échelle est basée sur la performance, et le grand avantage réside dans le fait que les items de mesure sont diminués de moitié. Ceci nous permettra d'établir un questionnaire final moins volumineux.

Cronin et Taylor (1992), proposent de retenir le modèle compensatoire de Fishbein (1963) :

$$Q = \sum_{i=1}^k W_i P_i$$

Le Q est la perception de la qualité de service ; W_i est la pondération de l'attribut i ; P_i permet l'évaluation de la performance du service sur l'attribut i ; k est le nombre d'attributs pris en compte. En matière de qualité de service, Cronin et Taylor (1992) estiment qu'introduire la pondération des différents critères est redondant. W_i est donc supposée égale à 1 (Cronin, 1992).

En étudiant les différentes dimensions du modèle SERVQUAL au « *moyen d'une analyse factorielle confirmatoire* » (Cronin, 1992, pp.6). À la conclusion des résultats, nous ne pouvons pas retenir les cinq dimensions du modèle SERVQUAL. Ils retiennent que l'échelle de mesure est composée de 22 items (critères) pour mesurer les performances d'une entreprise de service.

Par contre le modèle SERVPERF « est composé de 21 des 22 items » (Parasuraman A. Z. V., 1988, pp.6). Ces 21 critères sont utilisés dans quatre secteurs d'activité de service à savoir : les opérations bancaires, la dératisation, le nettoyage à sec et la restauration rapide.

5.6 Modèle SERVQUAL versus Modèle SERVPERF

Le modèle SERVPERF s'avère être plus avantageux que le modèle SERVQUAL pour mesurer la qualité de service perçue.

C'est vrai qu'au niveau pratique, il est plus facile d'établir un questionnaire à destination des clients sur base uniquement de la performance perçue.

Notre questionnaire final se basera sur le modèle SERVPERF qui est une version améliorée du modèle SERVQUAL.

6 La fidélisation des clients

Un des grands défis marketing est de savoir comment rendre les clients fidèles à notre produit ou service. Dans bien des cas, cela n'aboutit pas au résultat souhaité.

Nous allons analyser la roue de la fidélité qui est un outil essentiel pour aider les entreprises à développer la fidélisation de leurs clients.



Figure 12.3- La roue de la fidélité

(Lovelock J. W., 2014)

Le premier point d'attention pour une entreprise est de segmenter le marché avec beaucoup de précision. Quel marché cible pour vendre ses produits et répondre aux attentes des clients ciblés ? Cela constitue la première étape pour fidéliser ses clients.

Deuxièmement, il est important de construire un lien d'entente avec le client en proposant des cadeaux ou des offres du style bonus, des promotions. Toutes ces actions permettront de maintenir la fidélité des clients ciblés.

Enfin, l'entreprise doit identifier les clients qui ont un impact défavorable sur l'entreprise dans le but de les proscrire et de les remplacer par des nouveaux clients qui auront un impact positif sur la croissance économique de l'entreprise.

L'objectif est d'analyser correctement la situation pour éliminer ou diminuer les facteurs d'échec.

7 Partie 3 : Réalisation d'une étude qualitative existante à mesurer la qualité de service d'un restaurant self-service

7.1 Introduction

Cette troisième partie consiste en une analyse de contenu des données collectées grâce à une série d'interviews réalisées sur le terrain visant à évaluer la qualité de service d'un restaurant self-service d'entreprise : « *Fresh Bar* ».

L'objectif est de mettre en corrélation les résultats obtenus de notre étude avec les notions théoriques explicitées dans la revue scientifique proposée dans la deuxième partie de ce mémoire.

7.2 Résumé des enjeux de ce travail de fin d'étude

Comme nous l'avons évoqué précédemment, nous sommes partis d'une question de recherche à savoir : « *Mesurer la Satisfaction des clients d'un restaurant self-service d'entreprises* » et nous avons analysé plusieurs revues scientifiques nous donnant des pistes pour mesurer efficacement les attentes des clients par rapport aux services proposés par les entreprises.

L'objectif de l'étude qualitative est de recueillir un maximum d'informations ou données à travers plusieurs interviews. Après avoir analysé et décortiqué les résultats des différentes interviews, nous effectuerons une démarche réflexive. Cette démarche aboutira à

l'élaboration d'un questionnaire que nous recommanderons au gérant afin qu'il le soumette à ses clients.

Ce questionnaire se trouvera en annexe du présent travail.

7.3 Description du recueil de données

7.3.1 Méthode de recherche des données

Afin de répondre au mieux à la problématique, nous avons choisi la méthode de collecte de données qualitative dans le cadre d'une recherche exploratoire. Nous définissons l'étude qualitative comme « *une étude à caractère intensif, utilisant au niveau de la récolte des données, une approche relativement ouverte, non directive, permissive et indirecte des personnes interrogées* ». (Pellemans, 1999)

Lorsque nous avons une problématique sur un sujet bien défini, l'étude qualitative est une méthode appropriée pour essayer de la comprendre et la résoudre. L'objectif n'est pas de fournir des explications précises mais de comprendre les causes et ensuite de mettre en place une règle. Aussi, l'étude qualitative se base essentiellement sur des opinions et des idées sur un contexte précis, ce qui nous amène à penser que l'étude qualitative est inestimable.

Pour recueillir les données, nous nous sommes basés sur une étude de terrain en utilisant la méthode « d'entretiens individuels. Afin d'approfondir nos recherches, nous avons récolté nos données primaires sur base d'un guide entretiens semi-directifs. Nous avons interrogé treize participants, avec une durée par interview de 20 à 30 minutes. Neuf participants sur treize sont des clients du restaurant d'entreprise Fresh Bar, sur ces neuf clients nous avons sept membres internes du bâtiment EEBIC et les deux autres sont des clients externes. Les quatre derniers participants concernent des clients potentiels qui ne sont pas des clients actuels du restaurant d'entreprise.

L'avantage de cette méthode exploratoire est qu'elle accorde la liberté aux informants de donner leurs avis aux questions de manière convaincante et sans être influencé par d'autres intervenants comme cela est le cas dans le « focus group ».

Le seul inconvénient de la méthode d'un entretien individuel est que l'informant possède moins de temps pour développer certaines de ces idées contrairement à un entretien groupé ou les participants ont le temps de réfléchir pendant qu'une autre personne parle.

7.3.2 Construction des guides d'entretiens et analyse

Pour récolter le meilleur des données primaires dont nous avons besoins, nous avons rédigé trois guides d'entretiens :

- Un premier guide destiné aux clients du Fresh Bar « *Guide d'entretiens : Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres* »¹ ;
- Un second guide d'entretien pour les non clients mais qui peuvent potentiellement le devenir « *Guide d'entretiens : Les clients potentiels du restaurant d'entreprise* »² ;
- Un dernier guide d'entretien pour les clients insatisfaits de la qualité de service du Fresh Bar « *Guide d'entretien : Les membres du bâtiment EEBC et clients externes qui ne sont plus clients du restaurant d'entreprise* »³.

Sur base de la revue de la littérature, nous avons pu analyser le concept du modèle SERVQUAL de manière générale et en comprendre son fonctionnement. Toutes les informations récoltées nous ont permis d'établir une liste des dimensions :

- La tangibilité : ils reprennent les installations, les équipements, le matériel, le mobilier, la décoration de la pièce.
- La fiabilité : exécuter le service de manière fiable avec précision et dans les temps.
- La réactivité : être présent pour les clients et les aider à lui fournir le meilleur service.
- Sécurité : le client doit avoir confiance dans le personnel qui preste le service.
- Empathie : faire preuve de bienveillance et d'attention auprès des clients.
- La communication : donner une information claire et compréhensible aux clients.
- Crédibilité : la fiabilité de la prestation de service, le client doit se sentir en confiance au sein du restaurant.
- Compétence : le prestataire possède les connaissances pour fournir le meilleur service aux clients.
- Connaitre le client : l'objectif c'est de déterminer et comprendre les besoins de ces clients.
- L'accès : reprend la flexibilité des horaires, bien situé géographiquement, et facilement joignable par téléphone.

Ces différentes dimensions nous ont permis de mesurer la qualité de service d'un restaurant d'entreprise se retrouvant dans le premier guide « *Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres* » et dans le dernier guide « *Guide d'entretien : Les membres du bâtiment EEBC et clients externes qui ne sont plus clients du restaurant d'entreprise* » afin d'évaluer de manière exhaustive la qualité de ce restaurant.

¹ Annexe : Guide d'entretien

² Ibidem

³ Ibidem

7.3.3 Limites de l'échantillon

Notre échantillon est constitué de treize personnes. Toutefois, même si le nombre d'informants semble faible, nous arrivons à saturation théorique « *si les nouveaux entretiens que l'on conduit n'apportent plus de descripteurs ou de modalités différentes de ce qui a été obtenu par les anciens entretiens* ». (Riazanov, 2019, pp 44). En résumé, la taille de l'échantillon arrive à saturation à partir du moment où les nouvelles interviews n'apportent plus de nouvelles informations (Riazanov, 2019).

Notre échantillon reprend des informants qui ont des profils distincts et dont l'âge varie entre 21 ans et 61 ans. Le fait d'avoir des profils variés avec des expériences et caractéristiques différentes nous permet de nous questionner sur la représentativité des données : une personne de vingt ans n'aura pas les mêmes perceptions de la qualité d'un service qu'une de soixante et un ans qui a plus d'expérience et plus d'arguments pour évaluer la qualité d'un restaurant d'entreprise.

7.3.4 Le déroulement des interviews

Le dispositif que nous avons utilisé est la méthode d'enquête ou plus précisément un entretien individuel semi-directif.

Cette méthode est particulièrement adaptée pour observer les attitudes et les positions de chaque individu sur un sujet spécifique (De Moerloose, 2018). L'avantage de ce type d'entretien est qu'il s'organise dans un environnement fixe tout en conservant le principe de liberté de parole (Blanchet, 1985). L'enquêteur possède la connaissance des thèmes à aborder et de l'autre côté, l'interviewé doit se sentir dans un climat de confiance et de souplesse lors de l'entretien. Cette méthode ne permet pas seulement de recueillir des données, mais elle permet également d'obtenir une richesse d'information ainsi que d'analyse.

Le but est d'écouter sans poser de questions trop précises et de découvrir comment expliciter le problème et non de tester la validité des données (Charry, 2019).

L'objectif des interviews est de laisser l'informant s'exprimer au maximum en le guidant vers les points importants de notre guide d'entretien. Pour rendre l'entretien le plus impartial possible, nous évitons de leur insuffler des réponses qui pourraient erroner les résultats finaux de notre étude.

Les questions constituant nos guides d'entretiens⁴ abordent plusieurs thèmes différents⁵, pour observer l'attitude et les connaissances des participants par rapport à un restaurant d'entreprise et pour analyser également les différentes dimensions de la qualité de service qui reviennent régulièrement.

Les interviews se sont déroulées dans le bâtiment EEBIC situé à l'Allée de la recherche 12 à Anderlecht. Les participants (*Membres internes*) situés dans l'établissement EEBIC ont été

⁴ Annexe : Guide d'entretien

⁵ Annexe : Déroulement de l'entretien

interrogés dans une salle de réunion et les participants extérieurs ont été interrogés sur leur lieu de travail. Toutes les interviews ont été réalisées en tête à tête pour que les intervenants soient à leur aise et en confiance lors de l'entretien.

8 Présentation des résultats

8.1 Introduction

Pour répondre de manière précise à notre question de recherche, nous avons réalisé un Excel qui se trouve en annexe. Notre travail Excel nous a permis de réaliser une analyse de contenu approfondie en procédant en deux étapes. Pour commencer, nous avons travaillé par guide d'entretien et puis par thème en analysant toutes les interviews sur ce thème avant de passer au suivant. Dans un fichier Excel, nous avons positionné l'informant en ligne, nous avons créé autant de colonnes par questions qu'il y a de réponses différentes par questions ; nous avons fait cela pour toutes les questions. Dans cette analyse de contenu, nous avons réalisé des catégories de réponses par question : nous regroupons dans une même catégorie les réponses qui, même si elles n'ont pas été exprimées de la même manière, voulaient dire la même chose.

Deuxièmement, quand notre grille vide est réalisée, nous sommes passés au codage en reprenant chaque interview retranscrite et en créant une ligne par informant dans notre grille. Cette ligne comporte des 0 et des 1 en fonction de la réponse de l'informant : nous mettons 1 dans la colonne si l'informant a répondu à cette catégorie de réponse, sinon c'est 0.

Enfin, quand notre grille a été réalisée, nous avons examiné les réponses les plus fréquentes c'est-à-dire les réponses qui représentent les opinions de plus de la moitié des personnes interviewées. Ces résultats d'analyse seront la base de la synthèse de notre étude qualitative. Nous avons également rajouté dans notre Excel une catégorie Verbatim des interviews les plus pertinents. Dans cette catégorie nous reprenons exactement au mot près la déclaration de l'informant que nous souhaitons épinglez.

8.2 Résultats de l'enquête

Etant donné la mixité de la clientèle, nous avons établi deux guides d'entretiens différents. Ceci nous permet d'analyser les données recueillies distinctement. Notre premier guide d'entretien concerne "les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres", et le deuxième guide concerne "les clients potentiels du restaurant d'entreprise Fresh Bar". Nous avons établi un dernier guide d'entretien pour "Les membres du bâtiments EEBIC et clients externes qui ne sont plus clients du restaurant d'entreprise", mais ce dernier guide n'a pas été utilisé dans nos interviews tout simplement parce- que nous n'avons pas rencontré les informants concernés.

8.2.1 Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres

Lors de la réalisation des interviews, nous avons pu récolter un maximum d'informations intéressantes. Nous traiterons les résultats en fonction des différents thèmes, en reprenant les plus pertinents.

8.2.1.1 Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

Ce thème reprend toutes les interviews des clients du Fresh Bar. Il regroupe les réactions des informants quant à la pause déjeuner :

- *Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? : Manger à midi, se détendre, aller au restaurant fresh Bar, (5/9).*
- *Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? : manger avec ces collègues, (6/9)*
- *Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid : cinq personnes déclarent que la crise sanitaire de la Covid-19 a changé leur mode de vie et que cela a un impact sur la pause déjeuner. Ils n'ont plus les mêmes relations sociales qu'auparavant. En effet, certains informants préfèrent amener leur repas au bureau et ne pas être en présence d'autres personnes, même si la loi le permet à ce jour.*

Verbatim illustrant la tendance des réponses

L'informant n°3 répond « *Quand je prends mon temps libre, ce qui n'est pas toujours le cas, soit je vais manger à l'extérieur du bâtiment, soit je déjeune au Fresh bar. Nous sommes naturellement dans une situation un peu particulière parce qu'on ne sort pas avec le covid, et tout le monde reste un peu confiné. Quand je suis en télétravail, je mange rapidement une tartine et quand je suis au bureau je descends généralement au restaurant d'entreprise pour commander un petit quelque chose et me faire un peu plaisir (I3) »⁶.*

On remarque que tous les intervenants prennent leur pause du midi pour se détendre ou pour manger.

⁶ Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres : Informant n°3

8.2.1.2 Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Ce thème traite des habitudes des participants lors de la pause du midi :

- *Le temps de midi, c'est un moment pour...* : manger ou se reposer, pour 9/9
- *Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ...* : avec les collègues ou des autres personnes, pour 7/9

Les définitions des différentes dimensions qui ressortent de notre étude qualitative :

1. La compétence : la compétence du personnel, la qualité des plats ainsi que la variété.
2. La courtoisie : la courtoisie du personnel, du personnel chaleureux.
3. La crédibilité : le personnel qui informe ou explique la composition de certains plats spécifiques aux clients, doit savoir de quoi il parle parce-que la réputation du restaurant est mise en jeu. Le client doit se sentir en confiance vis-à-vis du personnel.
4. La sécurité : le client doit se sentir en sécurité dans l'établissement et certaines conversations échangées avec le client doivent rester confidentielles.
5. L'accès : le restaurant doit être accessible facilement pour les clients, mais aussi pour le personnel.
6. La communication : le personnel doit s'exprimer dans un langage compréhensible pour le client afin d'assurer une interaction entre les deux parties.
7. La connaissance du client : il est important de bien comprendre les besoins de ses clients. Par exemple le reconnaître et le saluer quand il rentre dans le restaurant.
8. La tangibilité : l'apparence des différentes installations telles que, la cuisine, le comptoir, la disposition des tables et chaises, le matériel du personnel utilisé. Ces différents éléments doivent être conformes et attractifs aux yeux du client.
9. La fiabilité : le service doit être réalisé correctement dès la première fois (on reçoit ce qu'on a commandé dans les temps annoncés).
10. La réactivité : il convient de toujours répondre aux attentes des clients.

Les dimensions de la qualité de service évoqués par les informants : compétences

En réponse à cette question : « *Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?* », 6 répondants sur 9 déclarent que la compétence est une dimension inévitable pour un restaurant. Le restaurant doit proposer des menus et des plats variés, où l'on mange bien. Le client doit être satisfait de l'ensemble du service qu'on lui propose. Le personnel doit être multitâches avec des aptitudes en communication tout en faisant preuve d'un grand professionnalisme.

Verbatim

« Je suis un grand amateur de restaurant. Il s'agit de restaurant où l'on mange bien, parce que la cuisine est quelque chose d'important dans ma vie. L'ambiance est également importante, parce qu'il y a des restaurants où l'on mange bien, mais l'ambiance est coincée. Tout est assez guindé et l'on ne peut s'exprimer trop fort, de peur de déranger les autres tables. Les restaurants doivent être des endroits de déconnexion, dans lesquels on prend du temps pour se faire plaisir, ou faire plaisir. Bien évidemment il faut aussi un service clientèle, il faut que le personnel soit présent, mais pas trop, afin que nous gardions notre intimité, et il doit être agréable. (13) »⁷

Les dimensions évoquées par les informants : courtoisie

Dans cette même question « *Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?* », 3 participants sur 9 estiment que la courtoisie est un des critères essentiels à prendre en compte pour évaluer qualitativement un restaurant. La courtoisie reprend le bon accueil du personnel et la politesse.

Les dimensions évoquées par les informants : tangibilité

Ce critère évoqué par les participants reprend la propreté de l'établissement, la décoration, l'aménagement du restaurant. 4 interviewés sur 9 ont mentionné cette dimension dans leurs réponses.

Verbatim

« Il faut aussi que dans l'ensemble le restaurant soit chaleureux avec une belle décoration. Je me situerais dans certain type de restaurant qui est la bistronomie, un style bistro, mais avec une bonne qualité culinaire. (13) »⁸

Certains informants ont évoqué d'autres critères tels que le type de gastronomie ou le type de restaurant en particulier.

Un type de gastronomie ou type de restaurant en particulier

En effet, 4 participants ont répondu aimer un type de gastronomie, 3 répondants sur 4 se sont orientés vers les restaurants style brasserie : ils apprécient ce type de restaurant pour le côté simple et les bons produits proposés. Le quatrième répondant préfère la restauration du style Lunch Garden où l'on peut se servir et qu'il y ait des alcôves pour travailler.

⁷ Ibidem

⁸ Ibidem

Verbatim

« Je suis un grand amateur de restaurant. Il s'agit de restaurant où l'on mange bien, parce que la cuisine est quelque chose d'important dans ma vie. L'ambiance est également importante, parce qu'il y a des restaurants où l'on mange bien, mais l'ambiance est coincée. Tout est assez guidé et l'on ne peut s'exprimer trop fort, de peur de déranger les autres tables. Les restaurants doivent être des endroits de déconnexion, dans lesquels on prend du temps pour se faire plaisir, ou faire plaisir. Bien évidemment il faut aussi un service clientèle, il faut que le personnel soit présent, mais pas trop, afin que nous gardions notre intimité, et il doit être agréable. Il faut enfin que dans l'ensemble le restaurant soit chaleureux avec une belle décoration. Je me situerai dans un certain type de restaurant qui est la bistronomie, un style bistro, mais avec une bonne qualité culinaire. (I3) »⁹

Tous types de restaurant

4 participants sont ouverts à la diversité des styles de restaurants, et ne sont pas fixés à un type de gastronomie.

8.2.1.3 Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Avant d'entamer un nouveau thème consacré au restaurant d'entreprise Fresh Bar, nous allons d'abord observer les dimensions d'un restaurant d'entreprise évoqués par les participants.

Dimension : compétence

Tous les informants ont affirmé que la compétence du personnel était un élément indispensable en sus de la qualité des produits et des plats évoqués précédemment.

A la question : « qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ? Sur 9 répondants, 5 d'entre eux parlent de la variété des produits et plats.

Quant à la compétence du personnel 7 informants estiment que la compétence qu'elle est décisive pour assurer le service. Enfin 8 informants évoquent la qualité gustative comme étant un élément important pour cette dimension.

Dimension : courtoisie

7 participants sur 9 déclarent que le bon accueil du personnel est indispensable pour assurer le service et l'attention du personnel vis-à-vis des clients est importante pour les participants.

⁹ Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres : Informant n°3

Dimension : tangibilité

La propreté de l'établissement reprenant par la même occasion la décoration et l'aménagement du restaurant d'entreprise sont des critères importants pour 7 informants sur 9.

Cependant, deux personnes déclarent qu'un restaurant d'entreprise n'est pas un restaurant au sens classique du terme et donc, que la décoration n'est pas un critère important : tant que l'intérieur de l'établissement est sobre, c'est suffisant.

Dimension : Fiabilité

Le rapport qualité/prix est un critère mentionné comme important pour 3 des 9 participants.

Verbatim

« Je reviendrai là-dessus, la variété et avoir du choix avec une nourriture de bonne qualité c'est un élément important. Le rapport qualité/prix aussi en particulier les self-services. Au niveau des horaires, c'est important que ce soit flexible qu'on puisse les joindre à tout moment. La courtoisie du personnel est un atout pour garder une clientèle, mais il doit aussi se préoccuper de son client donc de le conseiller au mieux dans ses choix et l'aider à prendre une décision en cas d'hésitation. Je me suis déjà retrouvé dans cette situation par le passé : j'hésitais entre deux plats de poisson. Le chef m'a bien expliqué la composition des plats et m'a guidée afin que je prenne une décision finale. Pour moi l'aspect visuel est le premier point qui attire mon attention. Si l'établissement n'est pas propre, je quitte l'endroit directement. Donc l'aspect visuel ou tangible est primordial. S'il n'y a pas un minimum de propreté, il n'est pas possible pour moi de rester manger et pourtant il est possible que la qualité des plats soit au rendez-vous avec un bon rapport qualité/prix ».¹⁰

Voici un verbatim reprenant plusieurs dimensions évoquées précédemment comme **la dimension de fiabilité** : le rapport qualité/prix, **la dimension de tangibilité** : la propreté de l'établissement, **la dimension d'accès** : la flexibilité des horaires, **la dimension de courtoisie** : la courtoisie du personnel.

Dans cette étude exploratoire, nous mettons en évidence les dimensions les plus souvent évoquées par les informants. Ceci va nous permettre de ressortir les critères en ayant le plus d'importance à leurs yeux.

8.2.1.4 Thème 3 : Evaluation de la qualité de service proposé par "Fresh Bar".

Ce thème est le plus intéressant dans le cadre de notre étude qualitative. Il nous de permet de répondre au mieux à notre question de recherche qui est la suivante : « *Evaluer la qualité de service d'un restaurant d'Enterprise* »

- *Êtes-vous déjà allé manger dans le restaurant Fresh Bar ?* : tous les participants ont déjà pris un repas dans ce restaurant.

¹⁰ Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres : Informant n°1

- *Si oui, combien de fois y êtes-vous allé prendre votre repas depuis la création de ce restaurant ?* : 5 personnes déclarent aller souvent dans ce restaurant d'entreprise et les 4 autres personnes ne vont que de temps en temps.
- *Généralement vous mangez sur place où vous prenez un plat à emporter, vos habitudes étaient-elles différentes avant les conditions restrictives imposées par le covid ?* : 6 participants sur 9 préfèrent prendre leur repas à emporter.

La notoriété du restaurant d'entreprise¹¹

La grande majorité des participants (6 sur 9) ont répondu avoir connu le restaurant d'entreprise par le bouche-à-oreille, 2 participants sur les 9 déclarent avoir connu le restaurant par la publicité. Le gérant envoie énormément de brochures ou d'actualités par email à toutes les sociétés se trouvant dans le bâtiment EEBIC, ce qui permet de faire connaître son restaurant d'entreprise à tous les membres du bâtiment. Les emails qu'il envoie régulièrement pour faire connaître de nouveaux produits lui permettent de maintenir sa notoriété auprès des clients.

Parmi les 9 participants, 4 d'entre eux ont découvert le restaurant par eux-mêmes.

L'accueil du restaurant dans son ensemble^{12, 13}

Toutes les personnes interrogées sont satisfaites de l'accueil, et cinq d'entre-elles mentionnent leur admiration vis-à-vis du gérant, pour son professionnalisme. Ce qui les marque le plus est qu'il mémorise leur prénom et leurs choix habituels.

Au sujet de l'amabilité du personnel, 7 des personnes interrogées sur les 9 sont satisfaites et trouvent que l'ensemble du personnel dégage une gentillesse naturelle.

La communication auprès des clients¹⁴

Au niveau de la communication entre le personnel et les clients, 4 des 9 participants estiment que le personnel se contente du minimum et 2 déclarent que le personnel n'est pas du tout communicatif. 4 personnes sur 9 déclarent que le gérant est communicatif et qu'il s'intéresse aux clients.

¹¹ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres**, Pouvez-vous me dire comment vous avez connu le restaurant d'entreprise Fresh bar ? (Dimension : communication)

¹² **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres**, Comment jugez-vous l'accueil au sein du restaurant ? (Dimension : la courtoisie), pouvez-vous m'expliquer en profondeur votre ressenti ?

¹³ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres**, Quel est votre ressenti quant à l'amabilité du personnel ? (Dimension la courtoisie). Avez-vous des remarques en particulier, concernant l'amabilité du personnel

¹⁴ ¹⁴ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres**, Le personnel est-il communicatif, est-ce qu'il s'intéresse à vous ? Si oui ou non, pourquoi ? (Dimension : écoute et connaissance du client)

La réactivité entre le personnel et les clients¹⁵

La majorité des participants soit 7 sur 9 savent déjà à l'avance quels plats ils vont choisir. Le personnel ne propose pas les nouveautés du menu ou de la carte, tâche réservée au gérant. Etant donné que le gérant connaît bien sa clientèle, il propose lui-même les nouveautés.

Les choix de la carte¹⁶

6 personnes sont très satisfaites des choix proposés par le restaurant d'entreprise Fresh Bar. Parmi les 9 participants, 3 sont également satisfait mais apportent des pistes d'amélioration : plus de choix au niveau des sandwiches chauds¹⁷, proposer plus de plats végétariens¹⁸, plus de variété de sandwiches (poulet curry, poulet mayo, crabe)¹⁹.

Verbatim

« C'est une bonne qualité, au niveau des choix c'est plus guidé vers la gastronomie italienne parce que le gérant est italien, mais il fait aussi de la cuisine orientale, également de la cuisine asiatique, il y a vraiment une variété assez importante et un choix renouvelé de nouveaux produits (I3) »²⁰

« Dans l'ensemble c'est un self-service très complet qui propose plusieurs plats différents ainsi que des sandwiches différents, ils proposent également un buffet en proposant des plats luxueux comme des escalopes milanaises des pâtes aux scampis, donc je trouve ça plutôt pas mal, pour résumer ils proposent une carte très variée en matière de choix, tous types de sandwiches, de pâtes, plats chauds, plats froids, dessert, potages. Pour moi il n'a rien à dire au niveau des choix (I8) »²¹

La qualité gustative²²

4 répondants sur 9 sont très satisfaits de la qualité gustative des plats et des sandwiches, 3 participants sur les 9 sont satisfaits de la qualité des sandwiches mais n'ont pas goûté autre chose que des sandwiches, 2 participants sur les 9 aiment moins les sandwiches et préfèrent les plats chauds ou froids.

¹⁵ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres**, Quand vous hésitez entre un ou plusieurs plats est-ce que le personnel vous conseille au mieux à choisir un plat correspondant à vos attentes ? (Dimension : connaître son client, la réactivité). Oui ou non, pouvez-vous expliquer votre point de vue ?

¹⁶ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres**, Que pensez-vous des choix proposés dans leurs menus ainsi que leurs cartes, répondent-ils à vos attentes ? (Dimension : la compétence)

¹⁷ Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres : Informant n°2

¹⁸ Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres : Informant n°7

¹⁹ Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres : Informant n°11

²⁰ Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres : Informant n°3

²¹ Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres : Informant n°8

²² **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres**, Pouvez-vous me donner votre avis sur la qualité gustative des plats et de la préparation des sandwiches, avez-vous des suggestions ? (compétence)

Verbatim

« *Vraiment très bon, Alfonso cuisine très bien ses plats rajoutent toujours une petite touche personnelle pour rendre le repas bien meilleur, je mange régulièrement les sandwiches, je constate que ce sont des produits frais, le sandwich américain est vraiment très bon un peu piquant, mais pas trop, pour moi dans l'ensemble c'est parfait il n'y a rien à dire, c'est un bon chef cuisinier. (I9)* »²³

L'infrastructure du restaurant d'entreprise²⁴

Dans l'ensemble, tous les participants trouvent que l'établissement est propre. 4 participants sur les 9 trouvent même la décoration plutôt jolie et 5 participants sur les 9 n'ont pas d'opinion : ils estiment que la décoration est rudimentaire mais que cela n'est pas anormal pour un restaurant self-service.

Verbatim

« *Sans avoir fait une grande analyse, oui c'est propre c'est bien entretenu, je n'ai jamais eu de problème ce que j'achète ou que je mange, il respecte les règles sanitaires aussi, les règles d'hygiène il porte des gants, des masques ça me semble bien. Au niveau du mobilier ou de la décoration il n'y a pas beaucoup, c'est un restaurant d'entreprise, donc c'est assez froid, mais voilà on ne vient pas là pour ça, on ne reste pas non plus des heures dans l'enceinte (I3)* »²⁵

Le restaurant d'entreprise dans son ensemble²⁶

8 participants sur les 9 se sentent en sécurité au sein du restaurant. Ils sont satisfaits de l'ensemble des services que leur propose le restaurant.

Verbatim

« *Je reste que 5 minutes à l'endroit commander et payé, ou le temps pour faire réchauffer ma soupe, c'est bien ils ont une micro-onde pour les clients s'ils veulent réchauffer leurs plats qui viennent de leurs maisons donc on n'est pas obligé de venir commander pour l'utiliser. Grâce à ça le lendemain je viens à la cantine commander mon sandwich, le fait qui 'il y ait un micro-onde à disposition des clients ça donne envie de commander là-bas. (I2)* »²⁷

²³ Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres : Informant n°9

²⁴ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres**, Que pensez-vous de la propreté de l'établissement ? (Dimension : la tangibilité), Que pensez-vous de la décoration du restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ?

²⁵ Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres : Informant n°3

²⁶ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres**, Globalement à l'intérieur de l'établissement en prenant en compte de certains éléments comme : la propreté, la décoration, la qualité des plats ainsi que leurs présentations, est-ce que vous vous sentez en sécurité, avez-vous des remarques ou des inquiétudes à ce sujet ? (Dimension : la sécurité), Pouvez-vous justifier votre réponse ?

²⁷ Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres : Informant n°2

Les horaires²⁸

Tous les participants sont satisfaits des horaires, ils évoquent notamment leur flexibilité : ouverture très tôt le matin et fermeture tardive.

Verbatim

« C'est bien ils ouvrent assez tôt, quand j'arrive dans le bâtiment le matin, on sent les croissants, on peut prendre un café, je n'en prends pas parce que j'en ai au bureau, il reste ouvert jusqu'à 15h au moins, est donc il est toujours ouvert pour les repas un peu tardifs. (I3) »²⁹.

Rapport qualité/prix³⁰

4 des participants sur les 9 estiment que c'est un peu cher dans l'ensemble malgré la bonne qualité des produits et du service. 2 participants sur les 9 sont satisfaits et trouvent que le prix est en corrélation avec la qualité du service. 2 participants sur les 9 estiment que c'est un bon rapport qualité/prix, mais que le prix d'un produit en particulier (la salade, sandwich au saumon) est trop cher ou que la qualité d'un produit est moindre par rapport à son prix. Un seul informant estime que la qualité des produits est un peu en dessous de ce qu'il espérait, mais que cela ne le dérange pas de payer un peu plus cher pour une qualité supérieure.

La fiabilité du service³¹

Parmi les participants, 4 participants sur les 9 sont satisfaits de la fiabilité sans aucune remarque particulière. 5 participants sur les 9 sont également satisfaits de la fiabilité du service, mais relèvent quelques failles. Parmi eux, 1 des participants sur les 9 estime que son plat n'était pas assez chaud. 3 participants sur les 9 n'ont pas eu leur commande dans le timing convenu, 1 participant sur les 9 a reçu la mauvaise commande. Bien qu'ils relèvent ces erreurs, ils estiment qu'elles ne sont pas fréquentes.

Inviter des clients chez "Fresh Bar"³²

Tous les participants inviteraient un client à manger au restaurant. Parmi eux, 2 personnes ne sont pas contre l'idée d'aller manger au Fresh Bar avec un client mais que cela dépend du

²⁸ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres**, Avez-vous des remarques au niveau des heures d'ouvertures de ce restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ? (Dimension : l'accès)

²⁹ Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres : Informant n°3

³⁰ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres**, Quelles sont vos remarques sur le rapport qualité/prix ? (Dimension : la fiabilité)

³¹ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres**, Quel est votre avis à propos de la fiabilité du service ? (Dimension : fiabilité). Avez-vous déjà rencontré un quelconque problème durant une prise de commande par exemple ?

³² **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres**, Prenons l'hypothèse que vous avez un rendez-vous avec un client au sein du bâtiment EEBIC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ? (Dimension : la crédibilité). Si oui pourquoi ? Si non pourquoi ?

profil du client. A titre d'exemple, un client important qui est habitué aux grands restaurants préférera un restaurant de plus haut standing.

8.2.1.5 Thème 4 : Points d'amélioration et intention de recommander l'établissement

C'est le dernier thème de notre premier guide d'entretien. Celui-ci reprend les suggestions que les participants formulent à l'égard du restaurant :

Les points d'amélioration³³

4 participants sur les 9 n'ont pas de remarque particulière ni de suggestion. Pour eux, tout est très bien. 5 participants sur les 9 ont des suggestions, à savoir : apporter de la diversité culturelle, proposer des plats musulmans, proposer une variété de sandwiches chauds, proposer des plats végétariens, que les commandes soient prêtes à l'heure.

Recommander le restaurant³⁴

Tous les participants recommanderaient ce restaurant mais l'un d'entre-deux le recommanderait surtout à des personnes qui se trouvent dans l'environnement du restaurant d'entreprise.

Verbatim

« Oui, c'est peut-être un peu cher, mais c'est abordable, je précise donc pour moi ce n'est pas un vrai resto, c'est plutôt une cantine du midi, parce que ce que je recommande à mes amis c'est des restaurants pas des self-services, donc voilà. Maintenant des gens qui travaillent dans les environs, oui, je recommande sans problème, (16) »³⁵.

³³ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres**, Si vous avez des conseils à donner au gérant du restaurant pour améliorer la qualité des services qu'il propose ? Quels seraient-ils ?

³⁴ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres**, Est-ce que vous recommanderiez ce restaurant d'entreprise à d'autres personnes. Oui ou non, pourquoi ?.

³⁵ Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres : Informant n°6

8.2.1.6 Synthèse

Dans les deux premiers thèmes « *introduction et pause déjeuner idéal* », nous remarquons que tous les participants aiment faire une pause déjeuner pour se détendre et se déconnecter de leur travail en mangeant leurs tartines ou leurs sandwiches principalement. En matière de gastronomie, les profils sont assez variés. Ils aiment tous types de restaurants mais les restaurants style brasserie sont le plus régulièrement cités. Ensuite, dans le thème : « *les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative* », les membres internes et externes ont évoqué six dimensions importantes pour un restaurant d'entreprise en règle générale : la compétence, la courtoisie, la tangibilité, la fiabilité, l'accès, la réactivité. Les éléments que nous retrouvons pour chaque dimension sont les suivants :

- La compétence reprend la qualité de la préparation des plats, la compétence du personnel et la qualité des produits.
- La courtoisie reprend le bon accueil du personnel et du gérant : assurer un bon relationnel avec les clients.
- La fiabilité reprend le bon rapport/qualité prix, le bon service dans son ensemble ainsi que le respect des délais des prises et préparations des commandes.
- La tangibilité reprend la propreté du restaurant, la décoration, l'aménagement de l'établissement.
- L'accès reprend la flexibilité des horaires.
- La réactivité reprend essentiellement l'altruisme du personnel envers les clients.

Parmi les dix dimensions développées dans le modèle SERVQUAL, nous en retrouvons six dans notre étude de terrain. Avant d'entamer le prochain thème consacré au restaurant d'entreprise « Fresh bar », il est à noter que ces six dimensions sont incontournables pour assurer la qualité du service de Fresh Bar.

En ce qui concerne le Thème 3 consacré à Fresh Bar, qui est le plus important : « *Evaluation de la qualité de service de Fresh Bar.* », nous avons repris les 10 dimensions du modèle SERVQUAL dans nos questions proposées aux participants. Il y a au moins une dimension par question dans notre guide d'entretien. Ce qui se dégage de cette étude qualitative est que la majorité des participants sont très satisfaits de ce restaurant d'entreprise et nous pouvons dire que toutes les dimensions répondent aux attentes des clients interrogés. La dimension "fiabilité" était un peu remise en cause : la majorité des participants trouve le restaurant un peu cher au niveau rapport/qualité prix et le retard des commandes est aussi un problème, mais ce n'est pas récurrent.

Nous allons terminer avec le dernier thème : « *Thème 4 : Points d'amélioration et Intention de recommander l'établissement* ». Ce dernier thème nous permet d'observer les recommandations ou améliorations éventuelles des participants formulées à l'égard du gérant. Le dernier point de ce thème évoque les réactions et la propension des clients actuels à faire connaître le restaurant d'entreprise Fresh Bar à d'autres personnes. Les recommandations qui en ressortent sont les suivantes : résoudre certains problèmes de commandes

et proposer des suggestions pour améliorer le service (proposer des plats musulmans, végétariens). Dans l'ensemble il y a très peu de points négatifs concernant la qualité du service du restaurant et tous les participants le recommandent.

8.2.2 Les clients potentiels du restaurant d'entreprise

Ce point concerne le deuxième et dernier guide d'entretien. Ce guide d'entretien sert à analyser le comportement des participants sur la qualité du service d'un restaurant d'entreprise en règle générale, c'est pour cela que nous reprenons exactement les mêmes thèmes que le guide d'entretien précédant mais sans reprendre le thème consacré à "Fresh Bar" étant donné que ce ne sont pas des clients du restaurant.

8.2.2.1 Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

Ce thème reprend toutes les interviews des clients et leurs réactions des répondants quant à la pause déjeuner :

- *Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ?* Manger à midi ses tartines ou un sandwich, (2/4), Manger à midi, se détendre, manger avec des amis, (1/4), il se prépare à manger chez lui, (1/4).
- *Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid :* (3/4) des informants affirme que la vie post-covid est différente de celle avant le covid. En effet, comme présenté préalablement dans l'autre étude, l'aspect social est fondamentalement perturbé en ce sens que ces informants ne souhaitent pas encore revenir dans des endroits fréquentés et préfèrent garder une partie de leur semaine en télétravail. (1/4) des informants affirme à contrario que sa vie n'a pas changé.

Verbatim

« Oui la maladie du covid, les restaurants sont totalement fermés à part peut-être certains restaurants qui préparent des plats à emporter, sinon je suis quelqu'un qui mange très souvent au restaurant dans le cadre de mon métier. Et je dois avouer que la distanciation sociale a beaucoup joué dans mon relationnel avec mes clients et mes amis également. (15) »³⁶

³⁶ Les clients potentiels du restaurant d'entreprise : Informant n°5

8.2.2.2 Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Ce thème reprend les mêmes questions que le premier guide d'entretien :

- *Le temps de midi, c'est un moment pour...* : manger ou reposer, pour (4/4)
- *Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ...* : avec les collègues ou des autres personnes pour (3/4), au calme (1/4)

Préférence Gastronomique

Parmi les 4 participants, chacun à ses préférences gastronomiques. Un informant préfère les restaurants qui proposent un buffet avec service à volonté. Un autre préfère les restaurants style "lunch", une restauration africaine, et pour terminer, le dernier participant préfère tout type de gastronomie.

8.2.2.3 Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Comme vu précédemment dans notre premier guide, ce thème nous permet d'observer les dimensions d'un restaurant d'entreprise.

Les dimensions évoquées par les informants : compétence

3 participants sur les 4 ont répondu que la compétence était un élément indispensable.

Les dimensions évoquées par les informants : courtoisie

2 participants sur les 4 déclarent que le bon accueil du personnel est indispensable pour maintenir une clientèle. Il est très important de donner bonne impression lors du premier contact avec le client.

Les dimensions évoquées par les informants : tangibilité

La propreté de l'établissement reprenant par la même occasion la décoration et l'aménagement du restaurant d'entreprise sont des critères importants pour 2 des 4 participants.

8.2.2.4 Thème 3 : Degré de connaissance de Fresh Bar et raison de non fréquentation de l'établissement

Nous allons aborder ce dernier thème, propre à ce guide d'entretien, qui nous permet de connaître le point de vue des participants sur le restaurant malgré qu'ils ne le fréquentent pas. L'objectif de ce dernier thème est de connaître leurs avis pour mettre en avant les éléments à prendre en compte afin qu'ils deviennent potentiellement clients.

Connaissance du restaurant d'Entreprise Fresh Bar³⁷

3 participants sur 4 ne connaissent pas ce restaurant d'entreprise, un participant a déjà entendu parler de celui-ci par l'intermédiaire de l'un de ses clients. Les raisons pour lesquelles ils n'y sont jamais allés sont essentiellement dues au fait qu'ils n'ont jamais entendu parler de ce restaurant et aussi, qu'un restaurant d'entreprise est, selon eux, propre au personnel de l'entreprise.³⁸

Tous les participants aimeraient tester ce restaurant d'entreprise pour découvrir des nouveaux produits et préparations culinaires.

Verbatim

« Dans les prochains mois, j'ai un rendez-vous avec deux clients du côté d'Érasme, je pense que j'irai manger dans ce restaurant ou pas j'emporterai mon plat ou mon sandwich étant donné de la situation sanitaire compliquée.

Après ma première visite et que l'environnement est bon et que mon client est satisfait de l'endroit, j'aurai déjà une idée du restaurant et je pourrais y retourner plus souvent, et si vraiment je suis satisfait de ce restaurant d'entreprise je le recommanderais à un maximum de mes clients pour qu'ils aillent commander leurs sandwiches à cet endroit bien entendu s'ils se trouvent dans le coin d'Anderlecht. Je ne vais pas leur demander de faire 40 minutes de voiture pour aller prendre un plat ou un sandwich.

Une grande variété de produits, ainsi que les éléments que j'ai exposés au début de l'interview, donc les éléments de base que tout restaurant doit respecter, la serviabilité, l'accueil, la courtoisie, une bonne ambiance et pour terminer la propreté de l'établissement. (I5). »³⁹

³⁷ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients potentiels du restaurant d'entreprise**, Connaissez-vous le restaurant Fresh Bar, qui se trouve dans le bâtiment EEBIC au rez-de-chaussée à droite du service d'accueil ?, Avez-vous déjà entendu des échos à propos de ce restaurant, si oui lesquels ?

³⁸ **Annexe : Guide d'entretien : Les clients potentiels du restaurant d'entreprise**, Si non, pour quelles raisons n'êtes-vous jamais allé prendre un repas dans ce restaurant d'entreprise ?

³⁹ Les clients potentiels du restaurant d'entreprise : Informant n°5

8.2.2.5 Synthèse

Les éléments essentiels ressortis de ces différents entretiens nous ont permis de mieux comprendre le comportement des consommateurs quant à la pause déjeuner. Ils nous permettent également de connaître leur opinion sur la qualité attendue d'un restaurant ou restaurant self-service et d'observer les dimensions du modèle SERVQUAL qui se démarquent majoritairement. Ce guide d'entretien reprend les trois premiers thèmes du guide précédent avec un dernier thème propre à ce deuxième guide d'entretien qui est le suivant: « Thème 3 : Degré de connaissance de Fresh Bar et raison de non-fréquentation de l'établissement ».

Les dimensions qui ressortent de cette deuxième étude sont presque identiques à celles des entretiens précédents. On retrouve les dimensions relatives à la compétence, la courtoisie, la fiabilité, la tangibilité et enfin, la dimension de sécurité qui reprend l'environnement du restaurant d'entreprise et le fait que l'informant se sente en sécurité de manière générale.

Tous les participants de cette étude ne sont pas clients du restaurant Fresh Bar mais sont tous d'accord d'aller le tester. Les raisons qui les poussent à essayer le restaurant sont les suivantes : l'envie de découvrir un nouveau style de restaurant avec de nouveaux produits frais et tester la qualité des produits et l'environnement général du restaurant.

8.2.3 Recommandations

Comme nous l'avons montré dans nos entretiens individuels, la situation du restaurant d'entreprise est loin d'être alarmante. Dans l'ensemble, les résultats obtenus sont très positifs malgré les faiblesses que nous avons édictées précédemment. Tous les participants sont très satisfaits du restaurant d'entreprise : on peut affirmer que le restaurant satisfait toutes les dimensions de la qualité de service du Modèle SERVQUAL.

Pour terminer notre travail et le finaliser de manière exhaustive, nous avons rédigé un questionnaire final⁴⁰ sous forme de tableau en reprenant en colonne les différentes affirmations, et en ligne les modalités de réponses, nous en avons 5 modalités différentes, reprisent ci-dessous :

- Je ne suis pas du tout d'accord
- Je suis plutôt pas d'accord
- Je ne suis ni d'accord, ni en désaccord
- Je suis plutôt d'accord
- Je suis tout à fait d'accord

Ce questionnaire se terminera par une rubrique intitulée « *Remarques ou suggestions* : le client pourra suggérer de manière écrite et circonstanciée une dernière recommandation.

⁴⁰ Annexe : Questionnaire final à proposer aux clients de Fresh Bar

9 Conclusion générale

Ce travail de fin d'études est basé sur la question centrale consistant à « Mesurer la satisfaction des clients d'un restaurant self-service d'entreprises » et plus précisément du restaurant d'entreprise Fresh Bar.

Pour commencer, nous avons présenté le restaurant d'entreprise et expliqué brièvement son activité. Nous avons ensuite exposé la problématique rencontrée par ce dernier qui a ouvert ses portes six mois avant le début de la crise sanitaire de la covid-19. Le gérant n'a pas pu développer son activité comme il le souhaitait. Cependant, à ses débuts, il a réussi à faire connaître son restaurant par le biais d'un site web et en le mettant en avant sur les réseaux sociaux tels que : Instagram, Twitter.

Ensuite, dans la deuxième partie de ce travail qui consiste en une revue détaillée de la littérature, nous avons abordé plusieurs points. Parmi ces points : le marketing des services qui nous a permis de définir un service et de connaître ses différentes caractéristiques. Nous avons également défini les différents types de marketing nous permettant de comprendre davantage la relation entre un client et un prestataire. Nous avons abordé, dans cette deuxième partie, les attentes du client par rapport à un service.

Aussi, nous avons défini et analysé les concepts théoriques de la satisfaction et de la qualité perçue qui ont servi de base théorique pour mener à bien notre étude qualitative.

Nous avons analysé la théorie du modèle SERVQUAL et SERVPERF et nous avons appliqué le modèle SERVQUAL à un restaurant d'entreprise tout en observant les dix dimensions qui en ressortent et qui sont détaillées dans la troisième partie de notre conclusion.

Nous terminerons notre travail de fin d'étude qui est consacré à la partie Application, et nous a permis de répondre à notre question de recherche « mesurer le niveau de satisfaction de la clientèle à l'égard de ce service ».

Nous avons réalisé une synthèse pour chaque guide d'entretien, nous avons pu constater dans notre synthèse des entretiens propre aux « Les clients membres du bâtiment EEBIC et les clients non membres », que les caractéristiques des dimensions principales qui se démarquent dans 10 dimensions proposées par le modèle SERVQUAL sont, « **la tangibilité** : la propreté de l'établissement », « **la courtoisie** : le bon accueil du personnel », « **la compétence** : le professionnalisme du personnel, la qualité des plats, la variété », « **la fiabilité** : le rapport qualité/prix, assurer le bon service dans son ensemble », « **la réactivité** : aider les clients à choisir leurs plats », « **la flexibilité** : des heures d'ouverture pratiques pour tous leurs clients », « **la sécurité** : les clients se sentent en sécurité au sein du restaurant reprenant un ensemble de dimensions de qualité de service », « **connaître son client** : conseiller son client dans ses choix ». Il est très important de prendre en compte que les caractéristiques évoquées par les répondants ne sont peut-être pas complètes à leurs yeux parce qu'ils ont peut-être oublié certaines caractéristiques à mentionner dans notre pré-enquête, c'est pour cela que nous avons établi un questionnaire final reprenant plusieurs déclarations que le gérant transmettra aux clients pour évaluer la qualité de service de son restaurant d'entreprise.

Ensuite nous nous sommes intéressés un peu plus en profondeur aux caractéristiques défailtantes qui peuvent engendrer l'insatisfaction. L'étude nous démontre qu'un peu moins

de la moitié des personnes interrogées sont insatisfaites de leur prise de commandes. Quand certains clients commandent le matin et que la commande n'est pas prête pour l'heure convenue. Cela arrive de temps en temps, voir même régulièrement pour plusieurs participants que la commande n'est pas prête à l'heure.

Troisièmement, l'autre point négatif, c'est le rapport qualité/prix. La majorité des participants trouve que l'ensemble des plats et des sandwiches sont un peu chers, malgré la qualité des produits et du service.

Nous terminerons par notre deuxième guide d'entretien « Les clients potentiels du restaurant d'entreprise ». Cette deuxième partie de notre étude qualitative nous apprend également à connaître le comportement des clients sur leurs évaluations d'un restaurant d'entreprise de manière générale, étant donné qu'ils ne sont pas clients du restaurant d'entreprise Fresh-Bar. Ce qui ressort de cette deuxième étude est que les dimensions évoquées par les participants sont étroitement liées à notre premier guide d'entretien, reprenant, « **la tangibilité** : la propreté de l'établissement », « **la courtoisie** : le bon accueil du personnel », « **la compétence** : le professionnalisme du personnel, la qualité des plats, la variété », « **La sécurité** : le client se sent en sécurité dans l'ensemble prenant en compte toutes les dimensions évoquées par les clients », « **la fiabilité** : le rapport qualité/prix, assurer le bon service dans son ensemble ».

10 Bibliographie

- Asubonteng Patrick, M. K. (1996). SERVQUAL revisited: A critical review of service quality. *Journal of Services Marketing*, Vol. 10 n° 6, p. 62-81.
- Auriacombe, B. (Janvier-Mars 2015). L'utilité d'une garantie de service : le point de vue du personnel en contact. *Décisions Marketing*, N°77, pp. 31-45.
- Barak Libai, D. N. (2002). « Toward an individual Customer Profitability Model : A Segment Based Approach ». *Journal of Service Research*, Vol 5, Issue 1, 69-76.
- Bartikowski, B. (1999). La satisfaction des clients dans les services : une vue situationnelle du poids fluctuant des éléments. *Université de droit, d'économie et des sciences d'Aix Marseille, Institut d'administration des entreprises, Centre d'étude et de recherche sur les organisations et la gestion*, 8.
- Beheshtinia, M. F. (2017). A fuzzy QFD approach using SERVQUAL and Kano models under budget constraint for hotel services. *Total Quality Management & Business Excellence*, 1-23.
- Bhattacharjee, A. (2001). « Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model ». *MIS Quarterly*, vol. 25, no 3, 351-370.
- Blanchet, A. &. (1985). *L'entretien dans les sciences sociales: L'écoute, la parole et le*. Paris: Dunod. .
- Boyer André, N. A. (2008). LA RELATION ENTRE LA PERCEPTION DE LA QUALITÉ ET LA FIDÉLITÉ. *La Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion n° 234*, 37-48.
- Cadenat S., B. A.-M. (2013). Regards sur la coproduction du client: comment les entreprises nous font-elles participer? *décisions marketing*, n°70, 9-24.
- Cadenat S., d. L.-Z. (Octobre-Décembre 2013). Managers et recherche en marketing : de nouvelles attentes dans un contexte de bouleversement technologies et temporels. *Décisions Marketing*, n°72, pp. 65-85.
- Carman, J. (1990). Consumer Perception Quality : An Assessment of the SERVQUAL. *Journal of Retailing*, 33-55.
- Charry, K. H. (2019). *Etudes de marché*. Mons: Université catholique de Louvain.
- Chow, C. K. (2014). Customer satisfaction and service quality in the Chinese airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 102-107.
- Cronin, J. a. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension,. *Journal of Marketing*, Vol.56, pp55-68.
- Cronin, J. J. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, Vol. 56, No. 3, pp. 55-68.
- Dandison Ukpabi, S. O. (2018). *Information and Communication Technologies in Tourism 2018*. (B. S. Pesonen, Éd.) Jönköping, suède: Springer.
- d'Astous, A. (2015). *Le projet de recherche en Marketing, 5éme édition*. Montréal : Chenelière Education.
- David W. Finn et Charles W. Lamb, J. (1991). AN EVALUATION OF THE SERVQUAL SCALES IN A RETAILING SETTING. *Advances in Consumer Research*, Volume 18, 483-490.

- De Moerloose, C. J. (2018). *Cours de Séminaire d'accompagnement du*. Mons: Unpublished document, Université Catholique de Louvain, Louvain.
- Denis Darpy, V. G. (2016). *Comportements du consommateur*. Malakoff: Dunod.
- Dreze, A. A. (1996). Le data-Mining et l'alternative modèles classiques/réseaux neuronaux . *Décisions Marketing*, n°7, 1996, p.77-86.
- Edvardsson, B. ,. (2005). Service Portraits in Service Research: A Critical Review. *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 16 n° 1, p. 107-121.
- Emmanuelle Le Nagard, G. M. (Avril-Juin 2017). Consommateurs, nous n'avons pas les mêmes valeur... *Décisions Marketing*, N° 86, pp. 5-8.
- Emmanuelle Le Nagard, J.-L. G. (Janvier-Mars 2016). « Ce n'est que du marketing » ! *Décisions Marketing*, n°81, pp. 5-8.
- Evrard, Y. (1993). « La satisfaction des consommateur : état des recherches », *Revue française du Marketing*, 53-64.
- Evrard, Y. (1993). La satisfaction des consommateurs: état des recherches. *Revue Française du Marketing*, pp 53-64.
- F.R., D. (1989). "Customer Lifetime Valuation to Support Marketing Decision Making", *Journal of Direct Marketing*, 9, 1, 79-84.
- Faisal Tehseen Shah b, Z. S. (2020). The impact of airline service quality on passengers' behavioral intentions using passenger satisfaction as a mediator. *Journal of Air Transport Management*, Volume 85, pp1-12.
- Flambard-Ruaud, S. (1996). « Cartographie d'une base de données : un entretien », *décision Marketing*, n°7 , pp. 31-35.
- Garima Gupta, S. K. (2004). Measuring Service Quality: Servqual vs. Servperf Scales. *Vikalpa: The Journal for Decision Makers*, VOLUME 29 • NO, 225-38.
- Garvin, D. A. (1988). *Managing Quality*. New York: The free Press.
- Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition (Issues in Organization and Management Series)*. Lexington: Lexington books.
- Gronroos, C. (2001). *Service Management and Marketing , 2° édition*. New York: John Wiley & Sons.
- Gummesson, E. (1999). *Total Relationship Marketing*,. Butterworth- Heinemann Oxford.
- Gummesson, E. (1987). Lip Service: A Neglected Area in services Marketing. *Journal of consumer service*, n°1.
- Gupta, H. (2018). Evaluating service quality of airline industry using hybrid best worst method and VIKOR. *Journal of Air Transport Management*, Volume 68, 35-47.
- Hasan Dinçera, S. Y. (2020). Analysis of balanced scorecard-based SERVQUAL criteria based on hesitant. *Computers & Industrial Engineering*, Volume 131 , 1-12.
- Hing, Y. L. (1995). Measuring quality in restaurant operations: an application of the SERVQUAL instrument. *International Journal of Hospitality Management*, Volume 14, numéros 3-4 , 293-310.
- Holbrook, M. B. (1985). *Quality and Value in the Consumption Experience : Phaldrus Rides Again, in Perceived Quality*,. lexington massachusetts: Rowman et Littlefield.

- Hussain, R. H. (2015). Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation. *Journal of Air Transport Management*, Volume 42,167-175.
- I.F., S. J. (1980). *Satisfaction Related to Predictive vs Desired Expectations, Refining Concepts and Measures of Consumer Satisfaction and Complaining Behavior* red. H.K. Hunt and R.L. Day, Bloom. Bloomington, Indiana: Indiana University Bloomington.
- Ignacio Cepeda-Carrión, A. G.-M.-G.-R. (2015). Linking unlearning with service quality through learning processes in the Spanish banking industry. *Journal of Business Research*, Volume 68, Numéro 7, 1450-1457.
- Isabel Amélia Costa Mendes, M. A. (2018). Expectations and perceptions of clients concerning the quality of care provided at a Brazilian hospital facility. *applied nursing research journal*, Volume 39, 211-216.
- I-ShuoChen. (2016). A combined MCDM model based on DEMATEL and ANP for the selection of airline service quality improvement criteria: A study based on the Taiwanese airline industry. *Journal of Air Transport Management*, Volume 57, 7-18.
- J.R. Copulsky at M.J. Wolf. (1990). Relationship Marketing : Positioning for the future. *Journal of Business Strategy*, Vol. 11 n° 4, p. 16-20.
- Jacoby, J. (1978). Consumer Research: A state of the Art Review. *Journal of Marketing*, Vol. 42, n° 2, pp. 87-96.
- Jaishankar Ganesh, M. J. (2000). Understanding the Customer Base of Service Providers: An Examination of The Differences between Switchers and Slayers. *Journal of Marketing*, Volume 64 Issue 3,pp. 65–87.
- James G. Barnes, P. A. (2000). *Chapter 5: Self-Service and Technology: Unanticipated and Unintended Effects on Customer Relationships*. (T. A. Iacobucci, Éd.) Vanderbilt University, : SAGE Publications,.
- James G. Barnes, P. A.-S. (2000). *Handbook of Service Marketing and Management*, . Thousand Oaks,: Sage Publications.
- Kant, R. J. (2017). The impact of perceived service quality dimensions on customer satisfaction: An empirical study on public sector banks in India. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 35 n° 3, p. 411-430.
- Kervyn De Meerendré, N. (2018-2019). *Marketing*. Mons: Louvain School of Management.
- Koëlemeijer, K. (1991). Perceived Customer Service Quality: Issues on Theory and Measurement, Proceedings,. *World Conference on Research in the the Distributive Trades, Den Haag*, 68-76.
- Kotler Philip, A. G. (2017). *PRINCIPES DE MARKETING*. France: PEARSON ; 13e édition.
- Kotler, K. (2006). *Marketing management*. Paris: Pearson Education, 12ème édition.
- Kotler/Keller/Dubois/Manceau. (2006). *Marketing management*,,. Montreuil: 12ème édition , Pearson Education.
- Lajoinie-Bourliataux, S. (1998). « Application du Marketing direct sur internet : le cas controversé des cookies et du spamming ». *Décisions Marketing*, No. 14, pp. 73-79.
- Lajoinie-Bourliataux, S. (1998). Application du marketing direct sur internet: le cas contreversé des cookies et du spamming. *Décisions Marketing*, n°14, p.73-79.

- Lee, K. J. (2014). Attitudinal dimensions of professionalism and service quality efficacy of frontline employees in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, Volume 41,140-148.
- Levy J. et Manceau D. (1993-1994). « La recherche sur la satisfaction des clients. Présentation et commentaire d'un choix d'articles sur trente ans », *Revue française du Marketing*, N° 144-145,101-123.
- Lovelock Christopher, W. j. (2004). *Marketing des services*. Paris: Pearson Education.
- Lovelock Christopher, W. J. (2014). *Marketing des services*. Montreuil: Person Education.
- Marc Filser. (2001). « Le magasin amiral : de l'atmosphère du point de vente à la stratégie relationnelle de l'enseigne ». *Décisions Marketing*, No. 24, pp. 7-16.
- Martin, L. C. (1992). *Taken from the case « BT : Telephone Account Management »*. Lausannes,: IMD (Institut pour l'International Management Developement.
- Mehdi Keshavarz Ghorabae, M. A. (2017). A new hybrid simulation-based assignment approach for evaluating airlines with multiple service quality criteria. *Journal of Air Transport Management*, Volume 63,45-60.
- N.M. Stefano, N. C. (2015). A Fuzzy SERVQUAL Based Method for Evaluated of Service Quality in the Hotel Industry. *Procedia CIRP*, Volume 30, 433-438.
- Nicole E. Coviello, R. J. (1997). « Understanding Comtemporary Marketing : Development of a Classification Scheme », *journal of Marketing Management*, Volume 13, 501-522.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, n° 4 , pp. 460-469.
- Parasuraman A., V. A. (1990). SERVQUAL : une échelle multi-items de mesure des perceptions de la qualité de service par les consommateurs. *Recherche et Applications en Marketing*, Vol. 5, n° 1 (1990), pp. 19-42.
- Parasuraman A., Z. V. (1988). SERVQUAL: A Multi-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,. *Journal of Retailing*,, 12-40.
- Parasuraman A., Z. V. (1988). SERVQUAL: A Multi-Item Scale for Measuring Consumer er Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Volume 64, 12-40.
- Patricia Gurviez, L. S. (Juillet-Septembre 2017). Marketing et bien-être. *Décisions Marketing*, N° 87,pp. 5-14.
- Pechmann, C. C. (Juillet 2015). Tendances de la recherche en marketing social au niveau de la psychologie du consommateur. *Recherche et Applications en Marketing*, Vol 30, n°3, pp. 128-132.
- Pellemans, P. M. (1999). *Recherche qualitative en marketing: Perspective*. Paris: Boeck & Larcier.
- Prim, B. Y. (2000). « Orientation relationnelle versus transactionnelle du client : développement d'une échelle dans le secteur bancaire. *Actes du congrès de l'AFM*, vol. 16, tome2, 1111-1123.
- Riazanov, E. (2019). *Étude exploratoire de l'influence des méthodes d'évaluation sur l'humanisation organisationnelle*. Louvain School of Management, Université catholique de Louvain, Prom. : Rousseau, Anne.
- Richard L. Oliver. (1980). « A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions », *Journal of Marketing Research*,, Vol. 17, n° 4 , pp. 460-469.

- Richard Normann. (1991). *Service Management : Strategy and Leadership in Service Bussinesses*. Chichester,: ohn Wiley & Sons, .
- Rust, R. Z. (1996). « *Service Marketing* »,,. Harpercollins.
- Schlesinger, L. A. (1995). « Realize Your Customer's Full Profit Potential ». *Havard Businesss Review*, n°73,, 59-75.
- Shokouhyar, S. (2020, Avril 21). Research on the influence of after-sales service quality factors on. (E. Ltd, Éd.) *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 56,pp.1-11.
- SINIGAGLIA, V. M. (2020). *Stratégique,12ème*. (W. R. Johnson G., Éd.) France: Pearson Education France.
- Sinigaglia, V. M. (2020-2021). *Stratégie MGEHD2143*. Mons: Louvain School of Management.
- T, M. G. (1992). Some Methodology Issues, Séminaire International de Recherche en Management des Activités de Service, 2, IAE Aix-en-Pro vence,. *The Measurement of Service Quality*, 411-431.
- Tremblay, P. (2006). *Mesurer la satisfaction et les attentes des clients*. Québec: Centre d'Expertise des Grands Organismes.
- Ümit Hacıoğlu, H. D. (2017). *Global Financial Crisis and Its Ramifications on Capital Markets*. Suisse: Springer Publishing.
- V.A Zeithaml, L. B. (1993). « The Nature Of Déterminants of Customer Expectations of Service »,. *Journal of the Academy of Marketing Science*, n°21,1-12.
- Ventalon, S. F.-R.-P. (1996). Cartographie d'une base de données. *Décisions marketing*, n°7, p.31-35.
- Wolf, J. R. (1990). Relationship Marketing: Positioning for the Future. *Journal of Business Strategy* , 11, n°4, p.16-20.
- X., A. A. (1996). « Le data-mining et l'alternative modèle classiques/réseaux neuronaux »,. *décisions Marketing*, n°7, 77-86.
- Yüksel, S. (2017). *Global Financial Crisis and Its Ramifications on Capital Markets*. Suisse: Springer International.

11 Les Annexes

11.1 Présentation de l'échantillonnage

<u>N° d'entretien</u>	<u>Date d'entretien</u>	<u>Code Utilisateur et fonction</u>	<u>Age</u>	<u>Genre</u>	<u>Durée de L'entretien</u>	<u>Membre interne (MI et Membre externe (ME) et les Non Membre (NM)</u>
1	19/03/2021	I1- stagiaire comptable	27	H	25	MI
2	19/03/2021	I2- Stagiaire comptable	24	H	27	MI
3	24/03/2021	I3- Expert-Comptable	55	H	25	MI
4	27/03/2021	I4- Policier	21	H	29	NM
5	28/03/2021	I5- Directeur Commercial	61	H	24	NM
6	02/04/2021	I6- Conseillé en stratégie	41	H	21	MI
7	10/04/2021	I7 Directeur de centre d'hébergement	37	H	25	ME
8	19/04/2021	I8 Assistant administrative	26	F	30	MI
9	19/04/2021	I9 Gérant d'une société de consultance stratégique	35	H	31	MI
10	20/04/2021	I10 employé en informatique	29	F	29	MI
11	27/04/2021	I11 infirmière	28	F	28	ME
12	28/04/2021	I12 Logisticien	37	M	22	NM
13	29/04/2021	I13 Avocat	31	M	24	NM

11.2 Déroulement de l'entretien

11.2.1 Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres

<u>Etape</u>	<u>Thème</u>
0	Introduction – Questions d'échauffement
1	La pause déjeuner idéale
2	Les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative
3	Consacré à Fresh Bar : Evaluation de la qualité de service de Fresh Bar
4	Points d'amélioration et Intention de recommander l'établissement

11.2.2 Les clients potentiels du restaurant d'entreprise

<u>Etape</u>	<u>Thème</u>
0	Introduction – Questions d'échauffement
1	La pause déjeuner idéale
2	les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative
3	Degré de connaissance de Fresh Bar et raison de non fréquentation de l'établissement

11.2.3 Les membres du bâtiments EEBC et clients externes qui ne sont plus clients du restaurant d'entreprise

<i>Etape</i>	<i>Thème</i>
0	Introduction – Questions d'échauffement
1	La pause déjeuner idéale
2	Les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative
3	Consacré à Fresh Bar : Evaluation de la qualité de service de Fresh Bar « actuellement les clients ne fréquentent plus le restaurant d'entreprise ».
4	Points d'amélioration et Intention de recommander l'établissement

11.3 Guide d'entretiens

Guide d'entretiens :

Les clients membres du bâtiment EEBC et les clients non membres

Bonjour, je suis étudiant en sciences de gestion en horaire décalé à l'UCLouvain FUCaM, et dans le cadre de mon mémoire, je m'intéresse à l'évaluation de la qualité des services proposés par un restaurant d'entreprise que vous devez connaître : il s'agit du Fresh Bar.

Dans ce cadre, j'aimerais m'entretenir avec vous à propos des éléments sur base desquels vous appréciez la qualité de service d'un restaurant self-service.

Toutes les informations que vous me transmettez resteront confidentielles. C'est pourquoi je vous demande d'être le plus spontané possible. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse, seule votre opinion compte pour moi.

Accepteriez-vous que j'enregistre notre discussion ? Cet enregistrement ne sera utilisé que dans le cadre de ce travail de fin d'études et sera détruit au terme de celui-ci. Je vous en remercie d'avance.

Si vous le voulez, nous pouvons commencer.

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?

- Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.)
- Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid
Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale. Quelle serait-elle ?

- Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.
 - Le temps de midi, c'est un moment pour...
 - Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ...
 - Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui...
- Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ?
Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?
11. La compétence : la compétence du personnel est importante pour évaluer la qualité d'un restaurant self-service.
 12. La courtoisie : la courtoisie du personnel
 13. La crédibilité : le personnel qui informe ou explique la composition de certains plats spécifiques aux clients, doit savoir de quoi il parle parce que la réputation du restaurant est mise en jeu.
 14. La sécurité : le client doit sentir en sécurité dans l'établissement, et certaines conversations échangées avec le client doivent rester confidentielles.
 15. L'accès : le restaurant doit être joignable à tout moment, accéder facilement à l'établissement pour les clients, mais aussi pour le personnel
 16. La communication : le personnel doit s'exprimer dans un langage compréhensible pour le client afin d'assurer une interaction entre les deux parties
 17. Connaître le client : il est important de bien comprendre les besoins de ces clients, par exemple le reconnaître quand il rentre dans le restaurant.
 18. La tangibilité : l'apparence des différentes installations tels que, la cuisine, le comptoir, la disposition des tables et chaises, le matériel du personnel utilisé. Ces différents éléments doivent être conformes et attractifs aux yeux du client.
 19. La fiabilité : que le service soit réalisé correctement dès la première fois (on reçoit bien ce qu'on a commandé dans les temps annoncés).
 20. Réactivité : toujours répondre aux attentes des clients

Nous venons parler d'une série de caractéristiques d'un restaurant d'entreprise qui vous permettent d'en apprécier la qualité de service.

- Y a-t-il des caractéristiques/critères plus importants que d'autres ? Si oui, lesquels ? Quels seraient pour vous les critères les plus importants ?

Thème 3 consacré à Fresh Bar : Évaluation de la qualité de service de Fresh Bar.

- Êtes-vous déjà allé manger dans le restaurant Fresh Bar ?
Si oui, combien de fois y êtes-vous allé prendre votre repas depuis la création de ce restaurant ?
- Généralement vous mangez sur place ou vous prenez un plat à emporter, vos habitudes étaient-elles différentes avant les conditions restrictives imposées par le covid ?

Vous souvenez-vous de comment s'est passé votre dernier repas ?

- Pouvez-vous me dire comment vous avez connu le restaurant d'entreprise Fresh bar ?
(Dimension : communication)

- Comment jugez-vous l'accueil au sein du restaurant ? **(Dimension : la courtoisie)**
pouvez-vous m'expliquer en profondeur votre ressenti ?

- Quel est votre ressenti quant à l'amabilité du personnel ? **(Dimension la courtoisie)**
Avez-vous des remarques en particulier, concernant l'amabilité du personnel

- Le personnel est-il communicatif, est-ce qu'il s'intéresse à vous ?
Si oui ou non, pourquoi ? **(Dimension : écoute et connaissance du client)**

- Quand vous hésitez entre un ou plusieurs plats est-ce que le personnel vous conseille au mieux à choisir un plat correspondant à vos attentes ? **(Dimension : connaitre son client, la réactivité)**

Oui ou non, pouvez-vous expliquer votre point de vue ?

- Que pensez-vous des choix proposés dans leurs menus ainsi que leurs cartes, répondent-ils à vos attentes ? **(Dimension : la compétence)**

- Si oui ou non, pourquoi ?

- Pouvez-vous me donner votre avis sur la qualité gustative des plats et de la préparation des sandwiches, avez-vous des suggestions ?

- Que pensez-vous de la propreté de l'établissement ? **(Dimension : la tangibilité)**
Que pensez-vous de la décoration du restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ?

- Globalement à l'intérieur de l'établissement en prenant en compte de certains éléments comme : la propreté, la décoration, la qualité des plats ainsi que leurs présentations, est-ce que vous vous sentez en sécurité, avez-vous des remarques ou des inquiétudes à ce sujet ? **(Dimension : la sécurité)**
Pouvez-vous justifier votre réponse ?

- Avez-vous des remarques au niveau des heures d'ouvertures de ce restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ? **(Dimension : l'accès)**

- Quelles sont vos remarques sur le rapport qualité/prix ? **(Dimension : la fiabilité)**

- Quel est votre avis à propos de la fiabilité du service ? **(Dimension : fiabilité)**
Avez-vous déjà rencontré un quelconque problème durant une prise de commande par exemple ?

1. Prenons l'hypothèse que vous avez un rendez-vous avec un client au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ? **(Dimension : la crédibilité)**
Si oui pourquoi ?

Si non pourquoi ?

2. Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendriez-vous dans ce restaurant si oui ou non pourquoi ?

Qu'est-ce qui vous pousse en général de revenir manger dans le même restaurant ?

Thème 4 : Points d'amélioration et Intention de recommander l'établissement

Nous allons aborder un dernier thème qui concerne les points d'améliorations du restaurant d'entreprise Fresh Bar, en vous posant une dernière question.

- Si vous avez des conseils à donner au gérant du restaurant pour améliorer la qualité des services qu'il propose ?

Quels seraient-ils ?

- Est-ce que vous recommanderiez ce restaurant d'entreprise à d'autres personnes

Oui ou non, pourquoi ?.

Je vous remercie pour le temps que vous m'avez accordé.

Guide d'entretiens :

Les clients potentiels du restaurant d'entreprise

Bonjour, je suis étudiant en sciences de gestion en horaire décalé à l'UCLouvain FUCaM, et dans le cadre de mon mémoire, je m'intéresse à l'évaluation de la qualité des services proposés par un restaurant d'entreprise que vous devez connaître : il s'agit du Fresh Bar. Que vous soyez ou non client de Fresh Bar n'a pas d'importance.

Dans ce cadre, j'aimerais m'entretenir avec vous à propos des éléments sur base desquels vous appréciez la qualité de service d'un restaurant self-service.

Toutes les informations que vous me transmettez resteront confidentielles. C'est pourquoi je vous demande d'être le plus spontané possible. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse, seule votre opinion compte pour moi.

Accepteriez-vous que j'enregistre notre discussion ? Cet enregistrement ne sera utilisé que dans le cadre de ce travail de fin d'études et sera détruit au terme de celui-ci. Je vous en remercie d'avance.

Si vous le voulez, nous pouvons commencer.

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?

- Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.).

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale. Quelle serait-elle ?

- Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.
 - Le temps de midi, c'est un moment pour...
 - Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ...
 - Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui...
- Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?
1. La compétence : la compétence du personnel est importante pour évaluer la qualité d'un restaurant self-service.
 2. La courtoisie : la courtoisie du personnel
 3. La crédibilité : le personnel qui informe ou explique la composition de certains plats spécifiques au client doit savoir de quoi il parle parce que la réputation du restaurant est mise en jeux.
 4. La sécurité : le client doit sentir en sécurité dans l'établissement, et certaines conversations échangées avec le client doivent rester confidentielles.
 5. L'accès : le restaurant doit être joignable à tout moment, accéder facilement à l'établissement pour les clients, mais aussi pour le personnel
 6. La communication : personnel doit s'exprimer dans langage compréhensible pour le client afin d'assurer une interaction entre les deux parties
 7. Connaître le client : il est important de bien comprendre les besoins de ces clients, par exemple le reconnaître quand il rentre dans le restaurant.
 8. La tangibilité : l'apparence des différentes installations telles que, la cuisine, le comptoir, la disposition des tables et chaises, le matériel du personnel utilisé. Ces différents éléments doivent être conformes et attractifs aux yeux du client.
 9. La fiabilité : que le service soit réalisé correctement dès la première fois (on reçoit bien ce qu'on a commandé dans les temps annoncés).
 10. Réactivité : toujours répondre aux attentes des clients

Nous venons parler d'une série de caractéristiques d'un restaurant d'entreprise qui vous permettent d'en apprécier la qualité de service.

- Y a-t-il des caractéristiques/critères plus importants que d'autres ? Si oui, lesquels ? Quels seraient pour vous les critères les plus importants ?

Thème 3 : Degré de connaissance de Fresh Bar et raison de non fréquentation de l'établissement

- Connaissez-vous le restaurant Fresh Bar, qui se trouve dans le bâtiment EEBIC au rez-de-chaussée à droite du service d'accueil ?
Que pouvez-vous m'en dire.
Avez-vous déjà entendu des échos à propos de ce restaurant, si oui lesquels ?

- *(Question en fonction de la réponse précédente)* Êtes-vous déjà allé manger dans ce restaurant Fresh Bar ou même commander un plat ou un sandwich à emporter ?
Si oui *(reprendre les questions du premier guide d'entretien)*
Si non, pour quelles raisons n'êtes-vous jamais allé prendre un repas dans ce restaurant d'entreprise ?
3. Pensez-vous un jour manger à midi dans le restaurant Fresh Bar ?
Si oui, ou non pourquoi ?
 4. Prenons l'hypothèse que vous ayez un rendez-vous avec un client au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ?
Si oui pourquoi ? si non pourquoi ?
Quelles seraient les raisons qui vous pousseraient à le faire ?
 5. Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendrez-vous dans ce restaurant ?
Si oui ou non pourquoi ?
 6. Si vous aviez des conseils à donner au gérant de ce restaurant pour améliorer la qualité des services qu'il propose, quels seraient ces conseils ?
Qu'est-ce qui fait la qualité d'un restaurant d'entreprise à vos yeux ?

Je vous remercie pour le temps que vous m'avez accordé.

Guide d'entretiens :

Les membres du bâtiment EEBC et clients externes qui ne sont plus clients du restaurant d'entreprise

Bonjour, je suis étudiant en sciences de gestion en horaire décalé à l'UCLouvain FUCaM, et dans le cadre de mon mémoire, je m'intéresse à l'évaluation de la qualité des services proposés par un restaurant d'entreprise que vous devez connaître : il s'agit du Fresh Bar.

Dans ce cadre, j'aimerais m'entretenir avec vous à propos des éléments sur base desquels vous appréciez la qualité de service d'un restaurant self-service .

Toutes les informations que vous me transmettez resteront confidentielles. C'est pourquoi je vous demande d'être le plus spontané possible. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse, seule votre opinion compte pour moi.

Accepteriez-vous que j'enregistre notre discussion ? Cet enregistrement ne sera utilisé que dans le cadre de ce travail de fin d'études et sera détruit au terme de celui-ci. Je vous en remercie d'avance.

Si vous le voulez, nous pouvons commencer

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?

- Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.).

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale .Quelle serait-elle ?.

- Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.
 - Le temps de midi, c'est un moment pour...
 - Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ...
 - Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui...
- Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ?
Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?
1. La compétence : la compétence du personnel est importante pour évaluer la qualité d'un restaurant self-service.
 2. La courtoisie : la courtoisie du personnel
 3. La crédibilité : le personnel qui informe ou explique la composition de certains plats spécifiques au client doit savoir de quoi il parle parce que la réputation du restaurant est mise en jeu.
 4. La sécurité : le client doit sentir en sécurité dans l'établissement, et certaines conversations échangées avec le client doivent rester confidentielles.
 5. L'accès : le restaurant doit être joignable à tout moment, accéder facilement à l'établissement pour les clients, mais aussi pour le personnel
 6. La communication : personnel doit s'exprimer dans langage compréhensible pour le client afin d'assurer une interaction entre les deux parties
 7. Connaître le client : il est important de bien comprendre les besoins de ces clients, par exemple le reconnaître quand il rentre dans le restaurant.
 8. La tangibilité : l'apparence des différentes installations telles que, la cuisine, le comptoir, la disposition des tables et chaises, le matériel du personnel utilisé. Ces différents éléments doivent être conformes et attractifs aux yeux du client.
 9. La fiabilité : que le service soit réalisé correctement dès la première fois (on reçoit bien ce qu'on a commandé dans les temps annoncés).
 10. Réactivité : toujours répondre aux attentes des clients

Nous venons parler d'une série de caractéristiques d'un restaurant d'entreprise qui vous permettent d'en apprécier la qualité de service.

- Y a-t-il des caractéristiques/critères plus importants que d'autres ? Si oui, lesquels ? Quels seraient pour vous les critères les plus importants ?

Thème 3 consacré à Fresh Bar : Evaluation de la qualité de service de Fresh Bar «actuellement les clients ne fréquentent plus le restaurant d'entreprise ».

- Connaissez-vous le restaurant Fresh Bar, qui se trouve dans le bâtiment EEBIC au rez-de-chaussée à droite du service d'accueil ?
Que pouvez-vous m'en dire ?
Avez-vous déjà entendu des échos à propos de ce restaurant, si oui lesquels ?
- *(Questions en fonctions de la réponse précédente)* Êtes-vous déjà allé manger dans ce restaurant Fresh Bar ou même commander un plat ou un sandwich à emporter ?
Si oui *(continuer le questionnaire)*
Si non, pour quelles raisons n'êtes-vous plus jamais allé prendre un repas dans ce restaurant d'entreprise ?
- Vous souvenez-vous de comment c'est passé votre dernier repas, tout c'est bien passé ?
Pouvez-vous m'en parler ?
- Quelles sont les caractéristiques du service qui ont été perçues comme insatisfaisantes à un moment ?
Question de relance en fonction de la dimension reprise dans la réponse du client ?
- Que pensez-vous des consommateurs qui émettent des avis positifs ou négatifs sur les sites web, notamment Google avis, souvent ça peut influencer le comportement des futurs consommateurs ?
Question de relance en fonction de la réponse du client.
- Autres questions spontanées au sujet des dimensions de la qualité d'un non évoqué dans les réponses du client

Thème 4 : Points d'amélioration à propos du restaurant d'entreprise Fresh Bars

Nous allons aborder un dernier thème qui concerne les points d'améliorations du restaurant d'entreprise Fresh Bar, en vous posant une dernière question.

- Si vous avez des conseils à donner au gérant du restaurant pour améliorer la satisfaction des clients ?

Je vous remercie pour le temps que vous m'avez accordé.

11.4 Les interviews

11.4.1 Informant n°1

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

- **Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?**

Je m'appelle xxx, je suis stagiaire en comptabilité, je travaille dans une fiduciaire depuis 3 en tant que stagiaire

- **Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.).**

Je mange, je regarde les actualités Nationales ou mondial pour voir ce qui se passe un peu dans ce monde, je parle aussi un peu avec mes collègues, ça m'arrive de temps en temps de sortir de mon bureau et aller prendre un sandwich en bas à la cantina du Fresh et parfois je sors du Bâtiment EEBIC pour aller manger à l'extérieur avec un copain.

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

C'est vrai que le covid a beaucoup chamboulé nos habitudes et je le remarque dans mon train de vie, je suis déjà 80% du temps en télétravail ou à l'école donc je suis très rarement au bureau.

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale .Quelle serait-elle ?.

- **Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.**
 - **Le temps de midi, c'est un moment pour... se reposer et manger**
 - **Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ... avec mes collègues**
 - **Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui... a une allure plutôt brasserie**
- **Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?.**

Un restaurant qui sert pas mal de spécialités différentes avec un personnel assez accueillant avec une jolie décoration, un établissement propre qui donne envie d'aller manger et surtout quand je sors du restaurant de ne plus avoir faim. Le rapport qualité-prix est très important pour moi, un restaurant qui est dans une gamme de prix abordables auprès des clients est atout essentiel pour maintenir sa clientèle.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- **Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?**

Je reviendrai là-dessus, la variété avoir du choix avec une nourriture de bonne qualité c'est un élément important, le rapport qualité/prix aussi en particulier les self-services, au niveau des horaires c'est important que ce soit flexible qu'on puisse les joindre à tout moment. La courtoisie du personnel est un atout pour garder une clientèle, mais il doit aussi se préoccuper de son client donc de le conseiller au mieux dans ses choix et l'aider en prendre une décision en

cas d'hésitation, je me suis déjà retrouvé dans cette situation par le passé j'hésité entre deux plats de poissons, le chef cuisiné à bien expliqué la composition des plats et ma guidée afin que je prenne une décision finale.

Pour moi l'aspect visuel est le premier point qui attire mon attention si l'intérieur de l'établissement n'est pas propre un minimum il est possible pas

pour moi de rester manger et pourtant il est possible que la qualité des plats soit au rendez-vous avec un bon rapport qualité/prix, mais si l'établissement n'est pas propre je quitte l'endroit directement. Donc l'aspect visuel ou tangible est primordial.

Thème 3 consacré à Fresh Bar : Evaluation de la qualité de service de Fresh Bar.

- **Êtes-vous déjà allé manger dans le restaurant Fresh Bar ?**

Si oui, combien de fois y êtes-vous allé prendre votre repas depuis la création de ce restaurant ?

Exactement je ne peux pas vous dire, je suis bien allé une vingtaine de fois pendant l'année.

Généralement vous mangez sur place ou vous prenez un plat à emporter, vos habitudes étaient-elles différentes avant les conditions restrictives imposées par le covid ?

Généralement j'emporte, mais à l'époque ça m'arrivait quelquefois de descendre avec mes collègues et manger tous ensemble avant les restrictions Covid.

Vous souvenez-vous de comment s'est passé votre dernier repas ?

Mon dernier repas date de plus ou moins un mois et j'avais pris des pâtes au pesto et c'était très bon

- ***Pouvez-vous me dire comment vous avez connu le restaurant d'entreprise Fresh bar ? (Dimension : communication)***

Comme je travaille dans le bâtiment c'est le seul endroit où on peut acheter à manger au sein des locaux. Ce sont mes collègues qui m'ont conseillé ce restaurant d'entreprise et ils m'ont dit que la nourriture était de bonne qualité.

- ***Comment jugez-vous l'accueil au sein du restaurant ? (Dimension : la courtoisie) pouvez-vous m'expliquer en profondeur votre ressenti ?***

Très bonne, le personnel est toujours souriant, ils sont chaleureux, ils aiment entamer la discussion, on se trouve vraiment dans une ambiance familiale.

- ***Quel est votre ressenti quant à l'amabilité du personnel ? (Dimension la courtoisie) Avez-vous des remarques en particulier, concernant l'amabilité du personnel***

Personnellement je n'ai pas de remarques en particulière à ce sujet, non ils sont vraiment aimable j'e n'ai pas grand-chose à dire à ce sujet.

- **Le personnel est-il communicatif, est-ce qu'il s'intéresse à vous ?**

Si oui ou non, pourquoi ? (Dimension : écoute et connaissance du client)

On va dire qu'on discute simplement, il me demande comment ça va, quand on est fin de semaine ils me demandent qu'est-ce que je vais faire ce week-end, sans trop aller dans les détails ou dans ma vie personnelle, donc je trouve ça plutôt bien parce qu'il est important de respecter certaines limitent en tant que professionnel.

Quand vous hésitez entre un ou plusieurs plats est-ce que le personnel vous conseille au mieux à choisir un plat correspondant à vos attentes ? (Dimension : connaitre son client, la réactivité).

Oui ou non, pouvez-vous expliquer votre point de vue ?

Personnellement on ne m'a jamais conseillé parce que je sais ce que je vais prendre, il m'est déjà arrivé de poser une ou deux questions sur un aliment dans mon plat ou mon sandwich, mais rien de bien particulier. Mais maintenant nous avons accès à beaucoup d'information sur internet et donc si je vois à la carte un plat que je ne connais pas, je vais directement m'informer sur internet.

- **Que pensez-vous des choix proposés dans leurs menus ainsi que leurs cartes, répondent-ils à vos attentes ? (Dimension : la compétence)**

Si oui ou non, pourquoi ?

Oui franchement pour un self-service c'est pas mal du tout, il y a vraiment un choix très varié de plat, on a plusieurs sortes de sandwiches, panini, pâtes, potages, desserts, plats chauds, plats froids, et les plats du jour réalisés par le chef qui fait preuve d'une grande innovation dans ces recettes. Je prends essentiellement des sandwiches, mais ces derniers temps c'est plutôt des plats c'est en fonction de mes envies.

- **Pouvez-vous me donner votre avis sur la qualité gustative des plats et de la préparation des sandwiches, avez-vous des suggestions ?**

Je n'ai pas de remarques en particulier, c'est vraiment très bon on voit que le chef est une personne expérimentée dans son métier, c'est bon tout simplement.

- **Que pensez-vous de la propreté de l'établissement ?(Dimension : la tangibilité)
Que pensez-vous de la décoration du restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ?**

Le restaurant est propre, la décoration n'est pas mal avec un olivier au centre du restaurant pour accueillir les clients dans une ambiance chaleureuse, c'est un réfectoire donc il ne faut pas s'attendre à une décoration d'un étoilé Michelin, mais pour un restaurant d'entreprise c'est une décoration correcte

- globalement à l'intérieur de l'établissement en prenant en compte de certains éléments comme : la propreté, la décoration, la qualité des plats ainsi que leurs présentations, est-ce que vous vous sentez en sécurité, avez-vous des remarques ou des inquiétudes à ce sujet ? (Dimension : la sécurité)**
Pouvez-vous justifier votre réponse ?
Non, pour moi dans l'ensemble c'est parfait je n'ai rien à dire
- Avez-vous des remarques au niveau des heures d'ouvertures de ce restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ? (Dimension : l'accès)**
Non je n'ai pas de remarques, je pense qu'il est ouvert entre 08h00 et 16h00, donc c'est parfait pour nous les membres internes du bâtiment EEBC
- Quelles sont vos remarques sur le rapport qualité/prix ? (Dimension : la fiabilité)**
Pour moi c'est un peu trop cher même si la qualité est au rendez-vous, maintenant on se situe à Bruxelles et les prix sont déjà plus élevés que dans d'autres régions, prenons le cas d'un sandwich américain à Mons c'est 2.50 euros et à Bruxelles il faut prendre une tranche de prix entre trois euros et cinquante centimes et quatre euros. Mais par exemple le sandwich au saumon est à 5 euros dans le restaurant Fresh Bar c'est chère pour moi, et Tubize ou je vais de temps en temps m'acheter un sandwich il est à 3.50 euros. Au sujet des plats la qualité est très bonne, mais un peu faible en quantité, je prends à titre d'exemple mon dernier plat de pâtes au pesto c'était 7 euros, je trouvais qu'il n'y avait pas beaucoup de pâtes par rapport au prix, mais la qualité est très bonne.
- Quel est votre avis à propos de la fiabilité du service ? (Dimension : fiabilité)**
Avez-vous déjà rencontré un quelconque problème durant une prise de commande par exemple ?
Personnellement tout c'est bien passé, je n'ai jamais eu de retard de commande parce que je descends toujours vers 10h pour prendre ma commande, et il me demande l'heure à laquelle je viendrai chercher ma commande, quand je reviens après la chercher elle déjà prêtes. Donc je n'ai rien à dire sur le service.
- Prenons l'hypothèse que vous avez un rendez-vous avec un client au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ? (Dimension : la crédibilité)**
Si oui pourquoi ?
Si non pourquoi ?
Oui, c'est possible, parce que je connais l'endroit et que j'ai déjà expérimenté ce restaurant d'entreprise j'irai sans hésiter.
- Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendriez-vous dans ce restaurant si oui ou non pourquoi ?**

Qu'est-ce qui vous pousse en général de revenir manger dans le même restaurant ?

Plus la qualité des plats est bonne et plus ça me donne envie d'y retourner

Thème 4 : Points d'amélioration et Intention de recommander l'établissement

Nous allons aborder un dernier thème qui concerne les points d'améliorations du restaurant d'entreprise Fresh Bar, en vous posant une dernière question.

- **Si vous avez des conseils à donner au gérant du restaurant pour améliorer la qualité des services qu'il propose ?**

Quels seraient-ils ?

Je remarque quelque chose, mais c'est très subjectif, je trouve que ce serait bien qu'il y est de la viande halal, pour avoir plus de diversité et aussi que les musulmans est plus de choix aussi, parce que je pourrais de temps en temps manger des plats à base de viande ou même parfois acheter un sandwich américain.

- **Est-ce que vous recommanderiez ce restaurant d'entreprise à d'autres personnes**

Oui ou non, pourquoi ?.

Oui parce que c'est très bon et aussi pour toutes les remarques que j'ai exposées précédemment.

11.4.2 Informant n°2

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

- **Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?**

Bonjour je m'appelle xx, je suis stagiaire comptable pour la société xx qui est une fiduciaire, par le passé j'ai travaillé dans d'autres fiduciaires situés du côté de Bruxelles également, mes taches sont plutôt classique, encodages classement, répondre au téléphone, gestion client.

- **Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.).**

Je mange généralement devant mon pc, ça m'arrive également de regarder une vidéo sur mon téléphone, quand il fait un peu plus chaud je sors prendre l'air pour me détendre un peu.

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

Clairement que le covid à vraiment bien bousculé mon quotidien, par exemple sans le covid je mangerais le plus souvent en bas avec mes collègues. Le covid à bien détruit le relationnel entre les personnes.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale .Quelle serait-elle ?.

- ***Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.***
 - *Le temps de midi, c'est un moment pour...prendre du temps pour soi et se reposer*
 - *Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ... avec du monde*
 - *Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui...a du choix, qui une spécialité culinaire*

- ***Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?.***

Il faut un chouette cadre pour commencer, il doit avoir une terrasse pour permettre au fumeur d'être à l'air libre sinon ça pourrait baisser des futurs clients. Mais le plus gros point c'est vraiment le cadre, le cadre ça reprend la décoration, le fonctionnement du service donc un service, il faut une bonne disposition des chaises et des tables, et que la décoration du restaurant correspondent à l'identité de l'établissement donc le menu qu'elle propose.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- **Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?**

Pour moi il doit y avoir du choix même beaucoup de choix, parce qu'un restaurant d'entreprise reprend plusieurs collaborateurs qui possèdent des cultures et des goûts différents donc il est important d'avoir du choix dans les menus, il faut avoir de la diversité par exemple des plats halal. Au niveau des choix, avoir de la viande, du poisson c'est pour moi la base pour un restaurant d'entreprise. Au niveau du service, il faut que le service soit accueillant, il doit être attentionné auprès de ses clients.

Thème 3 consacré à Fresh Bar : Evaluation de la qualité de service de Fresh Bar.

- **Êtes-vous déjà allé manger dans le restaurant Fresh Bar ?
Si oui, combien de fois y êtes-vous allé prendre votre repas depuis la création de ce restaurant ?**

Oui, j'y vais au moins une fois par semaine, bon parfois il y a des semaines où je vais plus souvent, mais globalement on peut prendre une fourchette entre une à deux fois par semaines, je ne vais pas plus souvent pas à cause que le restaurant est de mauvaise qualité, mais c'est pour des raisons économiques.

Généralement vous mangez sur place ou vous prenez un plat à emporter, vos habitudes étaient-elles différentes avant les conditions restrictives imposées par le covid ?

C'est vrai que sans l'aspect covid je mangerais sur place, mais oui actuellement je prends à emporter.

Vous souvenez-vous de comment s'est passé votre dernier repas ?

Très bien, classique je dirai je commande ma soupe et mon sandwich et tout se passe bien, on me dit toujours bonjour et c'est très agréable.

- **Pouvez-vous me dire comment vous avez connu le restaurant d'entreprise Fresh bar ?
(Dimension : communication)**

En rentrant simplement dans l'établissement, on voit qu'il y a un self-service sur notre droite donc c'est inévitable il est bien positionné. Mes collègues m'ont parlé un peu de cette cantine qui proposait des sandwiches et des plats et dans l'ensemble c'était bon, mais un peu cher.

- **Comment jugez-vous l'accueil au sein du restaurant ? (Dimension : la courtoisie) pouvez-vous m'expliquer en profondeur votre ressenti ?**

Vraiment un très bon accueil, ils sont très gentils, ils disent bonjour, bon appétit, des petits mots incontournables, mais qu'on peut vite oublier de dire à la fin de la prestation.

- **Quel est votre ressenti quant à l'amabilité du personnel ? (Dimension la courtoisie) Avez-vous des remarques en particulier, concernant l'amabilité du personnel**

On niveau de l'amabilité pareil ça reprend mes arguments de la précédente question, les trois personnes sont différentes, il y a une personne qui est un peu plus réservée l'autre femme est plus accueillante, et le chef s'occupe des tâches les plus importantes, au fait chacun tient leurs rôles et l'exécute correctement.

- **Le personnel est-il communicatif, est-ce qu'il s'intéresse à vous ? Si oui ou non, pourquoi ? (Dimension : écoute et connaissance du client)**

Avec moi, je n'ai pas me plaindre ils sont communicatif, après je ne suis pas quelqu'un d'assez ouvert à la discussion aussi donc parfois cela peut paraître compliqué d'entamer la conversation, le personnel a déjà essayé de communiqué, mais je ne suis pas une personne très communicative donc voilà, mais sinon ce sont des gens qui s'intéresse au client et je l'ai remarqué.

Quand vous hésitez entre un ou plusieurs plats est-ce que le personnel vous conseille au mieux à choisir un plat correspondant à vos attentes ? (Dimension : connaitre son client, la réactivité).

Oui ou non, pouvez-vous expliquer votre point de vue ?

Non j'ai pas l'impression quand je l'ai voit je l'ai sent un peu débordé par les commandes, maintenant si on leur pose la question je pense qu'ils nous conseilleraient, mais moi je sais déjà ce que vais commander. Par contre il ne propose pas directement au client s'il y a des nouveautés dans les plats, bon maintenant je pense qu'ils connaissent leurs clients, par exemple moi ils savent très bien à l'avance ce que je vais prendre.

- **Que pensez-vous des choix proposés dans leurs menus ainsi que leurs cartes, répondent-ils à vos attentes ? (Dimension : la compétence)**

Si oui ou non, pourquoi ?

Je suis plutôt satisfait c'est assez varié il y a de la salade, des soupes, des sandwiches, des plats froids, des plats des chauds, ça reste dans le basique, mais on n'en demande pas plus pour une cantine. J'ai l'impression que les sandwiches fonctionnent mieux et peut-être agrandir leurs cartes au niveau des sandwiches, voilà pour moi il manque des sandwiches chauds poulet panné, sandwiches boulettes chaudes et sans doute d'autres sortes que je n'ai plus en tête.

- **Pouvez-vous me donner votre avis sur la qualité gustative des plats et de la préparation des sandwiches, avez-vous des suggestions ?**

Je n'ai pas encore essayé de manger un plat, mais par contre leurs sandwiches sont très bons, ce n'est pas le meilleur que j'aie mangé, mais au niveau qualité prix ça tient la route.

- **Que pensez-vous de la propreté de l'établissement ?(Dimension : la tangibilité)
Que pensez-vous de la décoration du restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ?**

L'établissement est très propre. Avec le coronavirus ils ont dû disposer les tables et les chaises d'une certaine manière ça rend l'espace un peu vide, après je ne trouve pas qu'il y ait beaucoup place ils ont une partie du réfectoire pour leurs buffets et leurs installations, mais ça reste une cantine ou un restaurant d'entreprise.

- **Globalement à l'intérieur de l'établissement en prenant en compte de certains éléments comme : la propreté, la décoration, la qualité des plats ainsi que leurs présentations, est-ce que vous vous sentez en sécurité, avez-vous des remarques ou des inquiétudes à ce sujet ? (Dimension : la sécurité)**

Pouvez-vous justifier votre réponse ?

Je reste que 5 minutes à l'endroit commander et payé, ou le temps pour faire réchauffer ma soupe, c'est bien ils ont un microonde pour les clients s'ils veulent réchauffer leurs plats qui viennent de leurs maisons donc on n'est pas obligé de venir commander pour l'utiliser. Grâce à ça le lendemain je viens à la cantine commander mon sandwich, le fait que il ait un microonde à disposition des clients ça donne envie de commander là-bas.

- **Avez-vous des remarques au niveau des heures d'ouvertures de ce restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ? (Dimension : l'accès)**

Les horaires sont bons, je pense qu'ils sont ouverts de 8h00 à 15h45 donc pour moi je n'ai rien à dire à ce sujet.

- **Quelles sont vos remarques sur le rapport qualité/prix ? (Dimension : la fiabilité)**

Au centime près, c'est très bons, c'est bien servi, c'est bien emballé, c'est un bon rapport qualité/prix. Le pain est très bon ainsi que les aliments donc c'est peut-être un peu plus cher, mais nous savons que les sandwiches ne rapportent pas beaucoup d'argent à l'unité. Et rajouter cinquante centimes ou un euro de plus ça ne fait pas mal au portefeuille du client.

- **Quel est votre avis à propos de la fiabilité du service ? (Dimension : fiabilité)**

- **Avez-vous déjà rencontré un quelconque problème durant une prise de commande par exemple ?**

Pour moi c'est fiable les trois personnes gèrent bien leurs rôles, une fois j'ai eu un problème lors de ma commande de mon sandwich la personne avant moi avait pris le même sandwich que moi et ils ont mis la même composition que lui et j'avais demandé d'autres crudités, mais sinon à part ça je n'ai eu aucun problème.

- **Prenons l'hypothèse que vous avez un rendez-vous avec un client au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ? (Dimension : la crédibilité)**

Si oui pourquoi ?

Si non pourquoi ?

Ça dépend du rendez-vous de la personne si mes clients sont de la haute bourgeoisie j'irai dans un restaurant plus gastronomique, mais j'ai un rendez-vous standard et que je connais bien mon client, oui j'irai manger au fresh-bar.

- **Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendriez-vous dans ce restaurant si oui ou non pourquoi ?**

Qu'est-ce qui vous pousse en général de revenir manger dans le même restaurant ?

Oui, la qualité du service, déjà qu'il se souviennent de vous c'est super agréable on se sent chez soi, pour les restaurants qu'ils fonctionnent le mieux c'est les restaurants quand on se sent chez soi.

Thème 4 : Points d'amélioration et Intention de recommander l'établissement

Nous allons aborder un dernier thème qui concerne les points d'améliorations du restaurant d'entreprise Fresh Bar, en vous posant une dernière question.

- **Si vous avez des conseils à donner au gérant du restaurant pour améliorer la qualité des services qu'il propose ?**

Quels seraient-ils ?

Dans l'ensemble ils font ça super bien, je pousserai un peu plus dans les sandwiches surtout chauds parce que c'est le concept d'un self-service. Et aussi dans le monde de l'entreprise parfois les gens n'ont pas le temps de manger avec des couverts. Mais sans éradiquer les plats qu'ils préparent, mais accentuer un peu plus les sandwiches chauds.

- **Est-ce que vous recommanderiez ce restaurant d'entreprise à d'autres personnes**

Oui ou non, pourquoi ?.

Oui si je croise des gens dans le coin pourquoi pas je n'ai jamais eu de mauvaises expériences, tout est très bon.

11.4.3 Informant n°3

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

- **Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?**

Bonjour je m'appelle xx, vous me connaissait bien, je suis le patron et le gérant de la fiduciaire xx située dans le bâtiment EEBIC, j'exerce la profession depuis 19 ans, avant de me retrouver dans le milieu de la comptabilité j'étais directeur financier pour une société de textile. Après j'ai passé les examens pour être expert-comptable et fiscaliste et puis j'ai créé ma société.

- **Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.).**

Quand je prends mon temps libre ce qui n'est pas toujours le cas, bon ici on est dans une situation un peu particulière parce qu'on ne sort pas avec le covid tout le monde reste un peu confiné, quand je suis en télétravail, je mange rapidement une tartine et quand je suis au bureau je descends généralement au restaurant d'entreprise pour commander un petit quelque chose et me faire un peu plaisir.

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Disons hors covid, je mangeais de temps en temps dans un restaurant avec mes clients et parfois aussi avec mes collaborateurs.

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale. Quelle serait-elle ?.

- **Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.**
 - **Le temps de midi, c'est un moment pour...manger**
 - **Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ... hors du bureau**
 - **Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui... n'est pas trop loin**

- **Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?.**

Je suis un grand amateur de restaurant, c'est un restaurant évidemment où on mange bien, parce que la cuisine est quelque chose d'important dans ma vie, il faut que l'ambiance soit bonne, parce qu'il y a des restaurants où on mange bien, mais l'ambiance est coincée, par exemple on n'aime pas parler trop fort, pour moi les restaurants c'est vraiment un moment de déconnexion, on prend du temps on se fait plaisir, bien évidemment il faut aussi un service clientèle, il faut que le personnel soit présent, mais pas trop, afin que nous gardions notre intimité, bien évidemment il doit être agréable, il faut aussi que dans l'ensemble le restaurant soit chaleureux avec une belle décoration. Je me situerai dans certain type de restaurant qui est la bistronomie, un style bistro, mais avec une bonne qualité culinaire.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- **Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouvez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?**

Il faut déjà qu'il y ait des produits frais et variés c'est important, par exemple dans les sandwiches, avoir le choix entre du pain blanc, gris, céréales, et pas simplement une baguette basique, et des produits de saisons.

Thème 3 consacré à Fresh Bar : Evaluation de la qualité de service de Fresh Bar.

- **Êtes-vous déjà allé manger dans le restaurant Fresh Bar ?**

Si oui, combien de fois y êtes-vous allé prendre votre repas depuis la création de ce restaurant ?

Oui exactement je n'en sais strictement rien, mais je vais au moins deux ou trois par semaine.

Généralement vous mangez sur place ou vous prenez un plat à emporter, vos habitudes étaient-elles différentes avant les conditions restrictives imposées par le covid ?

En temps normal je mange sur place, parce que c'est juste une petite demi-heure de détente et se déconnecter du bureau, mais avec les mesures covid je mange dans la salle de réunion.

Vous souvenez-vous de comment s'est passé votre dernier repas ?

Oui c'était il y a deux jours et j'avais pris des pâtes au scampi préparé par le chef et c'était très bon.

- **Pouvez-vous me dire comment vous avez connu le restaurant d'entreprise Fresh bar ? (Dimension : communication)**

Partant du principe qu'on est locataire dans l'immeuble, je passe devant tous les jours, et avant que le nouveau gérant s'installe, j'allais déjà manger à cet endroit, mais j'allais moins souvent parce que c'était moins qualitatif, mais aussi la secrétaire du bâtiment m'a recommandé Fresh Bar.

- **Comment jugez-vous l'accueil au sein du restaurant ? (Dimension : la courtoisie) pouvez-vous m'expliquer en profondeur votre ressenti ?**

Il Sont très bien, parce qu'on est accueilli par notre prénom, le patron est toujours là il connaît bien ces clients, ils appellent aussi par leurs prénoms, tout le monde dit bonjour et tout le monde est à l'écoute.

- **Quel est votre ressenti quant à l'amabilité du personnel ? (Dimension la courtoisie) Avez-vous des remarques en particulier, concernant l'amabilité du personnel**

Pareil je n'ai grand-chose à dire tout est parfait.

- **Le personnel est-il communicatif, est-ce qu'il s'intéresse à vous ? Si oui ou non, pourquoi ? (Dimension : écoute et connaissance du client)**

Ils se limitent à ce qu'on veut, éventuellement conseillé, mais ne vas pas commencer à entamer la conversation pour dire comment ça va, le patron oui, mais pas le personnel, le personnel se limite à ce que l'on demande.

Quand vous hésitez entre un ou plusieurs plats est-ce que le personnel vous conseille au mieux à choisir un plat correspondant à vos attentes ? (Dimension : connaitre son client, la réactivité).

Oui ou non, pouvez-vous expliquer votre point de vue ?

Oui surtout le patron me conseille, j'écoute avec attention ses nouveautés dans les plats, et j'aime goûter autre chose et testé des nouveaux plats, étant donné que j'ai suivi des cours de cuisines par le passé, j'apprends des nouvelles recettes, des conseils comment préparé certains plats comme lui il fait, c'est un restaurant d'entreprise qui est bien développée au niveau culinaire.

- **Que pensez-vous des choix proposés dans leurs menus ainsi que leurs cartes, répondent-ils à vos attentes ? (Dimension : la compétence)**

Si oui ou non, pourquoi ?

C'est une bonne qualité, au niveau des choix c'est plus guidé vers la gastronomie italienne parce que le gérant est italien, mais il fait aussi de la cuisine orientale, également de la cuisine asiatique, il y a vraiment une variété assez importante et un choix renouvelé de nouveaux produits

- **Pouvez-vous me donner votre avis sur la qualité gustative des plats et de la préparation des sandwiches, avez-vous des suggestions ?**

Pour les sandwiches ce que je reproche c'est la qualité du pain, moi par exemple je voudrais du pain aux céréales, mais malheureusement ils n'ont pas, mais voilà c'est pourquoi je suis un peu moins fan des sandwiches, en revanche pour les plats c'est de la très bonne qualité.

- **Que pensez-vous de la propreté de l'établissement ?(Dimension : la tangibilité)
Que pensez-vous de la décoration du restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ?**

Sans avoir fait une grande analyse, oui c'est propre c'est bien entretenu, je n'ai jamais eu de problème ce que j'achète ou que je mange, il respecte les règles sanitaires aussi, les règles d'hygiène il porte des gants, des masques ça me semble bien. Au niveau du mobilier ou de la décoration il n'y a pas beaucoup, c'est un restaurant d'entreprise, donc c'est assez froid, mais voilà on vient pas là pour ça, on ne reste pas non plus des heures dans l'enceinte.

- **Globalement à l'intérieur de l'établissement en prenant en compte de certains éléments comme : la propreté, la décoration, la qualité des plats ainsi que leurs présentations, est-ce que vous vous sentez en sécurité, avez-vous des remarques ou des inquiétudes à ce sujet ? (Dimension : la sécurité)**

Pouvez-vous justifier votre réponse ?

Oui globalement je n'ai rien à ajouter, je me sens bien, aucune inquiétude sur la composition des plats ou de l'infrastructure.

- **Avez-vous des remarques au niveau des heures d'ouvertures de ce restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ? (Dimension : l'accès)**

C'est bien ils ouvrent assez tôt, quand j'arrive dans le bâtiment le matin, on sent les croissants, on peut prendre un café, je n'en prends pas parce que j'en ai au bureau, il reste ouvert jusqu'à 15h au moins, est donc il est toujours ouvert pour les repas un peu tardifs.

- **Quelles sont vos remarques sur le rapport qualité/prix ? (Dimension : la fiabilité)**
Non pas vraiment, bon c'est pas gratuit, mais vu la qualité des produits pour moi c'est des tarifs dans la bonne norme, mais une remarque sur les salades elle devrait être un peu plus conséquente, pour les autres plats ils sont bien, mais c'est la seule remarque que je pourrais mettre en avant.

- **Quel est votre avis à propos de la fiabilité du service ? (Dimension : fiabilité)**
Avez-vous déjà rencontré un quelconque problème durant une prise de commande par exemple ?

Non, je pense, sur toute mon expérience il y a eu un n'oublie, mais c'était avant le covid il y avait beaucoup de monde à l'intérieur c'était un membre du personnel qui avait oublié ma commande, mais je pense qu'elle ne travaille plus ici.

- **Prenons l'hypothèse que vous avez un rendez-vous avec un client au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ? (Dimension : la crédibilité)**

Si oui pourquoi ?

Si non pourquoi ?

Oui et je l'ai déjà fait par le passé avec l'un de mes clients et tout s'est très bien passé, et le client était satisfait aussi de ce restaurant d'entreprise.

- **Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendriez-vous dans ce restaurant si oui ou non pourquoi ?**

Qu'est-ce qui vous pousse en général de revenir manger dans le même restaurant ?

Oui bien sûr, ce que j'avais évoqué au début de l'interview, une bonne qualité culinaire et des produits, mais aussi une bonne ambiance, et que le gérant se souvienne de vous ça fait plaisir et surtout ça fait professionnel.

Thème 4 : Points d'amélioration et Intention de recommander l'établissement

Nous allons aborder un dernier thème qui concerne les points d'améliorations du restaurant d'entreprise Fresh Bar, en vous posant une dernière question.

- **Si vous avez des conseils à donner au gérant du restaurant pour améliorer la qualité des services qu'il propose ?**

Quels seraient-ils ?

Non, à part le petit problème des sandwiches aux céréales, non, il connaît son métier, et au niveau de la qualité je n'ai rien à dire. On peut dire plus de variétés aussi, mais ça engendre aussi plus de couts. Donc voilà.

- **Est-ce que vous recommanderiez ce restaurant d'entreprise à d'autres personnes**

Oui ou non, pourquoi ?.

Oui bien sûr, pour tous les points déjà évoqués dans l'interview.

11.4.4 Informant n°4

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

- **Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?**

Je m'appelle xxx, j'ai 21 ans, je suis agent de police à Bruxelles, j'ai occupé auparavant le poste d'ouvrier au Macdonald, le poste que je pourvoi aujourd'hui c'est fonctionnaire.

- **Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.)**

Généralement je prends mon sandwich et je me pose à la cantine et je discute avec des amis

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Oui la covid a très joué au niveau de la distanciation sociale on nous limite l'accès à certain endroit du coup on déjeune dehors.

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale .Quelle serait-elle ?.

- ***Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.***
 - ***Le temps de midi, c'est un moment pour... manger calmement et pour me détresser du moment de la journée.***
 - ***Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ... en groupe***
 - ***Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui...me propose plusieurs choix d'aliments***

- ***Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?.***

Pour moi le restaurant idéal serait un service qui est fait par soi-même, qui proposent plusieurs choix, donc des légumes, des féculents, viandes, je préfère vraiment un service soi-même parce que je peux choisir la quantité que je veux et aussi je sais ce que je vais prendre directement.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- **Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?**

Pour moi la qualité commence par l'ambiance de la salle, la qualité des aliments déjà, j'aime me sentir en sécurité quand je me situe dans un restaurant, bien évidemment il faut que le personnel soit accueillant, il doit être poli, comme dans tout établissement il faut que ce soit propre, je dois me sentir à l'aise quand je rentre, il y a des restaurants comme ça, simplement en me trouvant dans le restaurant je me sens à l'aise.

Thème 3 : Degré de connaissance de Fresh Bar et raison de non fréquentation de l'établissement

- **Connaissez-vous le restaurant Fresh Bar, qui se trouve dans le bâtiment EEBC au rez-de-chaussée à droite du service d'accueil ?
Que pouvez-vous m'en dire ?**

.avez-vous déjà entendu des échos à propos de ce restaurant, si oui lesquels ?

(Question en fonction de la réponse précédente) Êtes-vous déjà allé manger dans ce restaurant Fresh Bar ou même commander un plat ou un sandwich à emporter ?

Si oui (reprendre les questions du premier guide d'entretien)

Si non, pour quelles raisons n'êtes-vous jamais allé prendre un repas dans ce restaurant d'entreprise ?

Non, je n'ai jamais entendu parler de ce restaurant d'entreprise, et je ne connais pas son emplacement.

- **Pensez-vous un jour manger à midi dans le restaurant Fresh Bar ?**

Si oui, ou non pourquoi ?

Si on m'invite pourquoi pas , comme ça je pourrais faire le premier pas et connaître le restaurant pour la première fois, et je suis quelqu'un qui aime découvrir des nouvelles expériences.

- **Prenons l'hypothèse que vous ayez un rendez-vous avec un client ou ami(e) au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ?**

Si oui pourquoi ?, sinon pourquoi ?

Quelles seraient les raisons qui vous pousseraient à le faire ?

Oui si je suis amené dans ce restaurant en plus de cela je travaille à Bruxelles je suis pas loin d'Anderlecht, ça permettra de découvrir des nouveaux endroits à Anderlecht. Et aussi testé la qualité et le comparé à d'autres restaurants aussi, et si l'ambiance était bonne je pourrais revenir avec d'autres amis.

- **Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendrez-vous dans ce restaurant ?**

Si oui ou non pourquoi ?

Oui bien sûr, si je suis satisfait j'irai sans aucun doute retourner là-bas, généralement quand je ne reviens pas dans un restaurant c'est que j'étais très déçu dans l'ensemble et surtout au niveau de la qualité du service.

11.4.5 Informant n°5

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

- **Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?**

Bonjour, je m'appelle xxx, j'ai 61 ans, j'ai fait toute ma carrière dans l'hôtellerie, 35 ans de travaille dans ce poste j'ai gravit les échelons et devenir directeur commercial de plusieurs hôtels Best westerns, qui est une chaine d'hôtel dans le domaine des affaires, et après j'ai ouvert mon propre hôtel du côté d'Ath, après six ans j'ai revendu mon hôtel pour changer mon train de vie, et maintenant je suis bras droit pour un business club, je mets en relation des hommes d'affaires dans divers domaine d'activité et je touche ma commission sur les contrats, je suis également directeur commercial pour une société informatique, voilà mes expériences.

- **Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.).**

Je mange mes tartines dans mon bureau. Étant donné que j'ai un planning assez chargé, je n'ai pas beaucoup le temps de sortir ou de me divertir.

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Oui la maladie du covid, les restaurants sont totalement fermés à part peut-être certains restaurants qui préparent des plats à emporter, sinon je suis quelqu'un qui mange très souvent au restaurant dans le cadre de mon métier. Et je dois avouer que la distanciation sociale a beaucoup joué dans mon relationnel avec mes clients et mes amis également.

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale .Quelle serait-elle ?.

- **Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.**
 - **Le temps de midi, c'est un moment pour...**prendre un break au moins pendant une heure.
 - **Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ...** avec des collègues, mais vu les conditions du moment tout cela est usurpé.
 - **Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui...**un thème familial avec des recettes de grand-mère à l'ancienne.

- **Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?.**

Un petit restaurant Lunch où ils servent assez rapidement, ou le repas est concis, correct , bon rapport qualité/prix, ayant beaucoup de saveurs.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- **Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?**

Pour moi il faudrait au moins un mélange de certains plats, donc des plats froids et des plats chauds, un restaurant qui représente un établissement complet comprenant un bar, un coin grillade pour les viandes, un petit espace détente pour terminer la soirée

avec un digestif. Je prends le cas d'un self-service même si c'est un passage rapide, l'accueil le sourire la serviabilité du personnel ainsi que leurs conseils sont les éléments de bases de la restauration, en cas de transgression de ces règles de bases vous êtes sur de perdre une grande partie de votre clientèle.

Thème 3 : Degré de connaissance de Fresh Bar et raison de non fréquentation de l'établissement

- **Connaissez-vous le restaurant Fresh Bar, qui se trouve dans le bâtiment EEBC au rez-de-chaussée à droite du service d'accueil ?**

Que pouvez-vous m'en dire ?

Avez-vous déjà entendu des échos à propos de ce restaurant, si oui lesquels ?

Non je ne connais pas du tout ce restaurant, j'ai déjà entendu des échos je connais des gens extérieurs notamment un de mes clients qui y vont, et peut-être un jour je découvrirai ce restaurant d'entreprise.

- **(Question en fonction de la réponse précédente) Êtes-vous déjà allé manger dans ce restaurant Fresh Bar ou même commander un plat ou un sandwich à emporter ?**

Si oui (reprendre les questions du premier guide d'entretien)

Si non, pour quelles raisons n'êtes-vous jamais allé prendre un repas dans ce restaurant d'entreprise ?

- **Pensez-vous un jour manger à midi dans le restaurant Fresh Bar ?**

Si oui, ou non pourquoi ?

Je me sentirais attiré pour y manger la première fois avec des collègues notamment et me faire une idée de leur restauration.

- **Prenons l'hypothèse que vous ayez un rendez-vous avec un client au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ?**

Si oui pourquoi ? sinon pourquoi ?

Quelles seraient les raisons qui vous pousseraient à le faire ?

Dans les prochains mois j'ai un rendez-vous avec deux clients du côté d'Érasme, je pense que j'irai manger dans ce restaurant ou pas j'emporterai mon plat ou mon sandwich étant donné de la situation sanitaire compliquée.

- **Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendrez-vous dans ce restaurant ?**

Si oui ou non pourquoi ?

Après ma première visite et que l'environnement est bon et que mon client est satisfait de l'endroit, j'aurai déjà une idée du restaurant et je pourrais y retourner plus souvent, et si vraiment je suis satisfait de ce restaurant d'entreprise je le recommanderais à un

maximum de mes clients pour qui s'aïlle commander leurs sandwiches à cet endroit bien entendu s'ils se trouvent dans le coin d'Anderlecht, je vais pas leurs demander de faire 40 minutes de voiture pour aller prendre un plat ou sandwich

- **Qu'est-ce qui fait la qualité d'un restaurant d'entreprise à vos yeux ?**

Une grande variété de produits, ainsi que les éléments que j'ai exposés au début de l'interview, donc les éléments de base que tout restaurant doit respecter, la serviabilité, accueillante, courtoisie, une bonne ambiance et pour terminer la propreté de l'établissement.

11.4.6 Informant n°6

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

- **Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?**

Bonjour, je m'appelle xxx, je suis de sexe masculin, j'ai 41 ans, je suis né en Belgique et je suis comptable depuis 10 ans au sein de l'entreprise xxx, auparavant j'occupé le poste de collaborateur d'audit dans un cabinet de réviseur ou j'ai travaillé pendant sept ans.

- **Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.).**

Je mange mes propres tartines sauf quand j'ai plus de pain de temps en temps, j'achète un petit sandwich en bas et de temps en temps je me fais offrir un petit restaurant par mon patron. Avant la covid j'allais trois fois par semaine à la piscine pour nager pendant plus ou moins deux heures et quand je revenais au bureau je mangeais mes tartines.

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Non pas du tout, je garde le même train de vie, la majorité du temps je reste au bureau manger mes tartines et quand c'est ensoleillé je sors dehors avec mes collègues et manger tous ensemble.

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale .Quelle serait-elle ?.

- **Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.**
 - **Le temps de midi, c'est un moment pour...manger**
 - **Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ... avec mes collègues**
 - **Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui...fait des repas chauds.**
- **Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?.**

Un bon restaurant style brasserie parce que je suis en grand admirateur de la bière et je constate de plus en plus de brasserie font de la bonne cuisine parfois même meilleur qu'un restaurant pur gastronomique qui est plus cher, donc depuis quelques années je suis vraiment fan de ce type restaurant et en plus c'est très convivial.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- **Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?**

Il faut déjà qu'il y ait une bonne ambiance, la qualité du service j'entends par là, il faut que le personnel soit compétent et agréable souriant, serviable, il faut que ce soit bon, un bon rapport qualité/prix, il faut qu'il y ait du choix de la variété dans les produits qu'on nous vend, que l'environnement soit agréable, que ce soit pas trop brouillant j'entends par là, qu'on entend les fourneaux et le mobilier électroménager dans le restaurant et que ce soit propre.

Thème 3 consacré à Fresh Bar : Evaluation de la qualité de service de Fresh Bar.

- **Êtes-vous déjà allé manger dans le restaurant Fresh Bar ?**

Si oui, combien de fois y êtes-vous allé prendre votre repas depuis la création de ce restaurant ?

Généralement vous mangez sur place ou vous prenez un plat à emporter, vos habitudes étaient-elles différentes avant les conditions restrictives imposées par le covid ?

Oui, mais au fait je ne peux pas vous dire exactement combien je suis allé, mais pendant 7 ans j'allais en bas manger mes tartines tous les jours avec mes collègues et depuis ces trois dernières années on allait une fois par mois au restaurant d'entreprise vu qu'il a ouvert depuis deux ans je suis bien allé commander un sandwich une bonne dizaine de fois. Avec la covid on ne va plus du tout manger en bas déjà donc tout le monde prend leurs sandwiches à emporter. Après je préfère manger mes tartines qui sont très bonnes ça m'évite de dépenser 3 à 10 euros pour un sandwich ou un plat chaud.

Vous souvenez-vous de comment s'est passé votre dernier repas ?

Oui j'avais commandé un sandwich et c'était très bon.

- **Pouvez-vous me dire comment vous avez connu le restaurant d'entreprise Fresh bar ? (Dimension : communication)**

Je travaillais déjà dans le bâtiment, donc déjà tous les locataires de l'immeuble sont courants qu'il y a un restaurant d'entreprise. Je l'ai connu par la publicité parce que l'accueil nous informe souvent des activités du bâtiment du genre, service, car Wash, salle de sport, le parking, et aussi forcément les dernières actualités de ce restaurant, on va dire avec l'interactivité de l'information au sein du bâtiment EEBIC, il est strictement impossible de ne pas connaître ce self-service de nom. Et en matière de qualité du restaurant, j'ai été informé par mes collègues, et puis pour terminer avec la publicité, il y a des affiches du restaurant Fresh Bar dans les ascenseurs et parfois dans les couloirs, donc je vous ai tout résumé.

- **Comment jugez-vous l'accueil au sein du restaurant ? (Dimension : la courtoisie) pouvez-vous m'expliquer en profondeur votre ressenti ?**

Ca va le patron est très sympathique il dit bien bonjour à tout le monde, je trouve qu'on est accueilli normalement, ils sont polis quand on leur demande un service, si on a besoin d'emprunter un couteau, ou un verre et d'autres ustensile, il nous le prête sans problème donc pas besoin de manger sur place pour s'entraider, on a disposition un microonde aussi pour moi c'est très bien, c'est suffisant.

- **Quel est votre ressenti quant à l'amabilité du personnel ? (Dimension la courtoisie) Avez-vous des remarques en particulier, concernant l'amabilité du personnel**

Ça reprend un peu votre question précédente, et non je n'ai pas remarques à ce sujet c'est très bon, la restaurant c'est ensemble caractéristique, prenons l'hypothèse d'une caractéristique que le personnel n'est pas souriant ou agréable, ce n'est pas un frein si la qualité alimentaire du restaurant est bonne ou encore qu'il y a un bon rapport qualité/prix, donc ce n'est pas pour ça qu'on ira plus manger dans ce restaurant, mais c'est vrai que certains clients sont très exigeant et ça peut avoir un impact pour le restaurant en question.

- **Le personnel est-il communicatif, est-ce qu'il s'intéresse à vous ?
Si oui ou non, pourquoi ? (Dimension : écoute et connaissance du client)**

Pas spécialement, mais je ne suis pas du genre à lier des conversations non plus, mais peut-être qu'ils adaptent leurs relationnels à d'autres clients qui sont plus communicatif, mais je n'ai pas suffisant d'information à ce sujet.

Quand vous hésitez entre un ou plusieurs plats est-ce que le personnel vous conseille au mieux à choisir un plat correspondant à vos attentes ? (Dimension : connaitre son client, la réactivité).

Oui ou non, pouvez-vous expliquer votre point de vue ?

Non, premièrement j'ai rarement hésité, et j'ai rarement demandé des conseils, c'est un peu compliqué pour moi de développer. Par contre j'ai déjà entendu qu'ils conseillaient d'autres clients.

- **Que pensez-vous des choix proposés dans leurs menus ainsi que leurs cartes, répondent-ils à vos attentes ? (Dimension : la compétence)**

Si oui ou non, pourquoi ?

Au niveau sandwiches il y a tous les classiques ça c'est très bien, ils ont une formule buffet du chaud, du froid, mais je ne vais souvent dans ce restaurant donc je ne sais pas argumenter. Vu de l'extérieur ça a l'air très bien. Toutes les fois où je suis allé, c'était très bon à part une fois où j'étais très déçu, mon plat n'était pas assez chaud, mon plat de pâtes était moyennement chaud.

- **Pouvez-vous me donner votre avis sur la qualité gustative des plats et de la préparation des sandwiches, avez-vous des suggestions ?**

C'est très bon, il n'y a pas d'exagération il y a jamais trop de sauce ou trop d'épices, je dirais que c'est bien mesurer dans leur assaisonnement aussi, au niveau de la quantité ce n'est pas trop peu non plus.

- **Que pensez-vous de la propreté de l'établissement ?(Dimension : la tangibilité)
Que pensez-vous de la décoration du restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ?**

Ca me semble très bien, non c'est très bien au niveau de l'organisation, c'est cantine qui fait moderne, c'est bien décoré, c'est bien lumineux, il y a de l'espace une petite terrasse quand il fait beau en plus ils viennent servir à table donc c'est très bien.

- **Globalement à l'intérieur de l'établissement en prenant en compte de certains éléments comme : la propreté, la décoration, la qualité des plats ainsi que leurs présentations, est-ce que vous vous sentez en sécurité, avez-vous des remarques ou des inquiétudes à ce sujet ? (Dimension : la sécurité)**

Pouvez-vous justifier votre réponse ?

Oui j'ai confiance en l'établissement et ce que je vais manger, donc non je n'ai pas de remarque par rapport à cela.

- **Avez-vous des remarques au niveau des heures d'ouvertures de ce restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ? (Dimension : l'accès)**

Non, c'est très bien.

- **Quelles sont vos remarques sur le rapport qualité/prix ? (Dimension : la fiabilité)**

J'ai envie de dire que c'est toujours un peu cher, trois euros cinquante pour un sandwich qui est le prix minimum, est-ce que c'est les prix partout j'en sais strictement rien, pour les plats ça grimpe vite à neuf ou dix euros pour une salade, j'ai l'impression que c'est cher.

- **Quel est votre avis à propos de la fiabilité du service ? (Dimension : fiabilité)**

Avez-vous déjà rencontré un quelconque problème durant une prise de commande par exemple ?

Mis à part mon plat de pâtes qui n'était pas chaud, quand je commandais mes sandwiches ils étaient prêts en temps et en heure, donc c'est très bien.

- 7. Prenons l'hypothèse que vous avez un rendez-vous avec un client au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ? (Dimension : la crédibilité)**

Si oui pourquoi ?

Si non pourquoi ?

Oui, bon ça dépend qu'elle type de client, si c'est un gros client je ne vais jamais aller à la cantine.

- 8. Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendriez-vous dans ce restaurant si oui ou non pourquoi ?**

Qu'est-ce qui vous pousse en général de revenir manger dans le même restaurant ?

La qualité du service dans son ensemble, reprenant tous les éléments que j'ai évoqués au début de l'interview.

Thème 4 : Points d'amélioration et Intention de recommander l'établissement

Nous allons aborder un dernier thème qui concerne les points d'améliorations du restaurant d'entreprise Fresh Bar, en vous posant une dernière question.

- ***Si vous avez des conseils à donner au gérant du restaurant pour améliorer la qualité des services qu'il propose ?***

Quels seraient-ils ?

Non je sais pas je n'ai rien qui me vient en tête, pour moi c'est très bien dans l'ensemble, mais je ne suis pas un client régulier et à part une fois ou j'ai été déçu le reste c'était très bien ce n'est pas une mauvaise expérience qui me permet de ne pas recommander quelque chose en matière de qualité.

- ***Est-ce que vous recommanderiez ce restaurant d'entreprise à d'autres personnes***

Oui ou non, pourquoi ?.

Oui, c'est peut-être un peu cher, mais c'est abordable, je précise donc pour moi ce n'est pas un vrai resto, c'est plutôt une cantine du midi, parce que ce que je recommande à mes amis c'est des restaurants pas des self-services, donc voilà, maintenant des gens qui travaillent dans les environs oui je recommande sans problème.

11.4.7 Informant n°7

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

- ***Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?***

Bonjour, je m'appelle xx, j'ai 37 ans, je suis directeur d'une structure d'accueil pour enfant défavorisé du côté de Bruxelles et j'aime beaucoup mon métier.

- ***Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.).***

De temps en temps je mange un repas au bureau et après je vais prendre l'air avec des collègues.

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Non pas tant que ça, parce que je prends toujours de quoi manger avec moi, maintenant l'aspect à très joué au niveau social, je suis une personne qui aime voir du monde et découvrir des nouvelles personnes, c'est un peu compliqué pour le moment et parfois à la fin de ma journée, ça m'arrivait de faire un petit resto entre collègues et terminer la soirée dans un bar.

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale .Quelle serait-elle ?.

- ***Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.***
 - ***Le temps de midi, c'est un moment pour... se détendre***
 - ***Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas avec des gens qu'on apprécie.***
 - ***Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui...sert des bons repas équilibrés et pas trop chers.***
- ***Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?.***

Un espace ouvert, très modulaire, et que nous puissions nous mettre à plusieurs, et avoir aussi un espace calme pour travailler, avoir à disposition des alcôves un peu confidentielles pour faire des walking lunch, un buffet varié et sain et qu'on peut être servi rapidement, et une variété des produits qui changent de semaine en semaine.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- **Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?**

Déjà la qualité du repas, la qualité des aliments, le goût des aliments c'est important, la quantité aussi, bien évidemment le prix que ça reste abordable, la compétence du personnel et son enthousiasme, la courtoisie du personnel et très importante c'est important le respect quel que soit le secteur d'activité, et pour terminer il faut que le restaurant soit propre avec une jolie décoration en corrélation avec le thème du restaurant.

Thème 3 consacré à Fresh Bar : Evaluation de la qualité de service de Fresh Bar.

- **Êtes-vous déjà allé manger dans le restaurant Fresh Bar ?
Si oui, combien de fois y êtes-vous allé prendre votre repas depuis la création de ce restaurant ?**

J'ai été au total une dizaine de fois quand je passais par là, dans le cadre de mon métier ça m'arrive de passer du côté d'Érasme, et parfois je prends vite un sandwich, et c'est un copain qui travaille dans le bâtiment EEBIC qui m'a conseillé de prendre un sandwich, et j'ai pris quelques repas deux ou trois fois c'était pas mal.

Généralement vous mangez sur place ou vous prenez un plat à emporter, vos habitudes étaient-elles différentes avant les conditions restrictives imposées par le covid ?

J'ai toujours pris à emporter, et je prenais mon sandwich en voiture et je le mangeais à mon bureau, parfois si j'avais vraiment faim, je mangeais en roulant. Maintenant le covid n'a aucune influence parce que j'ai toujours acheté mon sandwich à emporter.

Vous souvenez-vous de comment s'est passé votre dernier repas ?

Oui j'avais pris un club, et c'était très bon, mais je n'ai jamais été déçu d'un repas que j'ai pris là-bas.

- **Pouvez-vous me dire comment vous avez connu le restaurant d'entreprise Fresh bar ? (Dimension : communication)**

Déjà répondu dans la première question

- **Comment jugez-vous l'accueil au sein du restaurant ? (Dimension : la courtoisie) pouvez-vous m'expliquer en profondeur votre ressenti ?**

Je n'ai rien à dire c'était très bien, un excellent service, je suis allé qu'une dizaine de fois j'ai toujours été très bien accueilli.

- **Quel est votre ressenti quant à l'amabilité du personnel ? (Dimension la courtoisie) Avez-vous des remarques en particulier, concernant l'amabilité du personnel**

Ils sont très aimables, parfois il manque un petit sourire, mais je pense qu'ils étaient débordés, dans l'ensemble c'était très bien.

- **Le personnel est-il communicatif, est-ce qu'il s'intéresse à vous ? Si oui ou non, pourquoi ? (Dimension : écoute et connaissance du client)**

Oui quand vous êtes nouveau client, certains membres du personnel essayent d'entretenir le dialogue et je trouve ça bien pour un restaurant d'entreprise, donc oui ils sont communicatifs.

Quand vous hésitez entre un ou plusieurs plats est-ce que le personnel vous conseille au mieux à choisir un plat correspondant à vos attentes ? (Dimension : connaître son client, la réactivité).

Oui ou non, pouvez-vous expliquer votre point de vue ?

Non je ne pose pas la question quand j'hésite, généralement je sais ce que je vais prendre, mais je vais être honnête je ne me suis jamais trouvé dans une position d'hésitation. Mais, je pense, si on leur pose la question ils répondraient le plus aimablement possible.

- **Que pensez-vous des choix proposés dans leurs menus ainsi que leurs cartes, répondent-ils à vos attentes ? (Dimension : la compétence)**

Si oui ou non, pourquoi ?

Globalement je trouve ça pas mal du tout, il y a pas mal de choix, mais il faudrait plus de plats végétariens.

- **Pouvez-vous me donner votre avis sur la qualité gustative des plats et de la préparation des sandwiches, avez-vous des suggestions ?**

C'est bon, je n'ai jamais été déçu, je vais mettre une note pour les plats 7/10 et les sandwiches 8/10. Voilà pour résumer.

- **Que pensez-vous de la propreté de l'établissement ? (Dimension : la tangibilité)**
Que pensez-vous de la décoration du restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ?

Globalement c'est propre, j'ai vu une fois des poussières dans un coin du restaurant sinon je n'ai rien à dire, pour la décoration c'est sobre, mais un peu rudimentaire il pourrait y avoir plus de couleurs.

- **Globalement à l'intérieur de l'établissement en prenant en compte de certains éléments comme : la propreté, la décoration, la qualité des plats ainsi que leurs présentations, est-ce que vous vous sentez en sécurité, avez-vous des remarques ou des inquiétudes à ce sujet ? (Dimension : la sécurité)**
Pouvez-vous justifier votre réponse ?

Je me sens totalement en sécurité quand je me retrouve dans ce restaurant, donc il n'y a pas de problème.

- **Avez-vous des remarques au niveau des heures d'ouvertures de ce restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ? (Dimension : l'accès)**

Je ne connais pas exactement l'horaire, vu que je suis allé dix fois seulement, mais je me rappelle une fois je suis venu à 14h30 prendre un sandwich au saumon au Philadelphia, on m'a servi sans problème, dans certaines sandwicheries ça ferme à 14h00 déjà, donc c'est parfait.

- **Quelles sont vos remarques sur le rapport qualité/prix ? (Dimension : la fiabilité)**
je préfère que la qualité soit un peu plus élevée et que le prix soit plus élevé également, ça ne me dérange pas de payer cher pour de la bonne nourriture, je trouve même si je n'en ai pas mangé souvent les plats pourrait être meilleur, mais pour un restaurant d'entreprise c'est parfait.

- **Quel est votre avis à propos de la fiabilité du service ? (Dimension : fiabilité)**
Avez-vous déjà rencontré un quelconque problème durant une prise de commande par exemple ?

Non je n'ai jamais eu de problème, bon après je n'ai jamais fait une commande à l'avance pour venir chercher mon sandwich à une certaine heure, j'effectuais ma commande et je prenais mon sandwich juste après, au niveau du temps ils sont plutôt rapides pour préparer les sandwiches et les plats.

- **Prenons l'hypothèse que vous avez un rendez-vous avec un client au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ? (Dimension : la crédibilité)**

Si oui pourquoi ?

Si non pourquoi ?

Oui j'irai manger avec un client au sein du bâtiment, parce que c'est très bon et c'est rapide, et c'est un environnement familial donc c'est bien.

- ***Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendriez-vous dans ce restaurant si oui ou non pourquoi ?***

Qu'est-ce qui vous pousse en général de revenir manger dans le même restaurant ?
Oui je reviendrai, pour la qualité des plats, et la variété de la carte, c'est plats du jour sont toujours différents je trouve ça sympa.

Thème 4 : Points d'amélioration et Intention de recommander l'établissement

Nous allons aborder un dernier thème qui concerne les points d'améliorations du restaurant d'entreprise Fresh Bar, en vous posant une dernière question.

- ***Si vous avez des conseils à donner au gérant du restaurant pour améliorer la qualité des services qu'il propose ?***

Quels seraient-ils ?

Proposer plus de plats végétariens.

- ***Est-ce que vous recommanderiez ce restaurant d'entreprise à d'autres personnes***
Oui ou non, pourquoi ?.

Oui je recommanderais à d'autres pour tous les éléments que j'ai exposés avant.

11.4.8 Informant n°8

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

- ***Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?***

Bonjour je m'appelle xx, j'ai 26 ans je suis assistante administrative depuis un an au sein du bâtiment EEBC, je travaille pour la société xxx, j'ai fait des études supérieures dans le domaine de la comptabilité après avoir obtenu mon diplôme, j'ai travaillé dans une fiduciaire en tant que secrétaire comptable, mais j'ai constaté que le milieu de la fiduciaire n'était pas fait pour moi et j'ai voulu me diriger vers le milieu de l'entreprise.

- **Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.).**

Je mange mes tartines dans mon bureau, mais on essaye de plus en plus de manger ensemble entre collègues, nous sommes quatre personnes au sein de la structure, parfois ça nous arrive de commander des pizzas ou d'acheter au Macdonald et de manger ensemble au bureau ou s'installer dehors quand la météo ne nous fait pas des caprices.

- **Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.**

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Déjà nous ne pouvons plus manger dans le réfectoire, et ça m'arrivait d'aller manger avec mes collègues là-bas, donc oui la covid a un impact au niveau social, maintenant on n'a pas le choix de manger dans le bureau

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale .Quelle serait-elle ?.

- **Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.**
 - ***Le temps de midi, c'est un moment pour...manger***
 - ***Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas avec mes collègues de travail***
 - ***Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui...est bon***

- **Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?**

Étant une grande amatrice de restaurant en général, que ce soit de la grande gastronomie ou des restaurants brasserie je n'ai pas de préférence entre les deux, j'aime toutes les gastronomies en générale, mais j'ai une préférence pour un restaurant orienté vers la viande, je mange très régulièrement des entrecôtes ou des contrefilets, à chaque fois que je vais dans un restaurant mon plat principal est constitué d'au moins une pièce de viande. Mais voilà je pas les moyens suffisants pour aller au restaurant tous les midis.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- **Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?**

Il faut déjà quand je rentre dans le restaurant que je me sente à l'aise, que le restaurant soit bien aménagé avec une belle décoration, sobre en adéquation avec le thème et la spécialité du restaurant, bien évidemment le personnel doit être compétent il doit savoir de quoi il parle quand il présente la carte, il doit aussi être aimable et courtois, comme on dit le client est roi, et un des points les plus importants c'est la qualité gustative des plats que le cuisinier propose. Et ce que j'apprécie beaucoup dans un restaurant, mais c'est très rare c'est quand le cuisinier vient à la table du client et présente lui-même le plat qui l'a préparé, seule la personne qui a préparé le plat est la plus compétente pour expliquer sa composition.

Thème 3 consacré à Fresh Bar : Evaluation de la qualité de service de Fresh Bar.

- **Êtes-vous déjà allé manger dans le restaurant Fresh Bar ? Si oui, combien de fois y êtes-vous allé prendre votre repas depuis la création de ce restaurant ?**

Oui je suis cliente importante chez Fresh Bar, je vais chercher mon sandwich deux à trois fois par semaine, parfois ça m'arrive de ne pas y aller en semaine pour des raisons financières.

Généralement vous mangez sur place ou vous prenez un plat à emporter, vos habitudes étaient-elles différentes avant les conditions restrictives imposées par le covid ?

Oui, déjà l'aspect social, le relationnel au niveau des regroupements entre collègues, avec les mesures covid qui ne nous permet plus de nous rassembler, donc oui l'atmosphère à changer de plus beaucoup de mes collègues sont en télétravail donc il y a moins de personnes au sein de l'entreprise.

- **Vous souvenez-vous de comment s'est passé votre dernier repas ?**

Oui j' ai mangé un sandwich à l'américain, comme d'habitude c'était très bon.

- **Pouvez-vous me dire comment vous avez connu le restaurant d'entreprise Fresh bar ? (Dimension : communication)**

Je l'ai d'abord connu par mes collègues, quand j'ai été engagé j'aillais chercher mon sandwich à la pompe à essence ou je payais 5 euros et c'était très cher, après deux semaines de travail un collègue m'a dit qu'il y avait un self-service et que c'était très bon et voilà. Après quand j'ai été engagé je n'avais pas d'adresse mail pour suivre leurs publicités, mais je constate qu'ils sont assez actifs sur les réseaux sociaux notamment Instagram, donc voilà j'ai tout dit.

- **Comment jugez-vous l'accueil au sein du restaurant ? (Dimension : la courtoisie) pouvez-vous m'expliquer en profondeur votre ressenti ?**

L'accueil est bien, le personnel est très gentil souriant et agréable, le patron Alfonso Est génialissime toujours serviable, il dit toujours bonjour par mon prénom et je trouve ça agréable et il est très professionnel.

- **Quel est votre ressenti quant à l'amabilité du personnel ? (Dimension la courtoisie) Avez-vous des remarques en particulier, concernant l'amabilité du personnel**

Le personnel est très aimable, toujours très poli, donc non je n'ai pas de remarque en particulier.

- **Le personnel est-il communicatif, est-ce qu'il s'intéresse à vous ? Si oui ou non, pourquoi ? (Dimension : écoute et connaissance du client)**

Je dirais juste ce qu'il faut, je ne suis pas là non plus pour papoter avec le personnel par contre ça m'arrive de discuter avec le gérant, mais non le personnel n'a jamais ouvert les débats pour entamer une discussion après je pense qu'ils sont très occupés à préparer les plats.

- **Quand vous hésitez entre un ou plusieurs plats est-ce que le personnel vous conseille au mieux à choisir un plat correspondant à vos attentes ? (Dimension : connaitre son client, la réactivité).**

Oui ou non, pouvez-vous expliquer votre point de vue ?

Je sais toujours ce que je vais prendre donc non je n'ai jamais hésité pour choisir un plat, mais je pense que le personnel est très professionnel, si nous avons des questions ils nous aideraient sans problème, je pense.

- **Que pensez-vous des choix proposés dans leurs menus ainsi que leurs cartes, répondent-ils à vos attentes ? (Dimension : la compétence)**

Si oui ou non, pourquoi ?

Dans l'ensemble c'est un self-service très complet qui propose plusieurs plats différents ainsi que des sandwiches différents, ils proposent également un buffet en proposant des plats luxueux comme des escalopes milanaises des pâtes aux scampis, donc je trouve ça plutôt pas mal, pour résumer ils proposent une carte très variée en matière de choix, tous types de sandwiches, de pâtes, plats chauds, plats froids, dessert, potages. Pour moi il n'a rien à dire au niveau des choix.

- **Pouvez-vous me donner votre avis sur la qualité gustative des plats et de la préparation des sandwiches, avez-vous des suggestions ?**

C'est très bon, j' ai été une fois déçu j'avais acheté un plat chaud un cordon bleu à emporter, il était tiède ils avaient pas suffisamment fait chauffer au microonde, au sujet des sandwiches ils ont changé de fournisseur de pain depuis 6 mois je trouve que le pain est un peu moins bon, mais pour le reste je n'ai rien à dire.

- **Que pensez-vous de la propreté de l'établissement ?(Dimension : la tangibilité)
Que pensez-vous de la décoration du restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ?**

C'est un réfectoire donc il ne faut pas attendre à une décoration flamboyante, les murs sont peints en blanc assez sobre donc ça correspond thème réfectoire ou cantine, donc la décoration est en corrélation avec le restaurant d'entreprise, et l'établissement est très propre.

- **Globalement à l'intérieur de l'établissement en prenant en compte de certains éléments comme : la propreté, la décoration, la qualité des plats ainsi que leurs présentations, est-ce que vous vous sentez en sécurité, avez-vous des remarques ou des inquiétudes à ce sujet ? (Dimension : la sécurité)**

Pouvez-vous justifier votre réponse ?

Oui pour tous les éléments que j'ai évoqués, c'est très propre, la nourriture et la préparation des plats c'est très bon également, donc dans l'ensemble tout est parfait.

- **Avez-vous des remarques au niveau des heures d'ouvertures de ce restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ? (Dimension : l'accès)**

Non il ouvre tôt et ferme tard donc ça, c'est bien on peut même commander encore à quinze pour les gens qui mangent tard.

- **Quelles sont vos remarques sur le rapport qualité/prix ? (Dimension : la fiabilité)**

Pour moi c'est un peu cher payé un corner de pâtes à six euros, même si c'est très bon je dois avouer, il n'hésite pas dans la quantité je trouve ça chère et les sandwiches ne sont pas gratuit également cinq euros pour un simple sandwich au saumon c'est très chère, mais voilà je pense que c'est la moyenne au niveau des prix à Bruxelles.

- **Quel est votre avis à propos de la fiabilité du service ? (Dimension : fiabilité)
Avez-vous déjà rencontré un quelconque problème durant une prise de commande par exemple ?**

Je suis quelqu'un qui commande toujours mon sandwich ou mon cornet de pâtes à l'avance je viens généralement vers dix heures commander et que ce soit prêt pour midi trente, et que quand je venais prendre mon plat, ils ne fussent pas prêts, mais ça m'est arrivé deux ou trois fois et généralement c'est un oubli du personnel.

- **Prenons l'hypothèse que vous avez un rendez-vous avec un client au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ? (Dimension : la crédibilité)**

Si oui pourquoi ?

Si non pourquoi ?

Oui parce que c'est bon, c'est rapide, et le patron est très sympathique et ils cuisinent vraiment ils aiment faire découvrir ces spécialités.

- **Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendriez-vous dans ce restaurant si oui ou non pourquoi ?**

Oui sans hésiter si tout se passe bien et l'avantage je connais déjà l'endroit donc je sais que tout se passera bien.

Qu'est-ce qui vous pousse en général de revenir manger dans le même restaurant ?

Le professionnalisme, la qualité des produits, et du service dans l'ensemble, la compétence du personnel et la convivialité du restaurant en général qui reprend la décoration et la propreté.

Thème 4 : Points d'amélioration et Intention de recommander l'établissement

Nous allons aborder un dernier thème qui concerne les points d'améliorations du restaurant d'entreprise Fresh Bar, en vous posant une dernière question.

- **Si vous avez des conseils à donner au gérant du restaurant pour améliorer la qualité des services qu'il propose ?**

Quels seraient-ils ?

Pour moi ils doivent faire attention que mes commandes soient prêtes quand je viens les chercher, sinon je n'ai pas d'autres suggestions.

- **Est-ce que vous recommanderiez ce restaurant d'entreprise à d'autres personnes**

Oui ou non, pourquoi ?.

Oui parce que c'est un restaurant d'entreprise qui propose des produits de qualité et des plats de bonne qualité ainsi que des sandwiches de qualité.

11.4.9 Informant n°9

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

- **Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?**

Bonjour, je m'appelle xx, et je possède ma propre entreprise dans le domaine des aides en entreprises, c'est une société de consultance en stratégie pour les PME, prenons le cas de l'Horeca qui est déconseillé pour le moment d'ailleurs, on essaye de trouver le meilleur emplacement stratégique pour développer la clientèle, voici pour illustrer ce que je fais concrètement.

- **Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.).**

Je mange 80% du temps à la cantina du Fresh qui se situe au rez-de-chaussée à droite de l'accueil, je commande généralement un sandwich.

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Oui et non, je dirais que les mesures covid ont créé un bouleversement relationnel, la relation entre les personnes est devenue de plus en plus stérile. Mais pour revenir à la pause de midi même avant la covid je prenais à emporter parce que j'ai beaucoup de travail, mais sinon ça m'arrivais aussi de manger au réfectoire à la cantina du Fresh avec mon associé avant la fermeture des restaurants.

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale .Quelle serait-elle ?.

- **Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.**
 - **Le temps de midi, c'est un moment pour...manger**
 - **Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas tranquillement**
 - **Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui...est simple et bon**

- **Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?.**

Je n'ai pas un restaurant type en tête, mais généralement j'aime toutes les gastronomies, mais j'ai quand même une petite préférence pour les restaurants de la grande gastronomie, j'aime beaucoup la cuisine raffinée, et j'accorde beaucoup d'importance à l'esthétique des plats, mais j'aime aussi les restaurants brasserie c'est simple, mais c'est bon et ils proposent généralement des bons petits plats et en plus j'aime beaucoup les bières.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- **Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouvez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?**

Il doit se distinguer des autres restaurants d'entreprise au niveau des choix, je m'explique il doit proposer que des sandwiches ou des pâtes, donc il doit proposer des plats froids, plats chauds, sandwiches chauds, desserts, potages, je pense avoir fait le tour. Après bien évidemment il faut une bonne qualité des plats, la qualité du service dans son ensemble reprenant, un très bon accueil, le personnel doit être poli et courtois ainsi que compétent, et pour terminer le restaurant doit être propre bien aménagé et bien décoré.

Thème 3 consacré à Fresh Bar : Evaluation de la qualité de service de Fresh Bar.

- **Êtes-vous déjà allé manger dans le restaurant Fresh Bar ?**

Si oui, combien de fois y êtes-vous allé prendre votre repas depuis la création de ce restaurant ?

Le répondant à déjà à la question au début de l'interview.

Généralement vous mangez sur place ou vous prenez un plat à emporter, vos habitudes étaient-elles différentes avant les conditions restrictives imposées par le covid

le répondant à déjà à la question au début de l'interview.

- **Vous souvenez-vous de comment s'est passé votre dernier repas ?**

Oui j'ai pris un cornet de pâtes gorgonzola avec du gruyère, c'était très bon, tout c'est bien passé, j'ai mangé dans mon bureau tout en travaillant.

- **Pouvez-vous me dire comment vous avez connu le restaurant d'entreprise Fresh bar ? (Dimension : communication)**

J'ai vu qu'il avait un restaurant d'entreprise, et j'ai voulu testé et maintenant je mange pratiquement tout le temps à la cantina du Fresh, mais j'ai déjà connu les anciens propriétaires, mais ils ne proposaient que des sandwiches, la carte n'était pas variée, il n'y avait jamais de plats froids, chauds, potages, bon après les sandwiches n'étaient pas mauvais en soi, mais ils n'avaient rien d'autre à part des sandwiches. Et depuis que c'est Alfonso qui gère, c'est beaucoup mieux.

- **Comment jugez-vous l'accueil au sein du restaurant ? (Dimension : la courtoisie) pouvez-vous m'expliquer en profondeur votre ressenti ?**

Très bien je m'entends très bien avec le gérant, il est toujours serviable et souriant et surtout très professionnel, ils l'appellent tous les clients par leurs prénoms, donc non je n'ai rien à dire tout est parfait.

- **Quel est votre ressenti quant à l'amabilité du personnel ? (Dimension la courtoisie) Avez-vous des remarques en particulier, concernant l'amabilité du personnel**

Très bien, forcément je suis proche du gérant parce que je suis en contact avec lui parce qu' il me fait découvrir ces nouvelles spécialités, non le personnel est compétent, ils emploient les bonnes formules de politesse, dans l'ensemble je suis satisfait.

- **Le personnel est-il communicatif, est-ce qu'il s'intéresse à vous ? Si oui ou non, pourquoi ? (Dimension : écoute et connaissance du client)**

Non ils se contentent du minimum, je ne suis pas une personne très bavarde parce que j'ai beaucoup de boulot je commande et j'emporte, mais non le personnel n'entame

rarement la discussion, à l'inverse du gérant qui est très communicatif et on échange quelques phrases ensemble sans aller non plus dans le détail.

Quand vous hésitez entre un ou plusieurs plats est-ce que le personnel vous conseille au mieux à choisir un plat correspondant à vos attentes ? (Dimension : connaître son client, la réactivité).

Oui ou non, pouvez-vous expliquer votre point de vue ?

Oui, mais c'est généralement le gérant qui me conseille quand il me fait découvrir des nouvelles spécialités culinaires, il m'explique la composition des plats, comment ils préparent, donc voilà si j'ai des questions sur un plat en particulier je lui demande.

- **Que pensez-vous des choix proposés dans leurs menus ainsi que leurs cartes, répondent-ils à vos attentes ? (Dimension : la compétence)**

Si oui ou non, pourquoi ?

Parfait par rapport à l'ancien self-service, je suis très satisfait. Une carte très variée comme je les aime, personnellement je n'ai rien à dire, c'est un restaurant d'entreprise qui est bien développé dans domaine culinaire, le bâtiment EEBIC à de la chance d'avoir ce type de self-service dans l'enceinte.

- **Pouvez-vous me donner votre avis sur la qualité gustative des plats et de la préparation des sandwiches, avez-vous des suggestions ?**

Vraiment très bon, Alfonso cuisine très bien ses plats rajoute toujours une petite touche personnelle pour rendre le repas bien meilleur, je mange régulièrement les sandwiches, je constate que ce sont des produits frais, le sandwich américain est vraiment très bon un peu piquant, mais pas trop, pour moi dans l'ensemble c'est parfait il y a rien à dire, c'est un bon chef cuisinier.

- **Que pensez-vous de la propreté de l'établissement ?(Dimension : la tangibilité)
Que pensez-vous de la décoration du restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ?**

Je dois avouer que je ne fais pas attention quand je rentre, mais ça l'air très propre, je n'ai jamais vu des déchets ou de la poussière quel que soit l'endroit du réfectoire, et pour la décoration je dirais qu'elle est sobre sans plus, c'est un restaurant d'entreprise ce n'est pas un trois étoiles Michelin.

- **Globalement à l'intérieur de l'établissement en prenant en compte de certains éléments comme : la propreté, la décoration, la qualité des plats ainsi que leurs présentations, est-ce que vous vous sentez en sécurité, avez-vous des remarques ou des inquiétudes à ce sujet ? (Dimension : la sécurité)**

Pouvez-vous justifier votre réponse ?

Oui sans aucun doute, je n'ai jamais eu de problèmes, c'est propre, c'est très bon, je suis très content de ce restaurant d'entreprise.

- **Avez-vous des remarques au niveau des heures d'ouvertures de ce restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ? (Dimension : l'accès)**

Non il ouvre tôt déjà 08h30 pour prendre un bon café et un bon déjeuner également, et il ferme à 15h45 ce qui n'est pas mal du tout pour un self-service, donc non c'est très bien.

- **Quelles sont vos remarques sur le rapport qualité/prix ? (Dimension : la fiabilité)**

Je fais très rarement attention au prix si c'est bon ça me dérange pas de payer plus, je dirais que la salade est un peu trop chère sinon pour le reste c'est un bon rapport qualité/prix.

- **Quel est votre avis à propos de la fiabilité du service ? (Dimension : fiabilité)**
Avez-vous déjà rencontré un quelconque problème durant une prise de commande par exemple ?

Non c'est très bien, je pense qu'ils ont dû oublié deux ou trois fois ma commande je ne sais pas exactement, mais à part ces petites erreurs le service est fiable.

- **Prenons l'hypothèse que vous avez un rendez-vous avec un client au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ? (Dimension : la crédibilité)**

Si oui pourquoi ?

Si non pourquoi ?

Oui sans hésiter c'est un très bon restaurant d'entreprise et si je peux le faire découvrir en invitant mes clients je le ferais sans problème, je n'ai pas encore eu de rendez-vous dans les locaux, je suis toujours en déplacement, mais un jour après la covid j'inviterais un client à la cantina du Fresh

- **Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendriez-vous dans ce restaurant si oui ou non pourquoi ?**

Qu'est-ce qui vous pousse en général de revenir manger dans le même restaurant ?

Oui parce que c'est très bon, et il y a une bonne ambiance familiale, et ce qui me pousse à revenir au-delà la qualité des produits, c'est le relationnel avec le personnel et le gérant de l'établissement, si je suis déçu par leurs comportements je reviendrais plus même si c'est bon.

Thème 4 : Points d'amélioration et Intention de recommander l'établissement

Nous allons aborder un dernier thème qui concerne les points d'améliorations du restaurant d'entreprise Fresh Bar, en vous posant une dernière question.

- **Si vous avez des conseils à donner au gérant du restaurant pour améliorer la qualité des services qu'il propose ?**

Quels seraient-ils ?

Non c'est très bien, peut-être de nous faire découvrir un nouveau plat ou sandwich qui ne se retrouve pas dans la carte habituelle, sinon tout est parfait.

- **Est-ce que vous recommanderiez ce restaurant d'entreprise à d'autres personnes**

Oui ou non, pourquoi ?.

Oui bien évidemment avec toutes les remarques que j'ai exposées précédemment et quand je croise quelqu'un je leur demande s'ils ont déjà mangé dans ce restaurant d'entreprise si ce n'est pas le cas je leur conseille d'y aller.

11.4.10 Informant n°10

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

- **Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?**

Bonjour, je m'appelle xxx, je travaille en tant qu'employé informatique pour la société xx, je travaille maintenant depuis cinq ans pour cette société, je développe des programmes informatiques pour plusieurs sociétés essentiellement des PME, et je suis très heureux dans mon travail, j'aime vraiment ce que je fais, nous sommes 9 collaborateurs dans l'organisation, et nous sommes une vraie entreprise familiale et tout se passe très bien.

- **Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.).**

Je mange, je pianote souvent sur mon iPhone pour suivre les actualités, je regarde Facebook comme tout le monde et parfois avec certains collègues, nous commandons un quick on se fait livrer par takeaway, parfois ça nous arrive également de prendre des pizzas, est très rarement je vais me chercher un sandwich à la cantina du fresh.

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

La seule chose qui a vraiment changé avant on allait s'installer au réfectoire et manger tous ensemble, mais c'est très rare, mais honnêtement nonante pourcent du temps on mange au bureau, mais par exemple quand il fait beau nous mangeons dehors, mais depuis les mesures covid on est tout le temps enfermés dans le bureau, je pense qu'on s'habitue à ce nouveau mode vie.

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale .Quelle serait-elle ?.

- ***Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.***
 - ***Le temps de midi, c'est un moment pour... décompresser***
 - ***Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas avec mes amis***
 - ***Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui... est reposant.***

- ***Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?.***

Un bon petit restaurant qui n'est pas trop cher et qui propose des produits de qualités, j'aime beaucoup les restaurants qui propose un buffet, comme ça on peut choisir nous-mêmes la quantité. Entre amis j'aime de plus en plus les restaurants style brasserie parce que c'est très convivial est généralement il y a une bonne ambiance.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- **Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?**

Déjà c'est important d'avoir des produits frais et pas des produits industriels, je préfère payer un peu plus cher, recevoir un bon service, donc que le personnel soit professionnel et propre sur lui et respectueux et souriant, il doit connaître la composition de tous les plats qui se trouvent dans la carte. Au niveau du restaurant, il doit être bien décoré une couleur sobre pas trop flash non plus, genre les murs peints en vert, il faut que l'établissement soit propre.

Thème 3 consacré à Fresh Bar : Evaluation de la qualité de service de Fresh Bar.

- **Êtes-vous déjà allé manger dans le restaurant Fresh Bar ? Si oui, combien de fois y êtes-vous allé prendre votre repas depuis la création de ce restaurant ?**

Oui, je suis allé une bonne dizaine de fois, je ne peux pas dire que je vais souvent c'est vraiment occasionnel, ce n'est pas parce que je n'aime pas, généralement je prends mon sandwich avec moi, ou je commande une pizza ou un quick et on mange entre collègues, donc voilà.

Généralement vous mangez sur place ou vous prenez un plat à emporter, vos habitudes étaient-elles différentes avant les conditions restrictives imposées par le covid ?

J'emporte généralement, mais oui avec les mesures covid on ne peut plus manger sur place ça impacte notre train vie avant on pouvait manger au réfectoire à plusieurs, actuellement c'est plus possible, mais comme expliqué précédemment la majorité du temps je mange au bureau.

Vous souvenez-vous de comment s'est passé votre dernier repas ?

J'ai pris un sandwich au poulet rôti et crudité et sauce cocktail et c'était bon.

- **Pouvez-vous me dire comment vous avez connu le restaurant d'entreprise Fresh bar ? (Dimension : communication)**

Avant c'était des anciens propriétaires au réfectoire qui préparé également des sandwiches, donc c'est bien pour ça que je connais l'emplacement depuis cinq ans, et donc j'ai connu la cantina du fresh par le fait du hasard quand je suis allé me prendre

un sandwiche j'ai constaté que les anciens propriétaires n'étaient plus là, et je dois avouer que ce n'était pas mauvais. Et je me suis un peu renseigné sur ce restaurant d'entreprise et ils sont très actifs sur les réseaux sociaux ils font pas mal de publicité.

- **Comment jugez-vous l'accueil au sein du restaurant ? (Dimension : la courtoisie) pouvez-vous m'expliquer en profondeur votre ressenti ?**

Très bien le patron dit toujours bonjour avec le sourire, le personnel aussi, ce sont des gens très professionnels et ils sont très agréables.

- **Quel est votre ressenti quant à l'amabilité du personnel ? (Dimension la courtoisie) Avez-vous des remarques en particulier, concernant l'amabilité du personnel**

Pareil c'est très bien ils sont courtois, après je suis allée qu'une dizaine de fois je ne vais pas tous les jours, mais je n'ai jamais été déçu.

- **Le personnel est-il communicatif, est-ce qu'il s'intéresse à vous ? Si oui ou non, pourquoi ? (Dimension : écoute et connaissance du client)**

Le patron est assez communicatif, il aime converser avec ses clients et moi y compris, ils s'intéressent vraiment aux clients, bon le personnel est peu moins communicatif ils se contentent de préparer les sandwiches et les plats, je suppose qu'ils n'ont pas le temps, mais après si le client entame la conversation je pense que le personnel suivrait.

Quand vous hésitez entre un ou plusieurs plats est-ce que le personnel vous conseille au mieux à choisir un plat correspondant à vos attentes ? (Dimension : connaître son client, la réactivité).

Oui ou non, pouvez-vous expliquer votre point de vue ?

Je ne vais pas assez souvent pour hésiter sur un plat parce que je prends toujours un sandwich et je sais toujours ce que je vais prendre, et leurs sandwiches américains est vraiment très bons.

- **Que pensez-vous des choix proposés dans leurs menus ainsi que leurs cartes, répondent-ils à vos attentes ? (Dimension : la compétence)**

Si oui ou non, pourquoi ?

C'est mieux que l'ancien gérant je ne parle pas que pour moi, mais pour l'ensemble des du bâtiment EEBIC, l'ancien propriétaire préparé que des sandwiches et ils n'étaient pas mauvais, mais pas assez de diversité, depuis que le nouveau propriétaire c'est installé il y a beaucoup plus de choix, on a des plats chauds, des plats froids, desserts, des pâtes, des paninis, du potage, et les fameux plats chefs, genre des escalopes milanaises et d'autres plats très raffinés.

- **Pouvez-vous me donner votre avis sur la qualité gustative des plats et de la préparation des sandwiches, avez-vous des suggestions ?.**

Je n'ai jamais été déçu de mes sandwiches ils étaient toujours très bon, mais je pense qu'un jour j'irai acheter un plat chaud pour découvrir des nouvelles préparations culinaires. Et leurs sandwiches sont vraiment très bons.

- **Que pensez-vous de la propreté de l'établissement ?(Dimension : la tangibilité)
Que pensez-vous de la décoration du restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ?**

Oui c'est propre je n'ai jamais eu de soucis par rapport à cela, et la décoration je dirais qu'elle est basique c'est un réfectoire ce n'est pas un restaurant pur, c'est un restaurant d'entreprise qui se situe dans un réfectoire, les murs sont peints en blanc une couleur classique.

- **Globalement à l'intérieur de l'établissement en prenant en compte de certains éléments comme : la propreté, la décoration, la qualité des plats ainsi que leurs présentations, est-ce que vous vous sentez en sécurité, avez-vous des remarques ou des inquiétudes à ce sujet ? (Dimension : la sécurité)
Pouvez-vous justifier votre réponse ?**

Oui je me sens très bien, même si je ne viens pas souvent c'est très bien et oui je me sens en sécurité au sein du réfectoire.

- **Avez-vous des remarques au niveau des heures d'ouvertures de ce restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ? (Dimension : l'accès)**
Non aucune, il ouvre le matin et il ferme fin d'après-midi donc c'est très bien.

- **Quelles sont vos remarques sur le rapport qualité/prix ? (Dimension : la fiabilité)**
Je n'ai pas fait attention au prix des plats qu'ils proposent, mais les sandwiches sont pas gratuit, mais après ils sont très bon surtout l'américain ou le prix s'élève à trois euros et cinquante cents, donc vu la qualité de l'américain je dirais que c'est un bon rapport qualité/ prix, mais je pense qu'on peut trouver moins chère ailleurs après la zone de Bruxelles est plus chère que la Wallonie, donc je pense qu'il faut prendre cette variable en compte.

- **Quel est votre avis à propos de la fiabilité du service ? (Dimension : fiabilité)
Avez-vous déjà rencontré un quelconque problème durant une prise de commande par exemple ?**

Très bien je n'ai jamais eu de problème de commande, après je commande à midi mon sandwich pour le prendre directement, je ne le commande pas à l'avance même si on peut, mais sinon le service est très fiable.

- ***Prenons l'hypothèse que vous avez un rendez-vous avec un client au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ? (Dimension : la crédibilité)***

Si oui pourquoi ?

Si non pourquoi ?

Oui pourquoi pas, mais après je suis employé informatique je ne mange pas avec des clients, mais oui ce serait une occasion de manger un plat chaud.

- ***Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendriez-vous dans ce restaurant si oui ou non pourquoi ?***

Qu'est-ce qui vous pousse en général de revenir manger dans le même restaurant ?

Oui je reviendrais même avec d'autres clients et ce qui me pousse à revenir dans un restaurant c'est la qualité des produits du service, et aussi important un bon accueil du personnel.

Thème 4 : Points d'amélioration et Intention de recommander l'établissement

Nous allons aborder un dernier thème qui concerne les points d'améliorations du restaurant d'entreprise Fresh Bar, en vous posant une dernière question.

- ***Si vous avez des conseils à donner au gérant du restaurant pour améliorer la qualité des services qu'il propose ?***

Quels seraient-ils ?

Rien c'est parfait, après je n'ai pas souvent mangé au sein de restaurant pour porter un jugement précis

- ***Est-ce que vous recommanderiez ce restaurant d'entreprise à d'autres personnes***

Oui ou non, pourquoi ?

Oui je le fais déjà auprès de mes collègues.

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

- **Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?**

Bonjour je m'appelle xx, je travaille en tant qu'infirmière à l'hôpital d'Erasme et je suis spécialisé en pédiatrie, je travaille depuis sept ans maintenant et j'aime beaucoup mon métier je pourrais jamais faire autre chose, et un jour j'envisage d'être chef de service, et voilà.

- **Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.).**

Ça dépend de notre service si on travaille de nuit ou de journée, mais à la pause du midi, je mange au réfectoire avec mes collègues, et parfois je vais acheter mon sandwich à au Delhaize, sinon la majorité du temps je prends mes tartines. C'est vrai à l'intérieur de l'hôpital il y a des snacks, et parfois ça m'arrive de commander un sandwich au snack.

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Non le covid n'a pas changé mon mode de vie alimentaire ou ma pause du midi, ça n'a jamais changé à part beaucoup de boulot avec la crise sanitaire, parfois ça m'arrive de pas prendre ma pause du midi par manque de temps.

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale .Quelle serait-elle ?.

- **Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.**
 - **Le temps de midi, c'est un moment pour... manger**
 - **Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ... avec mes amies et collègues.**
 - **Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui...est simple**

- **Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?.**

Un restaurant chaleureux, qui dégage un certain charme, il faut que le service soit bon, j'entends par là, donc un personnel accueillant, que la nourriture soit de bonne qualité, que le restaurant soit propre avec une belle décoration. Mais je n'ai pas un restaurant type en tête, j'aime toutes les gastronomie possible.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- **Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?**

Le répondant à déjà répondu à la question.

Thème 3 consacré à Fresh Bar : Evaluation de la qualité de service de Fresh Bar.

- **Êtes-vous déjà allé manger dans le restaurant Fresh Bar ?**

Si oui, combien de fois y êtes-vous allé prendre votre repas depuis la création de ce restaurant ?

Je suis déjà allé quatre ou cinq fois plus ou moins, j'allais prendre mon sandwich quand là-bas quand il y a n'y avait au Delhaize.

Généralement vous mangez sur place ou vous prenez un plat à emporter, vos habitudes étaient-elles différentes avant les conditions restrictives imposées par le covid ?

Toujours à emporter, ce restaurant d'entreprise c'était un peu mon dernier recours.

Vous souvenez-vous de comment s'est passé votre dernier repas ?

oui j'ai pris un sandwich poulet rôti mayonnaise et c'était bon.

- **Pouvez-vous me dire comment vous avez connu le restaurant d'entreprise Fresh bar ? (Dimension : communication)**

Un collègue ils m'a dit que c'était un self-service qui réalisé des sandwiches et plats chaud et après 14h30 ou 15h ils étaient encore ouvert pour prendre quelque chose à manger.

- **Comment jugez-vous l'accueil au sein du restaurant ? (Dimension : la courtoisie) pouvez-vous m'expliquer en profondeur votre ressenti ?**

c'était très bien le personnel est accueillant souriant et très poli.

- **Quel est votre ressenti quant à l'amabilité du personnel ? (Dimension la courtoisie) Avez-vous des remarques en particulier, concernant l'amabilité du personnel**

Pareil, je n'ai rien à dire à ce sujet, et le patron est très sympathique, je pense qu'il connaît bien ses clients, la première qu'il m'a vu il a directement entamé la conversation.

- **Le personnel est-il communicatif, est-ce qu'il s'intéresse à vous ?**

Si oui ou non, pourquoi ? (Dimension : écoute et connaissance du client)

J'ai surtout bavardé avec le patron que le personnel, j'ai pas l'impression que le personnel discute avec les clients.

Quand vous hésitez entre un ou plusieurs plats est-ce que le personnel vous conseille au mieux à choisir un plat correspondant à vos attentes ? (Dimension : connaitre son client, la réactivité).

Oui ou non, pouvez-vous expliquer votre point de vue ?

Je ne suis pas allé assez souvent pour hésiter entre plusieurs plats étant donné que je prends toujours un sandwich.

- **Que pensez-vous des choix proposés dans leurs menus ainsi que leurs cartes, répondent-ils à vos attentes ? (Dimension : la compétence)**

Si oui ou non, pourquoi ?

J'ai jeté un coup d'œil à la carte je dois avouer ils proposent pas mal de choix, à savoir, des plats chauds, plats froids, des potages, desserts, et bien évidemment des sandwiches, je dirais à mon goût qu'il n'y pas assez de sorte de sandwich, il y a que cinq ou six variété de sandwich, genre il n'y pas poulet curry, poulet mayo, crabes, donc voilà sinon c'est très bien.

- **Pouvez-vous me donner votre avis sur la qualité gustative des plats et de la préparation des sandwiches, avez-vous des suggestions ?**

Les sandwiches sont très bon pour les plats je n'ai pas testé encore, et leurs sandwiches américains est très bon un peu piquant mais pas trop.

- **Que pensez-vous de la propreté de l'établissement ?(Dimension : la tangibilité)
Que pensez-vous de la décoration du restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ?**

C'est très propre, il y a un olivier au centre de la pièce pour rendre l'établissement chaleureux, et la décoration je dirais basique mais en adéquation avec le self-service.

- **Globalement à l'intérieur de l'établissement en prenant en compte de certains éléments comme : la propreté, la décoration, la qualité des plats ainsi que leurs présentations, est-ce que vous vous sentez en sécurité, avez-vous des remarques ou des inquiétudes à ce sujet ? (Dimension : la sécurité)**

Pouvez-vous justifier votre réponse ?

Non en aucun moment où je me suis senti en insécurité, donc c'est parfait.

- **Avez-vous des remarques au niveau des heures d'ouvertures de ce restaurant, pouvez-vous justifier votre réponse ? (Dimension : l'accès)**

Les horaires sont flexible et ça c'est bien pour les repas tardif, il ferme à 15h45 donc c'est génial.

- **Quelles sont vos remarques sur le rapport qualité/prix ? (Dimension : la fiabilité)**

Vu que j'achète souvent au Delhaize, je dirais qu'ils sont légèrement moins chère que Delhaize, mais c'est bon rapport qualité/prix pour moi, c'est parfait.

- **Quel est votre avis à propos de la fiabilité du service ? (Dimension : fiabilité)
Avez-vous déjà rencontré un quelconque problème durant une prise de commande par exemple ?**

Non, je n'ai jamais eu de problème de commande, je commandais directement mon sandwich et puis je le prenais.

- **Prenons l'hypothèse que vous avez un rendez-vous avec un client au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ? (Dimension : la crédibilité)**

Si oui pourquoi ?

Si non pourquoi ?

Dans mon métier c'est un peu compliqué de manger avec ces patients, mais pour répondre à votre question je ne serais pas contre de découvrir leurs avec un collègue de travail.

- **Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendriez-vous dans ce restaurant si oui ou non pourquoi ?**

Oui sans aucun doute

Qu'est-ce qui vous pousse en général de revenir manger dans le même restaurant ?
Si c'est bon, et que le service est bien dans l'ensemble en reprenant les critères que j'ai évoqué au début de l'interview.

Thème 4 : Points d'amélioration et Intention de recommander l'établissement

Nous allons aborder un dernier thème qui concerne les points d'améliorations du restaurant d'entreprise Fresh Bar, en vous posant une dernière question.

- **Si vous avez des conseils à donner au gérant du restaurant pour améliorer la qualité des services qu'il propose ?**

Quels seraient-ils ?

Pour le peu de fois oui je suis allé c'était très bien, peut-être proposer plus de variété de sandwiches, sinon tout est parfait.

- **Est-ce que vous recommanderiez ce restaurant d'entreprise à d'autres personnes**

Oui ou non, pourquoi ?.

Oui parce que c'est bon, mais j'en parle déjà à mes collègue quand j'ai le temps et certains sont déjà allé manger, donc voilà.

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

- **Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?**

Bonjour je m'appelle xxx, je suis logisticien, j'ai trente-sept ans et je travaille pour une société de transport situé à la Louvière depuis un ans, avant je travaillé également pour une société de transport à Bruxelles pendant trois ans, donc et j'aime métier et j'envisage dans le futur de créer ma propre société.

- **Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.)**

Je mange mes tartines quand je suis juste financièrement, sinon je vais prendre un sandwich à la sandwicherie du coin, je prends généralement un poulet mayo ou un américain.

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

La covid n'a eu aucun impacte dans mon quotidien au niveau de ma pause déjeuner, disons les gens sont un peu fatigué par les mesures covid au niveau social, mais pour ma part rien ne change.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale .Quelle serait-elle ?.

- **Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.**
- **Le temps de midi, c'est un moment pour... manger**

- *Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ... au calme*
- *Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui...est bon*
- ***Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?.***
En tant qu'Africain j'aime la cuisine africaine et de temps en temps ça m'arrive d'aller dans des restaurants africain du coté de Bruxelles ou Mons, j' aime l'ambiance familiale, vraiment le contact humain c'est très important pour moi, mais je suis pas difficile j'aime toutes les gastronomie à part la cuisine japonaise.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- ***Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?***
La qualité des produits, la qualité de la préparation des plats, ça doit reprendre également un bon service, le personnel doit souriant serviable et rester à l'écoute, le restaurant doit être propre, une jolie décoration, c'est vraiment un ensemble de critère pour qu'on apprécie un restaurant ou un restaurant d'entreprise.

Thème 3 : Degré de connaissance de Fresh Bar et raison de non fréquentation de l'établissement

- ***Connaissez-vous le restaurant Fresh Bar, qui se trouve dans le bâtiment EEBIC au rez-de-chaussée à droite du service d'accueil ?***
Que pouvez-vous m'en dire ?
.avez-vous déjà entendu des échos à propos de ce restaurant, si oui lesquels ?
(Question en fonction de la réponse précédente) Êtes-vous déjà allé manger dans ce restaurant Fresh Bar ou même commander un plat ou un sandwich à emporter ?
Si oui (reprendre les questions du premier guide d'entretien)
Si non, pour quelles raisons n'êtes-vous jamais allé prendre un repas dans ce restaurant d'entreprise ?
non je n'ai jamais entendu parler de ce restaurant d'entreprise, parce que un restaurant d'entreprise c'est propre à l'entreprise et ils ont leurs clients et au niveau marché c'est plutôt fermé on vise qu'un même groupe de clients à savoir l'entreprise en interne ou

*peut-être des clients extérieurs proche de l'entreprise comme un zoning industriel.
Donc voilà .*

- ***Pensez-vous un jour manger à midi dans le restaurant Fresh Bar ?***

Si oui, ou non pourquoi ?

Pourquoi si je vais là-bas par hasard ou copain me le recommande de manger là, j'irai sans problème.

- ***Prenons l'hypothèse que vous ayez un rendez-vous avec un client ou ami(e) au sein du bâtiment EEBC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ?***

Si oui pourquoi ?, sinon pourquoi ?

Le répondant à déjà répondu à la question précédente

- ***Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendrez-vous dans ce restaurant ?***

Si oui ou non pourquoi ?

Quelles seraient les raisons qui vous pousseraient à le faire ?

Oui si vraiment j'ai été satisfait, je reviendrai, pas souvent parce que c'est un peu loin, et mes raisons, il faut une bonne qualité des plats avec une bonne ambiance et un personnel très compétent et agréable.

11.4.13 Informant n°13

Thème 0 : Introduction – Questions d'échauffement

- ***Bonjour, pour commencer, pouvez-vous vous présenter brièvement ? Où travaillez-vous ? Quel a été votre parcours professionnel jusqu'ici ? Quelle fonction occupez-vous actuellement au sein de votre entreprise ?***

Je m'appelle xx, je suis avocat de formation et juriste et professeur à l'IFPME, je travaille maintenant depuis quatre ans à l'IFPME, et tout se passe bien, en parallèle j'ai constitué une Asbl dans le domaine des rencontre privé, c'est une version des sites de rencontre mais en version réel, les gens paye un abonnement et on organise des soirées, j'ai une société de théâtre aussi sur le côté, donc j'ai pas le temps de m'ennuyer j'ai une vie bien rempli.

- **Que faites-vous généralement pendant votre temps libre à la pause de midi ? (sortir prendre l'air, manger son repas dans son bureau, manger au restaurant d'entreprise, etc.)**

Je mange dans mon appartement, je me prépare généralement un plat chaud quand j'ai le temps, je vais être honnête je mange surtout tard le soir, parce que je donne cours le soirs ça m'arrive très souvent de manger après vingt une heure et en journée je suis débordé, donc voilà.

Avez-vous toujours pratiqué de la même manière ? Je pense en particulier à ce que vous faisiez avant la crise du covid.

Même avant la covid, j'ai toujours eu une vie très chargé, mais la différence à midi ça m'arrivé de voir du monde que ce soit dans le cadre professionnel mais aussi privé, donc oui je suis très malheureux de ce qui se passe parce que j'ai toujours eu une vie sociale active, maintenant la vie changé.

Si, non quelles étaient vos anciennes habitudes sur le temps de midi et pourquoi les avoir changées ?

Thème 1 : La pause déjeuner idéale

Nous allons commencer par un petit exercice d'imagination. Je vais vous demander d'imaginer votre pause de midi idéale .Quelle serait-elle ?.

- **Je vais vous donner quelques débuts de phrase et je vous demanderai de bien vouloir les terminer en fonction de ce que représente une pause de midi idéale pour vous lorsque vous la destinez à prendre votre repas.**
 - **Le temps de midi, c'est un moment pour... manger**
 - **Sur le temps de midi, ce que j'apprécie le plus, c'est de prendre mon repas ... avec la compagnie**
 - **Si je prends mon repas dans un restaurant, je préfère un restaurant qui...simple mais très bon**
- **Pourriez-vous me décrire le restaurant idéal pour prendre une pause déjeuner ? Pouvez-vous m'expliquer pourquoi ?.**

Je n'ai pas vraiment un restaurant idéal en terme de gastronomie, mais j'aime beaucoup les grillades c'est pour ça que je suis un grand amateur de barbecue, mais j'aime beaucoup la viande, mais j'ai des période j'aime manger dans une bonne pizzeria, une autre période allé dans wok ou chinois. Donc voilà j'aime toutes les gastronomie mais mon préféré c'est les grillades.

Thème 2 : les déterminants de la qualité de service d'un restaurant d'entreprise/d'un self-service et leur importance relative

Nous allons à présent nous intéresser aux caractéristiques d'un restaurant d'entreprise/d'un restaurant self-service sur lesquelles vous vous basez pour en évaluer la qualité.

- **Pour vous, qu'est-ce qui fait que vous appréciez un restaurant d'entreprise/un self-service ? Qu'est-ce qui fait que vous le trouviez de bonne qualité ou offrant des services de qualité ?**

Un des critères les plus importants c'est l'accueil, il faut que le personnel soit courtois et chaleureux, souriant, professionnel, communicatif, il faut aussi que les plats ou sandwiches sont préparés avec des produits frais, l'endroit doit être propre, une jolie décoration en corrélation avec le restaurant d'entreprise. donc voilà pour moi ce sont les critères les plus importants.

Thème 3 : Degré de connaissance de Fresh Bar et raison de non fréquentation de l'établissement

- **Connaissez-vous le restaurant Fresh Bar, qui se trouve dans le bâtiment EEBIC au rez-de-chaussée à droite du service d'accueil ?
Que pouvez-vous m'en dire ?**

.avez-vous déjà entendu des échos à propos de ce restaurant, si oui lesquels ?

(Question en fonction de la réponse précédente) Êtes-vous déjà allé manger dans ce restaurant Fresh Bar ou même commander un plat ou un sandwich à emporter ?

Si oui (reprendre les questions du premier guide d'entretien)

Si non, pour quelles raisons n'êtes-vous jamais allé prendre un repas dans ce restaurant d'entreprise ?

Tout simplement je ne connais pas ce restaurant d'entreprise, je suis jamais allé, mais je serais pas contre de le découvrir.

- **Pensez-vous un jour manger à midi dans le restaurant Fresh Bar ?**

Si oui, ou non pourquoi ?

Parce que je suis un homme qui aime beaucoup la gastronomie et j'aime découvrir des nouvelles opportunités culinaires, je suis quelqu'un qui est souvent en déplacement et dans je mangé dans différents self-service, notamment il y avait qui se situé dans hôpital et j'avais bien mangé.

- ***Prenons l'hypothèse que vous ayez un rendez-vous avec un client ou ami(e) au sein du bâtiment EEBIC, iriez-vous manger à midi dans ce restaurant ?***

Si oui pourquoi ?, sinon pourquoi ?

Oui, parce que je préfère manger avec des copains ou des amies que tout, j'aime la vie sociale.

- ***Prenons l'hypothèse que tout se passe bien lors de votre repas avec votre client, reviendrez-vous dans ce restaurant ?***

Quelles seraient les raisons qui vous pousseraient à le faire ?

Si oui ou non pourquoi ?

Ça reprends les éléments au début de l'interview, mais le relationnel avec le personnel et avoir une bonne ambiance dans l'enceinte c'est le plus important pour moi.

12 Questionnaire final à proposer aux clients de Fresh Bar afin de mesurer régulièrement la qualité de service du restaurant « fresh Bar »

Nous aimerons connaître votre avis à propos de la qualité de service du restaurant d'entreprise Fresh Bar.

Pour chacune des affirmations reprises dans le tableau suivant, nous vous demandons de nous préciser votre degré d'accord. Vous aurez toujours le choix entre 5 modalités de réponses :

- Je ne suis pas du tout d'accord
- Je suis plutôt pas d'accord
- Je ne suis ni d'accord, ni en désaccord
- Je suis plutôt d'accord
- Je suis tout à fait d'accord.

Tableau n°2 : Questionnaire final afin de mesurer qualitativement le restaurant d'entreprise « Fresh Bar »

	<u><i>Les affirmations</i></u>	<u><i>pas du tout d'accord</i></u>	<u><i>plutôt pas d'accord</i></u>	<u><i>ni d'accord, ni en désaccord</i></u>	<u><i>plutôt d'accord</i></u>	<u><i>tout à fait d'accord.</i></u>
1	<i>Le restaurant dispose d'un équipement moderne et efficace, par exemple: salle à manger installations, bar, vaisselle, couverts, etc</i>					
2	<i>Le personnel du restaurant semble soigné, propre sur lui</i>					
3	<i>Quand le restaurant promet de préparer une commande pour un moment convenu avec le client, il le fait. Par exemple: le clients demande que son sandwich ou plat soient terminés 12h00.</i>					
4	<i>Lorsque les clients ont des problèmes, le</i>					

	<i>restaurant montre un intérêt réel à les résoudre, à titre d'exemple, le client hésite à choisir son plat ou sandwich, le personnel l'aide à choisir.</i>					
5	<i>Le restaurant insiste sur un service sans erreur. Par exemple: boissons et nourriture données correctement, aucune erreur n'apparaît sur la facture du client.</i>					
6	<i>Le personnel du restaurant offre un service rapide aux clients. Par exemple: les clients sont accueillis rapidement à leur arrivée</i>					
7	<i>Le personnel du restaurant est toujours prêt à aider les clients. Par exemple, le client peut utiliser notre microonde, emprunter un ustensile de cuisine,(couteaux, fourchettes)</i>					
8	<i>Le personnel du restaurant n'est jamais trop occupé pour répondre aux demandes des clients. Par exemple: demander au personnel d'expliquer les éléments du menu ou pour prendre un verre d'eau.</i>					
9	<i>Les clients du restaurant se sentent en sécurité dans le restaurant en et en ce qui concerne leurs transactions.</i>					
10	<i>Le personnel du restaurant est toujours courtois avec les clients</i>					

11	<i>Le Gérant ainsi que le personnel du restaurant ait les connaissances nécessaires pour répondre aux questions des clients. Par exemple: le personnel démontre de bonnes connaissances de la nourriture,(comprenant la méthode de la préparation).</i>					
12	<i>Le restaurant accorde aux clients une attention individuelle. Par exemple: répondre aux besoins particuliers des clients en matière de nourriture et boisson, comme les repas sans gluten ou sans sel.</i>					
13	<i>Le restaurant a des heures d'ouverture pratiques pour tous leurs clients</i>					
14	<i>Le restaurant a à cœur les meilleurs intérêts des clients. Par exemple: portions suffisantes données, les prix sont raisonnables, les clients sont interrogés sur leur confort et le personnel n'est pas trop insistant avec la vente suggestive.</i>					

Remarques ou suggestions

Nous vous remercions d'avoir consacré un peu de votre temps pour répondre à ce questionnaire.

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Louvain School of Management

Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique | www.uclouvain.be/lsm