

Compréhension de la qualité

Compréhension de la qualité dans les services

Dans le tourisme, les facteurs «immatériels» tels que le désir de servir, la compétence et la fiabilité exercent une influence déterminante sur la qualité, puisque la fourniture de la prestation passe le plus souvent par le contact direct entre le prestataire et son client.

Il ne faut pas confondre la qualité avec le luxe. La qualité est donc réalisable dans toutes les catégories d'entreprises.

La qualité, c'est ...

... faire exceptionnellement bien ce que l'on doit faire tous les jours.

... faire avec cœur ce que l'on fait.

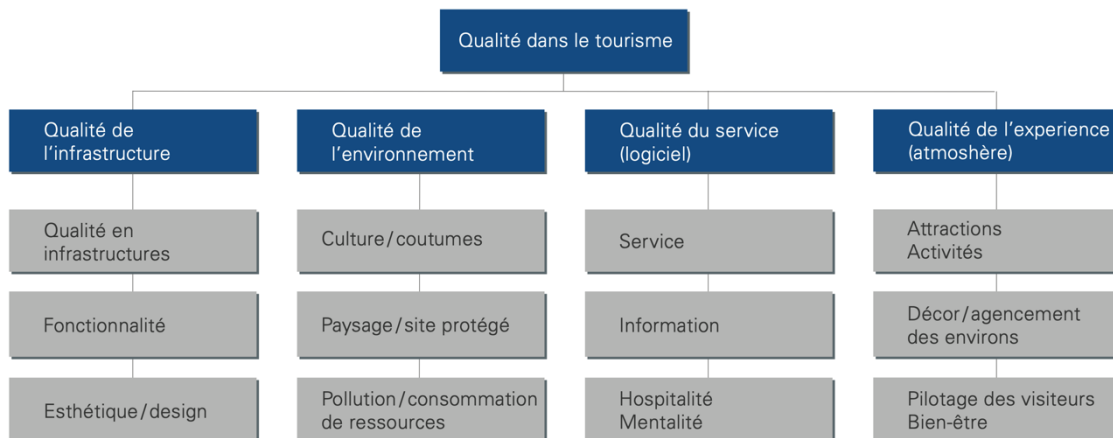
... faire en sorte que le client revienne et non la marchandise.

... la propriété d'une prestation mesurée en fonction des attentes des divers groupes de clientèle.

... l'ensemble des caractéristiques d'un produit ou d'un service sur le plan de leur aptitude à satisfaire aux exigences fixées et présumées.

La qualité est donc largement définie par les attentes des clients. L'illustration ci-dessous récapitule les éléments qui déterminent la qualité dans le tourisme.

La qualité dans le tourisme



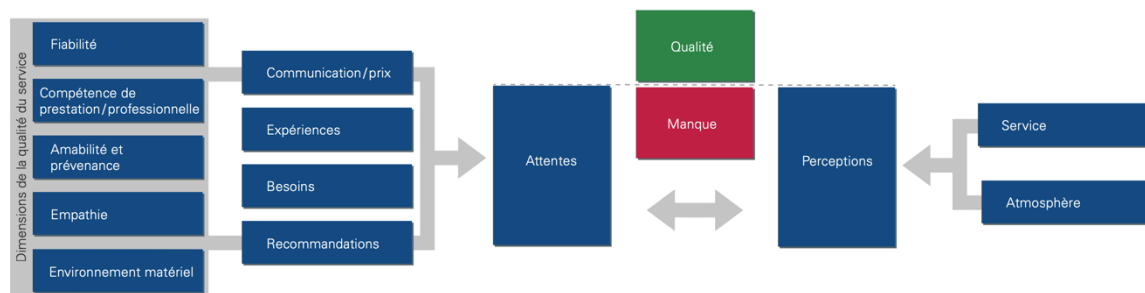
Source: Müller 2011 inspiré par Romeiss-Stracke 1995

Le modèle SERVQUAL

Le modèle SERVQUAL est une approche centrale et souvent utilisée pour recenser et expliquer la qualité de service. Il permet d'en résumer ainsi les diverses dimensions:

- fiabilité d'une entreprise à assurer les prestations promises dans le temps et sur le plan qualitatif.
- compétence de prestation et professionnelle, c'est-à-dire assurer que la prestation envisagée pourra être fournie rapidement et de manière professionnelle.
- amabilité et bonne volonté, c'est-à-dire aptitude des collaborateurs d'une entreprise à répondre aux souhaits de la clientèle et à les satisfaire avec prévenance.
- Empathie, c'est-à-dire aptitude des collaborateurs à se mettre à la place des clients pour cerner leurs attentes et leurs besoins.
- Environnement matériel, c'est-à-dire atmosphère globale, qualité des expériences, image extérieure ou équipements d'une entreprise.

Le modèle de la qualité de service (SERVQUAL)



Source: inspiré par Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L. 1985

La deuxième illustration dresse la liste de quatre aspects qui influent les attentes des clients:

- communication du prestataire en matière de publicité ou du prix
- expériences faites avec le prestataire (même si elles remontent à longtemps)
- besoins personnels des hôtes/clients
- recommandations orales d'autres clients/amis (bouche-à-oreille)

Il est possible d'en déduire les importants constats suivants:

- une bonne qualité de service est reconnue à un prestataire lorsque celui-ci dépasse les attentes de sa clientèle. L'évaluation de la qualité de service repose avant tout sur la différence entre la prestation attendue et la prestation effectivement fournie ou perçue.
- les évaluations de qualité font souvent appel aux mêmes critères, toutes branches confondues.

L'étude des attentes des hôtes/clients fournit des informations précieuses pour la conception des services. Ces attentes peuvent être structurées en divers niveaux ou hiérarchies (Müller et al. 1997):

- **avantage de base**, but premier: les hôtes/clients escomptent retirer un avantage de base de la consommation du service touristique
- **éléments attendus**: tout ce que l'hôte/le client connaît et souhaite par expérience

- **éléments souhaités:** choses que l'hôte/le client ne présuppose pas comme une évidence, mais qu'il jugerait agréables
- **éléments inattendus:** surprises susceptibles de déclencher réellement l'enthousiasme du client/de l'hôte.

Il est ainsi possible pour le prestataire de concevoir le service de manière passionnante et diversifiée. Néanmoins, plus l'hôte/le client a accumulé d'expériences de voyages, plus ses prétentions augmentent, de sorte que les moments de surprise retombent dans la catégorie des «éléments souhaités» voire des «éléments attendus». Cela montre d'autant plus l'importance qu'il y a à considérer la gestion de la qualité comme un processus permanent.