



Q.S.P. ET V.

Le Q.S.P. et V. : le principe à l'origine du succès de McDonald's

Chez McDonald's, nous avons pour seule et unique règle de satisfaire totalement nos clients. Tout ce que la compagnie entreprend est mesuré par cette simple question : rehaussons-nous l'expérience McDonald's et faisons-nous de nos restaurants le premier choix de nos clients en matière de restauration à service rapide partout dans le monde?

Et la formule qui nous permet d'atteindre cet objectif dans nos restaurants est depuis longtemps au cœur de McDonald's. Il s'agit du Q.S.P. et V., c'est-à-dire qualité, service, propreté et valeur.

La **qualité** a toujours signifié offrir à nos clients des aliments préparés à partir des meilleurs ingrédients, selon les normes les plus rigoureuses et des méthodes de préparation éprouvées garantissant des produits sains et savoureux.

McDonald's s'est fixé comme objectif d'être un producteur au coût optimal de l'industrie, et non au coût le moins élevé, parce que nous ne renierons jamais notre engagement envers la qualité. Le concept de qualité a été étendu à l'ensemble de l'entreprise par le programme de gestion de la qualité McDonald's, qui inculque la culture de la qualité à des principes tels qu'être à l'écoute des clients, gérer en se basant sur les faits, valoriser les gens et améliorer sans cesse chaque aspect de notre entreprise.

Le **service** rapide et courtois a toujours été la base du succès de McDonald's et nos techniques d'amélioration continue nous aident à offrir un service excédant les attentes de nos clients. Ce processus donne aux équipes en restaurant l'autorité de satisfaire les clients. Nous formons nos équipiers à se mettre à la place des clients et leur donnons les outils nécessaires et l'autorité voulue pour leur offrir une expérience exceptionnelle. Des programmes comparables sont destinés à rehausser l'expérience des clients du service-au-volant des restaurants locaux.

La **propreté** est devenue un principe de base chez McDonald's dès l'instant où Ray Kroc a ouvert les portes de son premier restaurant. Cela signifie avoir les installations les plus propres et à la fine pointe de la technologie, de la cuisine à la salle à manger, mais aussi dans les salles de toilettes et le terrain de stationnement. Les patrouilles de nettoyage locales, mises sur pied par les restaurants, se sont révélées essentielles dès le début et, de nos jours, les restaurants jouent un rôle actif dans les efforts environnementaux et commanditent fréquemment des campagnes de recyclage et de nettoyage.



Chez McDonald's, **Valeur** est synonyme de bas prix et bien plus encore. Aujourd'hui, la valeur se définit comme l'expérience globale vécue par rapport au prix payé et, chez McDonald's, cette expérience est synonyme de produits savoureux, de personnel courtois, d'un environnement propre, de service rapide et exact.

McDonald's s'est engagée à optimiser les deux variables de l'équation : trouver des moyens de rendre notre entreprise encore plus efficace pour maintenir nos bas prix et, dans un même temps, concentrer nos efforts en vue de rehausser l'expérience de nos clients. Et cette volonté continue visant à accroître l'expérience McDonald's nous entraîne sur la voie de la satisfaction totale des clients.