



I H 2 E F

INSTITUT
DES HAUTES ÉTUDES
DE L'ÉDUCATION ET
DE LA FORMATION



En quête de satisfaction

10 ans de bonheur(s) - Retour d'expérience à l'Université de Strasbourg sur les enquêtes de satisfaction

Julien Dupré – duprej@unistra.fr

Sommaire

- ◆ Introduction
- ◆ Enquête annuelle
- ◆ Perspectives
- ◆ Conclusions



Introduction

Contexte global et premières tentatives

Contexte global

- ◆ Fusion des Universités à Strasbourg au 1^{er} janvier 2009
 - Mise en place d'un **support informatique unique**
 - Formations massives à ITIL et mise en place en 2010 d'un **catalogue des services** (services offerts à la communauté)
- ◆ 50k étudiants, 5k personnels, des services offert sur un périmètre métropolitain (réseau, wifi etc.)
- ◆ Volonté de mesurer objectivement la satisfaction des utilisateurs et la qualité du service rendu dans un contexte de **changements forts**

Objectifs – pourquoi ?

- ◆ Initiative de la DSI / janvier 2010 : Enquête effectuée à la volée à chaque résolution d'un ticket
 - Mesurer et objectiver la satisfaction des utilisateurs concernant le service support nouvellement mis en place
 - Améliorer les services offerts
 - Communiquer au sein de l'établissement sur la satisfaction réelle des usagers durant des périodes délicates
 - Faire preuve d'exemplarité

Démarche – comment ?

- ◆ Interroger tous les utilisateurs au fil de l'eau (étudiants, personnels)
- ◆ S'inspirer de la démarche de certains FAI ou opérateurs
- ◆ 3 questions posées à chaque résolution d'une demande ->
faire court
 - L'intervention des équipes techniques a t-elle **répondu à votre demande ?**
 - Comment jugez-vous les **délais de résolution** de votre demande ?
 - Comment jugez-vous la **cordialité** des intervenants ?

Résultats après 2 mois

- 20% de taux de réponse
- « On n'est pas rapide mais on est sympa »
- **Sujet 1 : qu'est-ce qu'un bon taux de réponse ?**

Question	Satisfaits	Insatisfaits	Sans réponse
Résolution de la demande	93%	6%	1%
Délais	85%	12%	1%
Cordialité	97%	1%	2%

Résultats après 1 an

- Usure et **érosion** du taux de réponse
- **Sur-représentativité** des réponses des membres de la DSI
- **Difficulté d'exploitation** : « quelles sont les demandes qui nous font déraper ? »
- Abandon de la démarche en avril 2011
- **Sujet 2 : comment éviter l'usure des répondants lors d'une enquête « continue » ?**
- **Sujet 3 : faut-il isoler les membres de la DSI des autres répondants ?**

Deuxième démarche

Réalisation d'une enquête annuelle

Rédaction de l'enquête annuelle

◆ **Sujet 4 : comment rédiger les questions de l'enquête ?**

- Benchmark
- Solliciter des **compétences spécialisées** (sociologue)
 - Ne pas orienter les questions, formulation neutre
 - Choisir des échelles de valeur forçant les répondants à faire un choix (pas de valeur neutre dans les réponses)
- Relecture de l'enquête pas des tiers « naïfs »

Orientation service















◆ **Sujet 5 : sur quel objet porte l'enquête de satisfaction ?**

- Caractère structurant du **catalogue des services**
- Enquête concernant la satisfaction concernant les services ou familles de services (plus de 70 services au catalogue)
- Avantage : **promotion du catalogue des services et des services offerts à la communauté**
- Désavantage : la structure du catalogue rebute certains usagers

Orientation service

Catalogue des services

■ Enseignants / Chercheurs ■ Étudiants ■ Personnels BIATSS ■ Externes

ASSISTANCE  <ul style="list-style-type: none">- Assistance aux utilisateurs	IDENTITÉ ET DROITS D'ACCÈS  <ul style="list-style-type: none">- Annuaire et carnet d'adresses- Carte Multi-Services- Gestion des comptes- Portail E.N.T.	OUTILS COLLABORATIFS  <ul style="list-style-type: none">- Agenda partagé- Enquête/Sondages- Gestion électronique des documents- Listes de diffusion- Messagerie [+suite]	SERVICES AU POSTE DE TRAVAIL ET ÉQUIPEMENTS MULTIMÉDIAS  <ul style="list-style-type: none">- Achats Logiciels- Equipements et logistique multimédia- Gestion du poste de travail- Hébergement de données utilisateur [+suite]	SERVICES D'INFRASTRUCTURES  <ul style="list-style-type: none">- Accès au réseau distant (VPN)- Accès au réseau Wi-Fi- Hébergement web	PÉDAGOGIE  <ul style="list-style-type: none">- Accompagnement à la production de ressources pédagogiques- Anti-plagiat- Centre de Culture Numérique- Formations à distance [+suite]
PRODUCTION ET DIFFUSION  <ul style="list-style-type: none">- Accompagnement à la rédaction de documentation utilisateur- Assistance à la formalisation de contenus [+suite]	SERVICES DOCUMENTAIRES  <ul style="list-style-type: none">- Bibliothèque numérique patrimoniale- Catalogue et prêt- Publication des thèses et des mémoires- Ressources électroniques	SERVICES ET ADMINISTRATION DE LA RECHERCHE  <ul style="list-style-type: none">- Calcul scientifique- Gestion des activités et des personnels des laboratoires	FORMATION ET VIE DE L'ÉTUDIANT  <ul style="list-style-type: none">- Activités sportives- Alumni- Candidatures- Emplois du temps- Examens et notes- Formation continue [+suite]	RESSOURCES HUMAINES  <ul style="list-style-type: none">- Congés et temps de travail- Gestion du personnel- Paie et masse salariale- Recrutements et concours- Santé des personnels- Services d'enseignement	FINANCES ET COMPTABILITÉ  <ul style="list-style-type: none">- Budget de l'université- Dépenses- Gestion financière des biens- Ordres de mission- Recettes
PATRIMOINE ET LOGISTIQUE  <ul style="list-style-type: none">- Aménagement d'espaces numériques- Contrôle d'accès des personnes- Gestion des salles [+suite]	CONSEIL ET EXPERTISE  <ul style="list-style-type: none">- Conseil sur les technologies et usages innovants et/ou spécifiques- Informatique et Libertés- Sécurité				

Orientation service

◆ **Sujet 5bis : sur quel objet porte l'enquête de satisfaction ?**

- **Questions générales** sur les circuit de diffusion des informations, la connaissance des services, la qualité de l'offre de formation
- Questions sur les taux d'utilisation des services et la perception de leur **utilité**
- Questions sur la **qualité de l'accueil** :
labellisation Marianne



Analyse des résultats

- ◆ Des résultats intéressants mais difficile à analyser en profondeur...
 - Analyse croisée par profil (localisation, structure de rattachement, statut etc.)
- ◆ **Sujet 6 : Qu'est-ce qu'une « bonne » valeur ?**
 - Une valeur satisfaisante par rapport à un **absolu** (ex: 80%, 90%) ? mais comment définir cet absolu ?
 - Une valeur satisfaisante par rapport à une **moyenne générale** / par rapport aux autres ?
 - Une valeur satisfaisante par rapport à la précédente, à une **tendance** ?

Exemple

1 Perception des usagers

1.1 Comment qualifieriez-vous la qualité du service rendu ?

	2017	2018
Très satisfaisante	32,65%	37,58%
Satisfaisante	58,16%	55,45%
Peu satisfaisante	6,82%	6,06%
Pas satisfaisante	2,37%	0,91%
Total des répondants	97,97%	95,65%

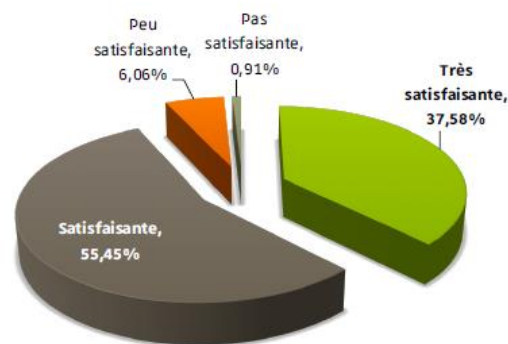
En 2018, la part des très satisfaits augmente de 5%.

La satisfaction augmente de 2% (90,8 % de très satisfaits à satisfaits en 2017 et 93% en 2018)

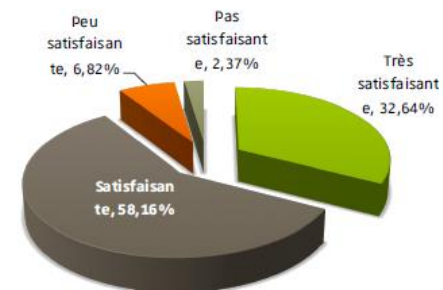
La part des insatisfaits diminue depuis 2014



2018



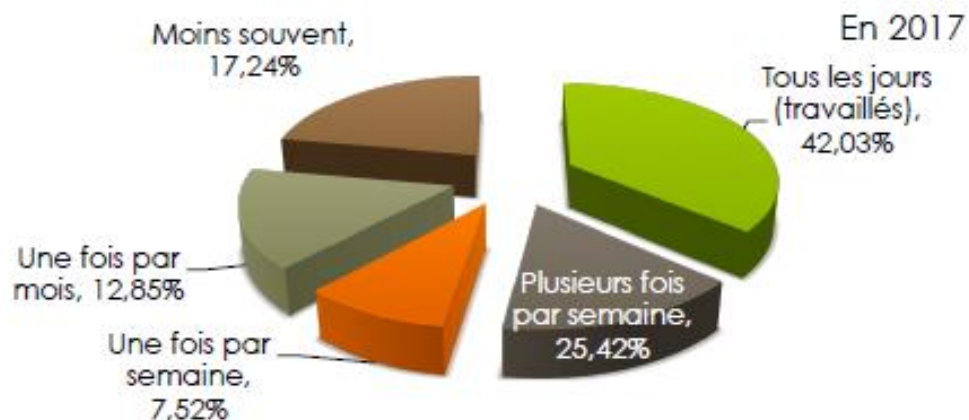
En 2017



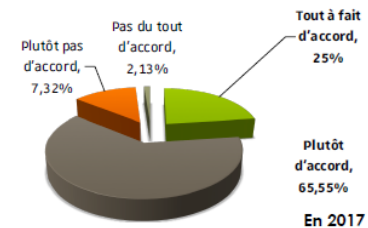
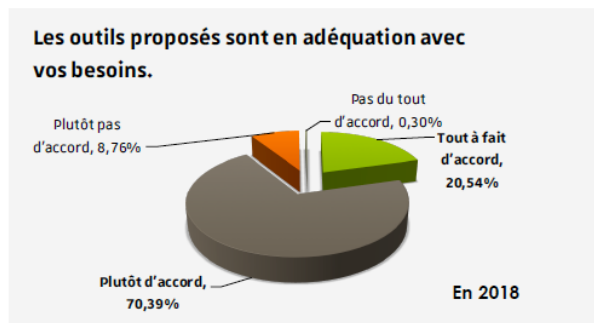
Exemple d'utilisation

1.3 Usages des services

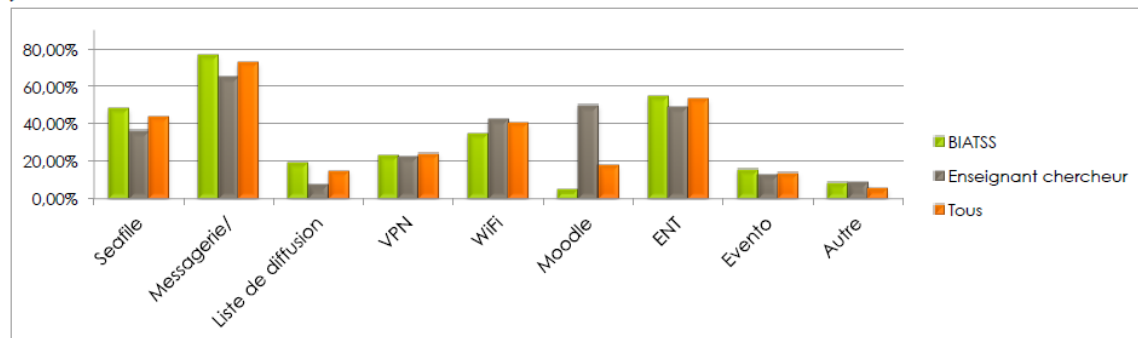
En **2015**, **35,6 %** des usagers déclarent avoir des difficultés à trouver l'information, en 2016 ce chiffre passe à 26,58 % pour passer à 19,5 % en 2017 **et 13,5% en 2018**. Cependant, **30%** déclarent peu ou pas connaître les services.



Exemple d'utilisation



Quels sont les services numériques proposés par l'Université que vous jugez être les plus utiles (choisissez 3 outils dans la liste):



Champs libres

◆ **Sujet 7 : comment ne pas brider l'expression des usagers ?**

- Les valeurs mathématiques de l'enquête ne doivent pas devenir une référence qui peut conduire à nier certains problèmes
- Permettre **l'expression libre**
- Organiser des communications spécifiques et **directes** (agora, réunions clients etc.)

Erosion des résultats ?

◆ **Sujet 8 : comment intéresser les usagers dans le temps ?**

- **Communiquer** sur les résultats de l'enquête
- **Communiquer** sur les actions engagées suites aux enquêtes
- Offrir des goodies (cf Lyon 3)
- Ne pas multiplier les enquêtes et se greffer sur des **enquêtes existantes** (ex : enquête d'évaluation des enseignements pour les étudiants)

Bilan après 5 ans

- ◆ Difficulté à faire avancer certaines actions
- ◆ Ne pas sombrer dans la routine et la **bureaucratie**
- ◆ **Sujet 9 : Comment concilier des questions d'actualité avec un besoin de stabilité de l'enquête ?**

Perspectives

Evolutions à court et moyen terme

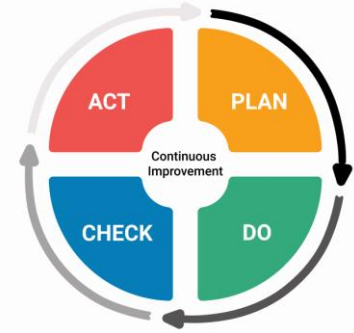


A court terme

- ◆ Continuer à objectiver la connaissance des services rendus et **améliorer la communication** sur les résultats de l'enquête
- ◆ Suivre le plan d'amélioration des services généré par l'enquête et communiquer sur les **actions réelles**

A court terme

- ◆ Exemples d'actions :
 - Conduite du changement concernant evento
 - Plancher sur l'intégration des services extérieurs dans notre catalogue. Ex : framasoft, Renater
 - Améliorations sur un logiciel métier
 - Demande de communication systématique en anglais



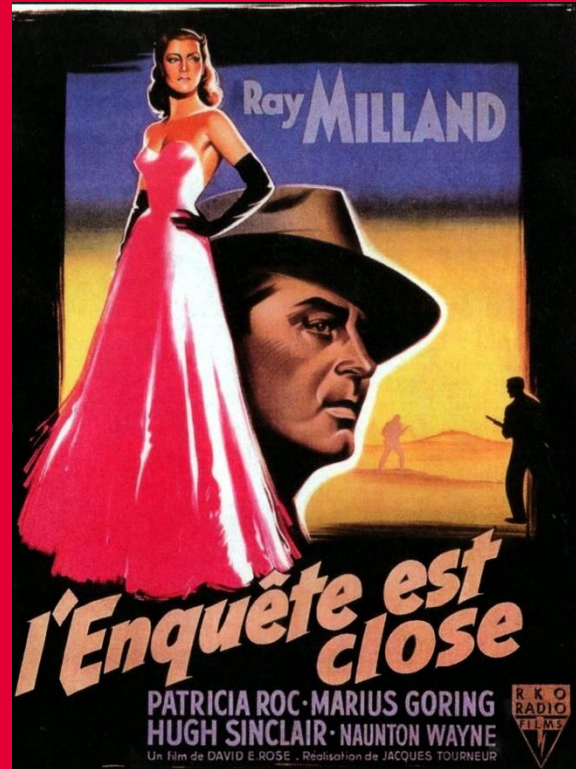
A moyen terme – l'inaccessible étoile ?

- ◆ Continuer Développer le sens du service aux usagers, la « **culture service** »
- ◆ Utiliser l'enquête pour identifier les publics nécessitant une attention particulière
- ◆ Lancer des **discussions sur le terrain**
- ◆ Lancer une enquête portant sur le public étudiant

Globalement

- ◆ L'enquête n'est pas un entrant pour le portefeuille des projets mais elle génère des **actions d'amélioration sur les services** et permet de **mesurer l'impact de certains projets**
- ◆ L'enquête a permis historiquement de **progresser sur des sujets transversaux** : connaissance de l'offre de service, connaissance de nos usagers etc.

Conclusion(s)



Démarche

- ◆ Evoluer – Les enquêtes s’inscrivent elles même dans une démarche d’amélioration continue
- ◆ Se tromper – il n’y pas de vérité absolue, il y a un contexte, des sujets clés, des essais et des erreurs
- ◆ Suivre – rigueur et patience
- ◆ Simplifier – ne pas sombrer dans la bureaucratie
- ◆ Ecouter – rester à l’écoute des usagers

Cette diapo de couverture est une diapo d'attente, à afficher avant chaque début de conférence
/ atelier / autre présentation
Ne pas la supprimer



I H 2 E F

INSTITUT
DES HAUTES ÉTUDES
DE L'ÉDUCATION ET
DE LA FORMATION