

Synthèse des résultats
Programme des services de
dépôt (PSD) 2006
Sondage sur la satisfaction
de la clientèle

Préparé pour
GISB, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

10 novembre 2006

LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +

206, avenue des Pins Est - Montréal (Québec) H2W 1P1

Tél. : (514) 844-1127 - Fax : (514) 288-3194

Courriel : info@createc.ca / Site web : www.createc.ca

TABLE DES MATIÈRES

1.	AU SUJET DE L'ÉTUDE.....	1
2.	EN BREF.....	2
3.	VUE D'ENSEMBLE DES RÉSULTATS QUALITATIFS	3
	▪ FAMILIARITÉ	3
	▪ IMPRESSIONS POSITIVES	3
	▪ IMPRESSIONS NÉGATIVES.....	4
	▪ SITE WEB	5
	▪ COMMUNICATIONS	6
	▪ BESOINS NON SATISFAITS.....	6
	▪ DERNIERS COMMENTAIRES DES PARTICIPANTS	8
4.	VUE D'ENSEMBLE DES RÉSULTATS QUANTITATIFS	8
	▪ SATISFACTION GLOBALE.....	8
	▪ UTILISATION DU PSD	9
	▪ ÉVALUATION DE L'ACCÈS AUX PUBLICATIONS	9
	▪ ÉVALUATION DU SERVICE À LA CLIENTÈLE.....	10
	▪ ÉVALUATION DU SITE WEB	10

1. AU SUJET DE L'ÉTUDE

- Cette synthèse des résultats présente les faits saillants de l'enquête sur la satisfaction de la clientèle du PSD réalisée en 2006 par Créatec +.
- L'objectif général de l'étude était d'évaluer la satisfaction de la clientèle et d'obtenir des mesures quantitatives de la performance du Programme des services de dépôt (PSD), à savoir les raisons pour lesquelles les clients ont des points de vue favorables ou défavorables, afin de fournir des pistes d'amélioration.
- L'étude comportait une phase qualitative suivie d'un sondage en ligne.
- La phase qualitative de l'étude visait à recueillir les perceptions détaillées de clients du PSD et à explorer les suggestions afin d'améliorer le service.
- Dans cet esprit, 16 entrevues individuelles téléphoniques, d'une durée de 20 à 45 minutes chacune, ont été réalisées du 30 août au 12 septembre 2006 avec des répondants provenant des trois segments de clientèle du PSD. Les entrevues n'ont pas été enregistrées et les participants n'ont pas reçu de paiement incitatif.
 - Environ les deux tiers des entrevues ont été réalisées en langue anglaise et un tiers l'ont été en langue française.
 - Les répondants ont été recrutés au hasard à partir d'une liste de clients fournie par le PSD.
- Conformément au Code de déontologie et des normes de pratique de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM), il est bon de rappeler que les résultats de la phase qualitative, comme pour toute recherche de cette nature, ne sont pas quantifiables et peuvent ou non être représentatifs de la population cible dans son ensemble.
- Le sondage en ligne avait pour but d'établir des mesures de référence sur les perceptions de la clientèle à propos de leur expérience avec le PSD, incluant l'évaluation de la satisfaction et de la performance relatives au service à la clientèle, au processus de commande / livraison, et au site Web.
- Le sondage a été accessible du 2 au 25 octobre 2006. Tous les clients inscrits ont reçu, par courriel, une invitation et des rappels avec lien cliquable vers le sondage et un mot de passe individuel. Un total de 332 questionnaires ont été complétés, pour un taux de réponse de 18 p. cent.
- Bien que l'échantillon complété, non pondéré, ne diffère pas significativement du profil connu de la base de données des clients, les résultats du sondage en ligne peuvent ou non être représentatifs de l'ensemble des clients.
- En supposant que l'échantillon soit un échantillon entièrement aléatoire, la marge d'erreur maximale serait de +/- 4,7 %.

2. EN BREF

- Dans l'ensemble, les résultats qualitatifs et quantitatifs étaient cohérents.
 - La cohérence entre les résultats des deux approches, tout en tenant compte des limites propres à chacune, a confirmé la fiabilité des réactions observées.
 - Les résultats des deux approches suggèrent que les difficultés vécues lors de la phase transitoire, il y a environ deux ans, ont été résolues et n'influencent plus les perceptions actuelles des clients.
- Les clients étaient généralement pleinement satisfaits de ce qu'ils reçoivent du PSD et de l'utilisation de ce matériel :
 - Tout considéré, 79 p. cent ont dit qu'ils étaient satisfaits du PSD et seulement 4 p. cent ont dit qu'ils étaient insatisfaits;
 - Les courts délais de livraison sont ressortis comme une force clé du Programme.
- En général, de meilleures évaluations ont été accordées aux aspects transactionnels plutôt qu'aux aspects relationnels; en d'autres termes, les processus ont reçu des notes de satisfaction plus élevées que celles attribuées au personnel.
- Les principales pistes d'amélioration qui pourraient contribuer à améliorer ou à maintenir le niveau de satisfaction déjà élevé sont énumérées dans la liste qui suit :
 - 1) L'efficacité des recherches, le catalogage, la codification et les schèmes d'indexation, tout comme l'aspect visuel du site Web.
 - 2) De meilleurs conseils sur les moyens pour rechercher / obtenir des publications gouvernementales dont les clients ont besoin et qui ne sont pas offertes par le PSD.
 - 3) Le temps de réponse du personnel du service à la clientèle aux demandes et aux appels des clients.
 - 4) Des ajustements faciles et rapides, notamment un emballage pour CD uniformisé, des avis par courriel des nouvelles parutions, des directives de conservation plus faciles à trouver, etc.

3. VUE D'ENSEMBLE DES RÉSULTATS QUALITATIFS

- Bien que les 16 personnes interrogées jouaient des rôles très variés par rapport aux publications gouvernementales, les résultats étaient généralement cohérents et ont donc été combinés, sauf lorsque des différences importantes méritaient d'être soulignées.

FAMILIARITÉ

- Comme on pouvait s'y attendre, le niveau de familiarité avec le PSD et ses services variait d'un répondant à l'autre. Nous avons noté que la plupart d'entre eux avaient tendance à se croire plus familiers qu'ils ne l'étaient vraiment avec le PSD. Par exemple, la majorité des répondants n'ont pu identifier que un ou deux services offerts par le PSD et lorsqu'on leur a demandé quels services du PSD ils n'avaient pas utilisés, ils ont paru surpris par la gamme des services offerts par le PSD sous tendue par cette question.

IMPRESSIONS POSITIVES

- Dans l'ensemble, la plupart des participants avaient des impressions ou une expérience positives du PSD. En fait, la majorité s'est dite très satisfaite du PSD dans l'ensemble (notes variant entre 7 et 10 sur une échelle en 10 points).
 - 1) Bien que quelques participants aient parlé de la transition qui avait causé des perturbations dans le service un certain temps, ils ont aussi souligné que depuis, le service est retourné à un niveau satisfaisant.
 - 2) Les participants qui avaient fait affaire avec des programmes de dépôt internationaux, en particulier aux États-Unis, avaient le sentiment que le PSD les surpassait fortement en termes de service et de qualité de ce service. Comparativement aux programmes provinciaux, le PSD était perçu aussi bien ou mieux.
- Le PSD était perçu performant principalement sur les aspects suivants : (1) les commandes, y compris sur Internet, (2) les délais de livraison courts et (3) les réponses aux questions.
 - La plupart des participants pensaient qu'il est « assez facile » d'obtenir des copies de publications gouvernementales canadiennes du PSD, malgré la disponibilité décroissante des items sur la liste.
 - La rapidité, en termes de commande et de livraison, était de loin considérée comme l'aspect le plus important du service du PSD et la plupart des personnes interrogées ont dit que le PSD faisait du bon travail à ce niveau. Dans l'ensemble, il semble y avoir consensus pour établir le délai maximum acceptable variant entre deux et quatre semaines.

-
-
- Les quatre aspects que les participants ont particulièrement appréciés à propos du service du PSD sont le miroir de ce qu'ils considéraient comme étant important : (1) la rapidité à commander et à recevoir les publications, tant en ligne que de la liste hebdomadaire, (2) le fait que les publications soient gratuites, (3) la constance dans le service et (4) l'engagement du PSD.
 - La plupart des participants n'avaient pas été en contact avec le Service à la clientèle du PSD, principalement parce que cela ne faisait pas partie de leur emploi ou de leur rôle. Parmi ceux qui avaient été en contact avec le service à la clientèle, la plupart étaient satisfaits (1) du contact, (2) de leur traitement, (3) du temps requis pour établir un contact, (4) du délai de réponse, (5) de la compétence du personnel du Service à la clientèle et (6) du résultat.
 - Les participants qui avaient déposé une plainte au PSD n'ont pas relevé de problèmes à ce chapitre, pas plus que ceux qui n'en avaient pas déposée ne s'attendaient à en avoir.

IMPRESSIONS NÉGATIVES

- Les participants ont identifié cinq domaines où le PSD ne faisait pas un très bon travail.
 - La plupart des impressions concernaient principalement deux aspects : (1) la façon dont les documents étaient répertoriés, rendant certaines choses difficiles à trouver, particulièrement sur Internet et (2) la réduction du nombre de publications gratuites et celles en format imprimé, même si cela n'était probablement pas imputable au PSD.
 - D'autres répondants étaient mécontents au sujet de (3) la disponibilité de documents parlementaires et législatifs, (4) le temps de réponse et les rappels du PSD et (5) la quantité de paperasse générée par la facturation de chaque commande faite individuellement, au lieu d'une facturation faite sur une base hebdomadaire ou mensuelle.
 - Les participants désiraient : (1) des publications à jour (pas issues des années '90), (2) une codification cohérente, (3) « directives/obligations claires quant à la rétention de matériel et à sa migration du format imprimé vers l'électronique » et (4), quelqu'un à contacter directement plutôt que de se fier seulement à la correspondance par courriel.
- Les participants ont mentionné sept autres aspects du service qu'ils n'aimaient pas : (1) le besoin de contacter les ministères directement pour commander les publications qui ne sont pas/plus disponibles au PSD, (2) la trop courte durée de la validité de la liste, (3) les ministères gouvernementaux ne participent pas tous au programme, (4) certaines publications sont périmées, (5) certains rapports annuels ne sont pas disponibles, (6) la liste du site Web n'est pas aussi complète que la liste rose et (7) la base de données en ligne n'est pas conviviale.

-
-
- Malgré ce qui précède, peu de répondants avaient éprouvé des problèmes en transigeant avec le PSD au cours des 12 derniers mois. La plupart des problèmes mentionnés concernaient la période trouble de la phase transitoire d'il y a environ deux ans, moment où les choses étaient désorganisées mais depuis lors résolues. Quelques-uns attendaient toujours un rappel téléphonique.

SITE WEB

- Dans l'ensemble, le site Web du PSD a été évalué de façon « acceptable ». Plus les participants étaient familiers avec le site, plus ils avaient l'impression qu'il était convivial, mais en même temps plus ils avaient de critiques à formuler. Certains participants l'utilisaient plus que d'autres et certains ne l'utilisaient vraiment pas beaucoup.
 - Les participants qui utilisaient le site aimaient cinq aspects en particulier : (1) les listes hebdomadaires, (2) les listes et les publications facilement accessibles sur la page d'accueil, (3) la section Contactez-nous fournissant les noms et le titre des personnes contact, (4) les recherches pouvant être faites en utilisant la liste ou le titre et (5) les catalogues.
 - Ceux qui avaient utilisé la collection électronique du PSD l'ont beaucoup appréciée. L'information bibliographique (le registre de catalogues) et celle sur les personnes contact du département auteur ont aussi été considérées comme utiles par ceux qui les avaient utilisées.
- Les critiques à l'égard du site du PSD touchaient à une variété de sujets relatifs surtout à la navigation et à la convivialité. L'efficacité et le contenu ont aussi suscité des réactions négatives.
 - Les difficultés relatives à la navigation et à la convivialité concernaient : (1) un moteur de recherche capricieux, (2) une liste incomplète par rapport à la liste rose, (3) le besoin pour de l'information sur les publications non fournies par le PSD, (4) le besoin pour une lien URL direct vers le ministère qui publie le document, (5) une codification mal structurée, incohérente et imprécise, (6) des directives de conservation difficiles à trouver, (6) une perte de temps à dérouler les pages et (7) un écran qui se désactive trop vite.
 - Les difficultés relatives au contenu du site se résument à : (1) des rapports trop anciens et (2) l'absence d'information au sujet des produits. Nous n'avons pas observé de consensus à savoir si le site fournissait ou non de l'information pertinente sur les publications du GC.
 - Les critiques des participants au niveau de l'efficacité du site concernaient : (1) une mise à jour lente des catalogues, ayant pour conséquence des commandes inutiles et un nombre de copies plus élevé que nécessaire et (2) les délais pour recevoir une commande faite en ligne.

-
-
- La plupart des répondants qui avaient utilisé le site ne semblaient pas particulièrement enthousiasmés à l'idée d'inclure plus d'informations au sujet du PSD sur le site, mais un d'entre eux a mentionné qu'un didacticiel pourrait faciliter la navigation sur le site, surtout en ce qui a trait aux caractéristiques de recherche.

COMMUNICATIONS

- Dans l'ensemble, la plupart des participants étaient satisfaits à divers degrés des communications du PSD et ont même perçu une amélioration au cours des deux dernières années.
- Cependant, certains sentaient que plus de communications pourraient être faites, puisque ce n'est pas tout le monde qui est allé voir la liste sur le site Web. D'autres se demandaient quelles autres communications provenaient du PSD à part la liste hebdomadaire des catalogues.
- Certains ont formulé quatre critiques très spécifiques quant aux communications : (1) en attente d'un rappel (depuis l'été), (2) le manque de cohérence quant à la codification dans le temps, (3) le manque de cohérence entre la liste et le site Web et (4), l'arrêt de publication du bulletin d'information.

BESOINS NON SATISFAITS

- En général, les participants étaient partagés quant à la sensibilité du PSD aux besoins de ses clients.
 - D'un côté, quelques-uns ont fait remarquer que le PSD : (1) était prêt à faire tout changement demandé; (2) envoie des avis pour les informer des nouveaux éléments, (3) avait les publications nécessaires et (4) était généralement serviable lorsqu'on les contactait.
 - D'autre part, quelques-uns ont blâmé le gouvernement de toute absence de réponse du PSD, citant (1) le budget ou le mandat du PSD et (2) le déplacement du format papier vers l'électronique.
- Dans l'ensemble, les participants ont fait 10 suggestions spécifiques et très différentes de produits et services qu'ils désireraient obtenir du PSD, dont quelques améliorations de services actuels et quelques nouvelles options.
 - 1) Fournir des pages d'index pour les publications.
 - 2) Fournir un fichier en lot avec toutes les inscriptions MARC dans la liste hebdomadaire.
 - 3) Donner aux usagers la possibilité d'accéder à (voir) la liste complète des périodiques disponibles via le PSD, plutôt que la possibilité de voir seulement les publications les plus récentes ou tout juste émises (i.e. sur la liste hebdomadaire).

-
-
- 4) Offrir plus d'éléments (articles ou produits), ou au moins, fournir des liens URL directs aux ministères appropriés.
 - 5) Permettre aux usagers de commander pour une période plus longue que 60 jours, de telle sorte que si le PSD a des copies dans ses entrepôts, elles seront disponibles sans frais.
 - 6) Offrir à nouveau de façon gratuite les publications qui l'étaient auparavant.
 - 7) Faire du PSD une ressource experte pour les bibliothécaires, facile à rejoindre par téléphone ou par courriel. Un répondant a souligné que les bibliothèques publiques doivent répondre à des demandes de clients qui attendent sur place une réponse immédiate alors que les bibliothèques universitaires peuvent attendre et sont intéressées aux réponses de toute façon.
 - 8) Être plus constant dans l'emballage, notamment celui des CD, qui ne convient pas aux tablettes des bibliothèques (ce sont soit de très petits mini-CD, soit l'étui en papier est très fragile).
 - 9) Créer un logiciel pour les statistiques canadiennes (CANSIM) et l'offrir gratuitement pour aider les ministères ayant des collections statistiques et qui oeuvrent auprès des entreprises.
 - 10) Offrir un service de veille ou d'alerte pour que les clients puissent identifier les documents ou les documents-types qui les intéressent et recevoir un avis chaque fois que des documents qui répondent à ce profil sont publiés. Cela permettrait aux clients de ne plus avoir à parcourir la liste entière chaque semaine.
- En plus de ce qui précède, les personnes interrogées ont dit que leur niveau de satisfaction augmenterait si les sept services suivants étaient améliorés ou fournis.
 - 1) Faire un effort pour augmenter le nombre de ministères participant au Programme.
 - 2) Rendre plus cohérents et pertinents les numéros de catalogues.
 - 3) Grossir la police sur les feuilles roses afin que les diverses options soient plus faciles à identifier et à cocher.
 - 4) Fournir plus de directives sur la conservation et le traitement des documents.
 - 5) Fournir des pages d'index pour les publications.
 - 6) Augmenter le nombre de documents offerts gratuitement, sans commandes en souffrance ou impossibles à combler.
 - 7) Faciliter la recherche des publications annuelles.

DERNIERS COMMENTAIRES DES PARTICIPANTS

- Les derniers commentaires des participants à la fin de l'entrevue concernaient les aspects suivants :
 - 1) La valeur fondamentale du service du PSD.
 - 2) La satisfaction générale envers le service du PSD, « mais pas à 100 % ».
 - 3) Le besoin de rééditer le guide de classification du PSD.
 - 4) Le besoin de pourchasser les ministères du gouvernement fédéral pour fournir leurs rapports pour la distribution.
 - 5) Le besoin pour le personnel des bibliothèques d'être familier avec l'organisation du gouvernement fédéral et les sites Web.

4. VUE D'ENSEMBLE DES RÉSULTATS QUANTITATIFS

- Le questionnaire en ligne, d'une durée approximative de 10 minutes, a utilisé une version adaptée de l'Outil de mesures communes du Secrétariat du Conseil du trésor pour la réalisation de sondages sur la satisfaction.

SATISFACTION GLOBALE

- Tout comme ce fut le cas lors des entrevues qualitatives, la satisfaction globale envers le PSD, 'tout considéré', était assez élevée (79 p. cent).
 - Seulement 4 p. cent étaient insatisfaits.
 - 78 p. cent avait le sentiment qu'on avait répondu ou dépassé leurs attentes.
 - Seulement 5 p. cent ont jugé que le PSD était moins bon et 34 p. cent l'ont jugé mieux que les services similaires qu'ils avaient utilisés.
 - Seulement 8 p. cent ont rapporté des problèmes dans leurs relations avec le PSD au cours des 12 derniers mois.
- Ces résultats confirment que les difficultés générées par la transition d'il y a environ deux ans ont depuis été résolues et ne jouent plus sur les perceptions des clients aujourd'hui.

UTILISATION DU PSD

- La fréquence élevée de visites et de tâches exécutées sur le site Web indique clairement que le site du PSD joue un rôle crucial dans la relation entre le Programme et ses clients.
- Au cours des 12 derniers mois :
 - 75 p. cent ont indiqué avoir visité le site Web, dont 69 p. cent au moins une fois par mois.
 - 63 p. cent ont indiqué avoir fait des recherches dans le catalogue électronique du PSD.
 - 52 p. cent ont indiqué avoir utilisé la collection électronique du PSD.
 - 57 p. cent ont indiqué avoir commandé des publications à partir de la version électronique de la liste hebdomadaire.
 - 48 p. cent ont indiqué avoir consulté une ancienne copie de la liste hebdomadaire.
- Environ la moitié (54 p. cent) de tous les répondants ont indiqué avoir eu un contact sous une forme ou l'autre avec le service à la clientèle, principalement par courriel (47 p. cent) ou par téléphone (30 p. cent).
- Ces résultats, comparables à ceux obtenus lors des entrevues qualitatives, suggèrent que la relation du PSD avec ses clients est principalement transactionnelle et virtuelle plutôt que relationnelle et personnelle.

ÉVALUATION DE L'ACCÈS AUX PUBLICATIONS

- Les répondants se sont dits assez satisfaits de la qualité globale du service, de la commande à la livraison des publications gouvernementales du PSD (84 p. cent). À un niveau aussi élevé, le processus de commande / réception des publications pourrait être considéré comme une force du programme.
 - Les délais, qualifiés par certains participants en entrevue qualitative comme « l'aspect le plus important du service », ont reçu une note de satisfaction élevée (81 p. cent), confirmant ce qui a été dit lors des entrevues téléphoniques.
 - Reflétant également ce qui avait été entendu lors de la phase qualitative de cette étude, les plus faibles notes de satisfaction ont été obtenues par le mode de catalogage du PSD pour les publications gouvernementales (68 p. cent) et la disponibilité au PSD des publications gouvernementales dont les clients ont besoin (65 p. cent).
 - Les processus internes au PSD, tels que les retours, l'administration de la liste d'envoi, etc., ont également reçu des notes plus faibles (67 p. cent).

ÉVALUATION DU SERVICE À LA CLIENTÈLE

- Bien qu'une forte majorité (74 p. cent) de ceux qui avaient contacté le service à la clientèle aient indiqué qu'ils ont été satisfaits de la qualité globale du service qu'ils ont reçu, ce niveau général est :
 - inférieur à celui du processus de commande / publications reçues (84 p. cent);
 - inférieur à celui de la satisfaction envers le site Web (80 p. cent);
 - inférieur à celui du programme dans son ensemble, en tenant compte de tous les aspects (79 p. cent).
- Ces observations suggèrent que les répondants sont plus satisfaits envers les processus du PSD (aspects transactionnels) que du personnel du PSD (aspects relationnels) et que de bonnes opportunités d'amélioration pourraient se situer au niveau du service à la clientèle.
- Les évaluations des divers aspects du service à la clientèle pointent vers des opportunités plus spécifiquement au niveau :
 - du temps de réponse aux questions (71 p. cent);
 - du délai avant de rappeler (71 p. cent);
 - de la motivation du personnel à en faire plus (70 p. cent).

ÉVALUATION DU SITE WEB

- Étant donné que le site Web joue un rôle crucial dans la relation avec la clientèle, on devrait porter attention à toute opportunité d'amélioration de celui-ci.
- Dans l'ensemble, les répondants ont été assez satisfaits (80 p. cent) de leur expérience sur le site Web et la plupart des répondants « en bout de ligne ont trouvé ce qu'ils recherchaient sur le site » (69 p. cent). Toutefois, les résultats indiquent que deux aspects méritent qu'on y porte attention :
 - l'attrait visuel (54 p. cent);
 - les capacités de recherche (54 p. cent), un commentaire récurrent également observé lors de la phase qualitative.