



## Les Dossiers de 100% Satisfaction

---

# Mesurer la satisfaction des utilisateurs informatiques

Comprendre les principaux enjeux des attentes des utilisateurs internes des services informatiques

100% Satisfaction SA  
3, rue de Marly  
78000 Versailles  
+33 (0)1 30 97 40 40  
<http://www.100-satisfaction.com>



- Les objectifs de la démarche
- Les facteurs explicatifs des attentes des utilisateurs
- Les principales composantes de la satisfaction des utilisateurs
- Techniques de collecte privilégiées
- Hiérarchisation des attentes des utilisateurs
- Construction des plans d'action

---

## Les objectifs de la démarche

Les services informatiques des entreprises, des collectivités ou des organismes à but non lucratifs, sont de véritables prestataires de services internes au même titre que des prestataires extérieurs.

Ils assurent des prestations :

1. D'installation et maintenance de matériels et logiciels bureautiques
2. De développements et formation aux applications de gestion du métier de l'organisation
3. d'accès à la messagerie et à l'Internet sécurisés
4. De gestion d'autorisations d'accès
5. De mise en place et gestion de bases de données CRM, d'applications ERP

Leurs budgets sont établis sur les mêmes lois économiques que des entités juridiques indépendantes. Leurs dirigeants et personnels sont évalués avec les mêmes outils financiers et ressources humaines.

Initier une démarche de mesure de la « Voix du Client » est l'aboutissement logique d'un service qui par exemple peut être amené à :

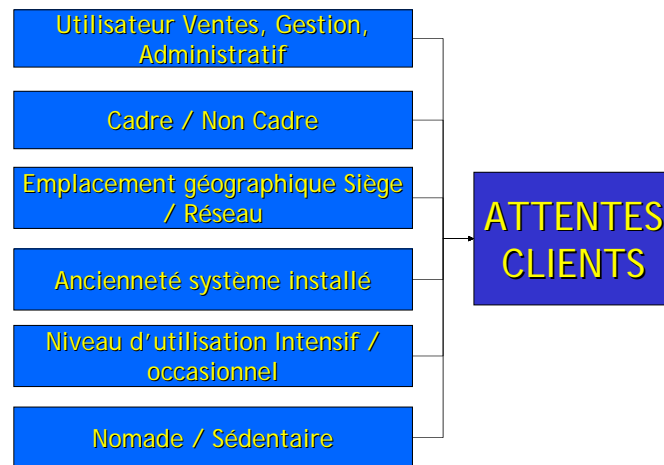
- Prendre en charge la mise en place d'une nouvelle application vitale pour le fonctionnement de l'organisation
- S'engager par des contrats de services auprès de ses clients « internes », matérialisés par des standards de qualité de service et de performance des outils
- Faire appel à des prestataires de services extérieurs (SSII, Help Desk, Hot-line)
- Décider de certifier ses activités (ISO 9000)



La mesure de la « Voix de l'utilisateur » devient ainsi une des composantes d'un tableau de bord global pour évaluer la performance économique d'un tel service.

## Les facteurs explicatifs des attentes des utilisateurs

Les programmes entrepris par 100% Satisfaction depuis une dizaine d'années montrent qu'un nombre limité de facteurs permettent d'expliquer les niveaux d'attentes des utilisateurs. Les principales variables qui influent sur les attentes des utilisateurs informatiques sont présentées dans le tableau ci-dessous :



Le groupe en charge du projet devra s'assurer de la bonne construction d'un **plan d'échantillonnage représentatif** de chacune des catégories de personnel. L'idéal est de constituer un plan d'échantillonnage à partir de **3 variables maximum**.

L'exemple ci-dessous présente un tel échantillon (variables retenues par le groupe projet : localisation géographique de l'utilisateur, statut du salarié et type d'emploi). Pour une entreprise de 1000 salariés, l'objectif est d'obtenir 200 questionnaires remplis pour une base statistique fiable (avec une précision statistique de l'ordre de +/- 5,7%.

	Siège	Agence	Cadre	Non-Cadre	Nomade	Sédentaire
Entreprise	250	750	380	620	55	945
Echantillon	50	150	80	120	25	225



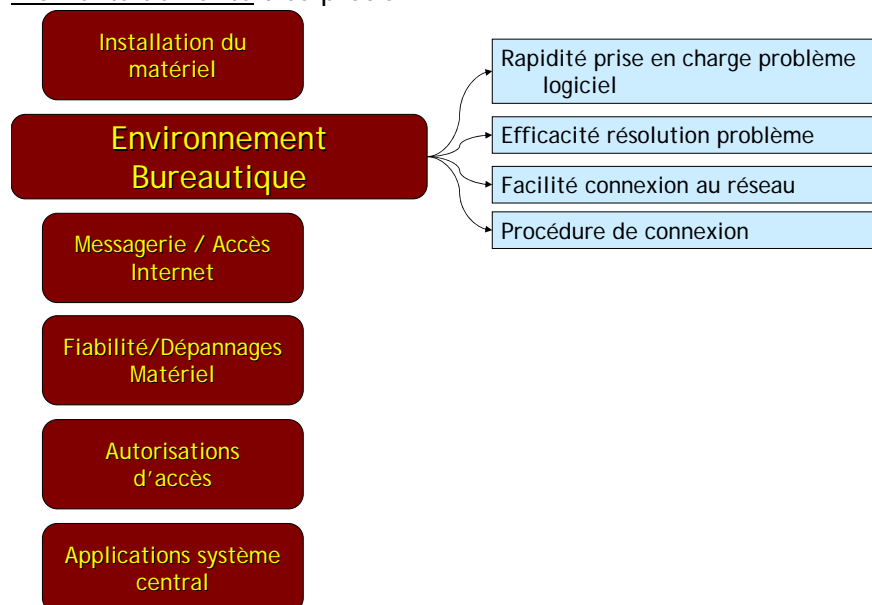
## Les principales composantes de la satisfaction des utilisateurs

Le responsable de la démarche de construction du questionnaire d'enquête ne devra pas négliger la réalisation d'un certain nombre d'entretiens individuels (entre 10 et 20). Les entretiens en face-à-face sont un complément efficace pour **identifier tous les critères de qualité de service** qui peuvent influencer la satisfaction ou l'insatisfaction des utilisateurs. L'analyse de ces entretiens permettra de répondre aux questions suivantes :

- Quelle est l'utilisation des services informatiques réalisée par chacun ?
- Quels sont les points forts et les points faibles du système ? Des équipements ? Des logiciels ? Du support technique ?
- Quels sont les standards de qualité attendus par les utilisateurs ?
- Quelle est la perception du département informatique et de ses collaborateurs ?

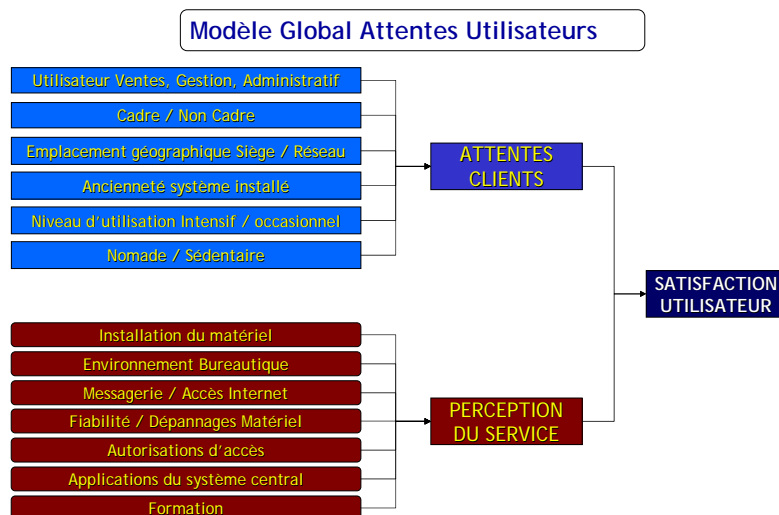
Le schéma ci-dessous illustre le résultat de l'analyse des entretiens qui met en valeur une « **chaîne de services** » découpée en 6 dimensions de services. Chaque dimension de service est ensuite caractérisée par des critères précis, véritables « **moments de vérité** » entre l'utilisateur et le système informatique.

Ici la dimension « environnement bureautique » est composée de 4 moments de vérité très précis :



Le schéma ci-dessous illustre le concept de la satisfaction clients qui est la **combinaison des attentes** des utilisateurs et de **la perception du service** au moment où ils le consomment.





Les étapes successives après la réalisation des entretiens en face-à-face sont de (\*):

1. **Valider le modèle des attentes clients** par la réalisation d'une enquête quantitative auprès de l'échantillon retenu
2. Analyser les résultats obtenus en calculant **l'impact de chaque critère** qui compose chaque dimension de service **sur la satisfaction de l'utilisateur**
3. **Hiérarchiser les attentes** des utilisateurs, de la plus importante à la moins significative
4. **Identifier les priorités d'action** à partir des critères les moins bien évalués qui sont les plus importants aux yeux des utilisateurs
5. Enfin initier une démarche de **construction de plans d'action**

(\* ) toutes ces étapes ne sont pas développées dans le présent document



---

## Techniques de collecte privilégiées

Pour mettre en œuvre l'enquête quantitative, 2 techniques s'offrent au responsable du programme « Voix de l'utilisateur » : l'enquête par téléphone ou l'enquête Web.

	Avantages	Inconvénients
<b>Web</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rapidité</li><li>• Coût</li><li>• En ligne avec l'image du service</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Qualité de collecte</li><li>• Peu de commentaires</li><li>• Baisse des retours dans le temps (« usure » du répondant)</li></ul>
<b>Téléphone</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rapidité</li><li>• Véritable dialogue avec l'utilisateur</li><li>• Collecte et exploration de sources de mécontentements</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Coûts plus élevés que le web</li></ul>

L'outil téléphone est une recommandation forte de 100% Satisfaction surtout dans la mesure où il s'agit de constituer une « **base 0** » robuste et fiable, avec suffisamment de commentaires pour bien comprendre les attentes clients et hiérarchiser les priorités d'action.

Même si tous les collaborateurs n'ont pas le même niveau d'accès aux services informatiques (bande passante réduite dans les agences ou filiales, parc de terminaux réduit...), on voit cependant **de plus en plus d'organisations utiliser l'outil Web** pour collecter l'avis des utilisateurs, essentiellement pour des raisons de coûts et organisationnelles.

La relative nouveauté des enquêtes par le Web permet toujours d'obtenir des **taux de retours tout à fait satisfaisants** du point de vue de la robustesse statistique (20% à 50% de taux de retours).

---

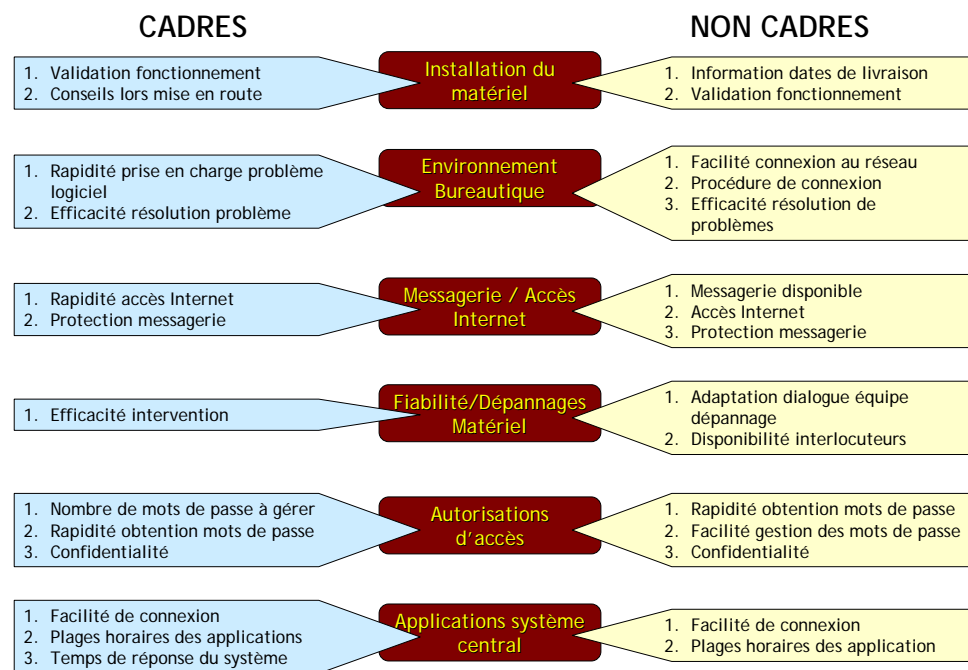
## Hiérarchisation des attentes des utilisateurs

L'analyse statistique des résultats va permettre de hiérarchiser les priorités d'action selon :

- Le **score de satisfaction obtenu** pour chaque critère
- Le **niveau de contribution** du critère sur la satisfaction globale

Dans notre exemple, uniquement une petite partie des critères de satisfaction mesurés impactent la satisfaction globale de manière significative. Le tableau ci-après met en évidence les critères qui contribuent le plus pour chaque dimension de la chaîne de services.





## Construction des plans d'action

Une fois ce travail effectué, le responsable du programme pourra animer une démarche interne de construction de plans d'action en suivant l'ordre suivant :

1. Critères les plus impactant
2. Et ayant des scores faibles
3. Analyse de ce qu'ont voulu dire les utilisateurs (par la lecture des commentaires internes et l'interprétation en groupe de ces remarques)
4. Génération d'idées d'action
5. Hiérarchisation des idées d'action et proposition d'agenda (qui s'occupe de quel plan et à quelle échéance ?)

L'extrait du plan d'action suivant montre la nécessité de passer le temps nécessaire en équipe à bien poser la problématique en « revisitant » chaque commentaire des utilisateurs pour bien définir les véritables priorités.



## Plan d'Action

DOMAINE	Critère	Score obtenu	Interprétation / commentaires clients	Actions	Qui	Quand	Où en sommes-nous?
Installation matériel	Validation fonctionnement	6,5	Manque disponibilité équipe	Revisiter système planning intervention	Planning	Janvier	Non réalisé
			Pas de bilan d'installation client	Création fiche mise en mains	Direction service	Dès maintenant	En cours
	Information dates de livraison	7,2	Retard non accepté après plus de 3 jours	Mise en ligne application gestion des livraisons Envoi alerte en push-mailing	Direction service	2ème trimestre	Non réalisé
				Appeler systématiquement les commerciaux nomades	Techniciens	Dès maintenant	En place

L'ensemble des graphiques provient de plusieurs programmes d'enquêtes réalisés par 100% Satisfaction en 2003 et 2004. Ces programmes sont totalement indépendants les uns des autres et les graphiques sont fournis à titre illustratif.

### **A propos de 100% Satisfaction SAS**

100% Satisfaction est le meilleur spécialiste de la satisfaction clients en France. 100% intervient pour le compte de grandes entreprises dans les secteurs industriels et de services. Pour plus d'informations, merci de visiter [www.100-satisfaction.com](http://www.100-satisfaction.com)

### **Propriété intellectuelle**

L'ensemble des outils, techniques, méthodologies et concepts développés dans ce document sont des éléments de la propriété intellectuelle de 100% Satisfaction. Toute reproduction, copie, duplication ou modification est strictement interdite sans l'autorisation expresse et écrite de 100% Satisfaction et constitue un acte illicite (code de la Propriété Intellectuelle art. L. 122-4, L. 1225 et L. 335-2).

