



Résultats

Enquête accueil physique 2014

L'enquête : 522 questionnaires

Une enquête de satisfaction quantitative et qualitative a été conduite auprès des visiteurs du 6 octobre au 21 novembre 2014.

Les objectifs

- Alimenter l'indicateur benchmarking « FT 425 Niveau de satisfaction globale pour l'accueil physique ».
- Analyser le comportement des visiteurs afin de mieux les connaître et d'anticiper leurs besoins et attentes.

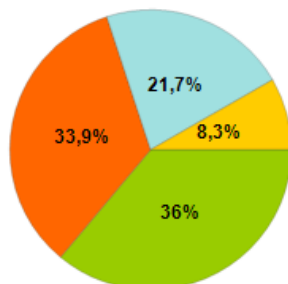
La méthodologie

- Recueil par questionnaires papiers pour les cinq antennes de la CNMSS (Bordeaux, Brest, Lyon, Metz, Paris)
- Méthode par interview sur le point d'accueil de Toulon. Réalisé à l'issue d'un contact avec un conseiller clients.
- L'échelle de satisfaction est composée de quatre niveaux (très satisfait, satisfait, peu satisfait, pas satisfait)

L'échantillon

L'essentiel des clients interviewés est constitué de militaires d'actives et de retraités.

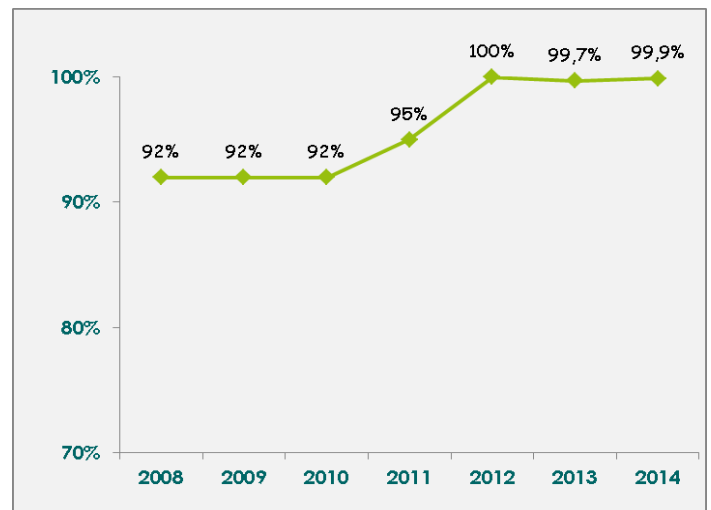
	Nb
Militaire d'active	186
Retraité	175
Membre de la famille	112
Jeune engagé	43



L'indicateur benchmarking

Le taux de satisfaction est de 99,9%. Il permet d'alimenter l'indicateur benchmarking FT 425. Cet indicateur chiffré montre la performance de l'accueil physique de la CNMSS. Les clients sont majoritairement très satisfaits de l'accueil qui leur est réservé par les conseillers clients. Ceci confirme les très bons résultats des enquêtes précédentes.

Depuis 2010 cet indicateur est en hausse et se stabilise aux alentours des 100%.



Le comportement du client

Les clients de la CNMSS sont des visiteurs occasionnels. : 42,9% ne se sont déplacés dans un point d'accueil de la CNMSS qu'une seule fois en 2014.

62,1% des visiteurs interrogés choisissent de se déplacer pour des raisons pratiques et 49,2% pour bénéficier d'un contact humain.

CHIFFRES CLES

88,8%

des visiteurs affirment que la confidentialité est respectée.

94,3%

des visiteurs trouvent facilement l'accès du point d'accueil.

97,3%

des visiteurs estiment que l'espace d'accueil est confortable.

99,4%

des visiteurs affirment que les interlocuteurs sont disponibles.

99,6%

des visiteurs jugent que le temps d'attente est satisfaisant.

Les pistes d'améliorations



RENDRE PLUS VISIBLE L'ENTREE DES POINTS D'ACCUEIL

L'accessibilité est un critère acquis dans l'esprit du client. Il faut donc maintenir un bon niveau de performance.

- Toulon : un fléchage extérieur pourrait être mis en place pour indiquer le point d'accueil. En ce qui concerne le stationnement, il pourrait être utile de négocier une place visiteur à durée limitée auprès de la mairie de Toulon.

- Bordeaux : le déménagement de l'antenne n'est envisageable qu'à partir de 2018/2019. Des travaux de rénovation sont en attentes. Ils permettront de rafraichir les murs et les sols.

- Metz : Un projet est à l'étude afin de déménager l'accueil au rez de chaussée.



RENFORCER LA CONFIDENTIALITE

Mettre en place une démarcation au sol d'une ligne de confidentialité.

Le conseiller client doit faire respecter les limites de la confidentialité et procéder de manière discrète au questionnement du client pour l'enregistrement de sa visite.

Améliorer l'aménagement de l'espace d'accueil en travaillant sur un zonage des demandes.



PROMOUVOIR LE COMPTE EN LIGNE

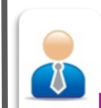
Sur tous les points d'accueil, offrir la possibilité ponctuellement aux visiteurs d'accéder à une démonstration ou création en direct du compte en ligne via un outil informatique (tablette, ordinateur dédié aux services en ligne).



ADAPTER LES ACCUEILS

Une attention particulière doit être portée à l'accessibilité des personnes à mobilités réduites conformément à l'obligation définie par la loi à l'horizon de 2015.

Mise en place de : rampes d'accès, ascenseur, places de parking réservées, langage des signes.



LA SATISFACTION : UN DEFI COLLECTIF

Les conseillers clients ont contribué au succès du taux de satisfaction de l'accueil physique. Il est important de maintenir leur professionnalisme.

- Sensibiliser les conseillers clients sur la notion de satisfaction.

- Harmoniser les pratiques des conseillers clients de l'accueil avec la mise en place du futur guide de l'accueil interactif.

- Poursuivre le déploiement du conseil personnalisé aux clients.



MODERNISER LES ACCUEILS

Les visiteurs interrogés sont majoritairement favorables au développement de nouveaux services.

- Mise en place de bornes en libre-service.

- Faciliter les contacts en développant la prise de rendez-vous avec un conseiller clients au point d'accueil, par téléphone et par Internet.