

Réaliser une enquête de satisfaction

Pour être de qualité, les enquêtes de satisfaction doivent répondre à une méthodologie rigoureuse mais aussi susciter l'envie d'y répondre.

Les étapes

Avant de démarrer

Nous avons tendance à nous focaliser sur l'écriture du questionnaire, mais pour réaliser des enquêtes de qualité, il y a quelques prérequis :

- le mode de recueil : le moins coûteux aujourd'hui est d'utiliser les adresses mails des usagers , mais faut-il encore les avoir ! Pour cela, on peut mettre en place un dispositif de recueil de mails systématique (et le tenir à jour). Il est également possible d'interroger les personnes directement au guichet (les outils d'enquête en ligne peuvent souvent s'adapter au format tablettes ou smartphones selon les besoins de saisie des enquêteurs). L'option consistant à mettre un lien sur un site internet présente a première vue l'avantage d'une relative praticité, mais elle induit un biais potentiel : seuls les plus motivés auront tendance à répondre présentant ainsi un biais en termes de représentativité de l'échantillon.
- la sélection de l'échantillon: L'idée est de s'assurer de sa représentativité et de l'absence de biais trop important de sélection. Faites une sélection aléatoire de vos échantillons*, variez les dates et heures des entretiens si vous interrogez vos usagers au guichet, etc
- les règles déontologiques et la capacité d'écoute: afin que les répondants se sentent en confiance, pensez à rappeler l'anonymat de vos enquêtes. Veillez également à la neutralité de l'émetteur (notamment de l'adresse mail ou url de l'enquête) et de l'enquêteur. Il est par exemple préférable que l'enquêteur ne fasse pas parti du service évalué, les interviewés risquent de s'autocensurer et lui-même de se justifier au lieu de laisser les personnes s'exprimer. Préférez une personne « extérieure » (service qualité, auditeur externe, stagiaire, etc.).
- anticiper la diffusion des résultats et leur exploitation : La transformation des résultats d'études en actions concrètes dépend beaucoup de la capacité à anticiper leur utilisation et leur communication. Pour exploiter au mieux ces résultats, il est impératif : d'impliquer la chaîne managériale et de prévoir la communication auprès des agents; de déterminer les livrables et objectifs dès le début; de relier directement le travail d'enquête effectué à des recommandations en termes de moyens (agents, temps, argent) pour mettre en place les mesures d'amélioration de la qualité de service qui ressortiront de l'étude.

I. La construction du questionnaire :

Pour libeller des questions, simplicité du vocabulaire et neutralité sont les règles d'or

1. Mettez-vous à la place du répondant. Utilisez le langage de vos usagers, pas celui de votre organisation.
2. Soignez votre mail d'envoi et concevez une accroche qui donne envie de répondre, valorisant la personne sollicitée et/ou la finalité de l'étude.
3. Concentrez vos questionnements sur des enjeux stratégiques. Un questionnement peut aussi être à « géométrie variable ». Vous n'êtes pas obligé(e) de poser toutes les questions à tout le monde et pouvez supprimer une question si suffisamment de monde y a répondu.
4. Faites en sorte de capter et maintenir l'intérêt de la personne interrogée. Faites plutôt court et, surtout pour des sujets ardu, utilisez des ressorts originaux : humour, défi, associations d'idées, etc.

II. Analyser et utiliser vos résultats

- Un problème d'interprétation

Pour bien utiliser une enquête de satisfaction, il faut savoir en interpréter les résultats. Un score de 60% d'usagers satisfaits est-il réellement un bon score, au-delà du seul fait majoritaire ? Pour les organismes qui ont instauré un management par la satisfaction client, seul un taux au-delà de 80% voire 90% de

satisfaits est considéré comme un bon score. D'ailleurs, la plupart d'entre eux ne s'intéressent qu'au pourcentage de « très satisfaits », correspondant aux usagers ou clients réellement conquis.

- Des indicateurs pour décoder la relation aux usagers :

Le score de recommandation à autrui (matérialisé sur une échelle allant de 0 à 10) : il permet de mettre en regard satisfaction des usagers, avec fidélité et confiance dans le service. Suivre le différentiel entre le nombre de vos « promoteurs » (notes de 9 à 10) et de vos détracteurs (notes de 0 à 6) est en effet un bon moyen de mesurer l'attractivité de votre offre et sa capacité en somme à « conquérir des usagers ». Le score de recommandation est particulièrement pertinent pour les services en ligne, qui sont en quelque sorte en concurrence avec les autres canaux. Le score d'effort de l'utilisateur : quelle que soit sa satisfaction finale, un usager aura déployé une certaine quantité d'énergie pour obtenir ce qu'il demandait. Cette énergie constitue un coût en termes de temps, voire d'argent (surtout pour les entreprises). Elle est pour l'organisme sollicité révélatrice de dysfonctionnements internes ou inter-administrations. Questionner ses usagers sur ce ressenti d'effort, permet de disposer d'un indicateur clef dans le cadre d'un processus de simplification et de rationalisation de démarches.

Il est toutefois inutile de multiplier le nombre d'indicateurs à suivre. On pourra n'en conserver qu'un des deux en complément ou remplacement de la satisfaction.

DES OUTILS POUR REALISER VOS ENQUÊTES DE SATISFACTION

III. Des outils pour réaliser vos enquêtes de satisfaction : comment les sélectionner ?

Il existe aujourd'hui de multiples outils pour réaliser des enquêtes de satisfaction en ligne. Pour choisir votre outil, nous vous conseillons de prêter attention aux critères suivants :

- modalités techniques de réalisation des sondages : filtres, enchaînement des éléments, personnalisation de la présentation, e-mailing et gestion des relances, adaptation automatique aux formats tablette et mobile, facilité et intuitivité de l'interface.
- modalités de traitement des données : traitement automatique des résultats d'ensemble, format graphiques intégrés, possibilité de réalisation de tris croisés, sauvegarde et exports facilités dans différents formats modifiables.
- sécurité de la plateforme et hébergements des données : respect des déclarations CNIL, règles de maintenance et de sécurisation de la plateforme, hébergement et circulation des données hors de France.

Pour aller plus loin

Découvrez le témoignage d'un expert : <http://www.modernisation.gouv.fr/la-qualite-des-services-publics-samelioire/par-la-consultation-et-lecoule/reinventez-vos-questionnaires-de-satisfaction-les-conseils-dun-expert>