

Contexte, Enjeux et problématique

La satisfaction des clients internes est le facteur clé du succès des organisations (publiques ou privées)
Assurer la satisfaction des clients internes joue un rôle important pour atteindre la satisfaction des clients externes.

Quel est le problème ?

-Mesurer la satisfaction des clients internes dans l'administration publique.

Quels sont les défis?

- Pas l'habitude d'évaluer d'autres services ou de recevoir des réclamations.
- Le terme « client » renvoie directement à une relation **commerciale** et l'objectif de l'administration publique est de fournir des services **non marchands**.
- obstacle lié à la structure hiérarchique : Evaluation de niveau supérieur.
- Freins culturels.

Quels sont les objectifs?

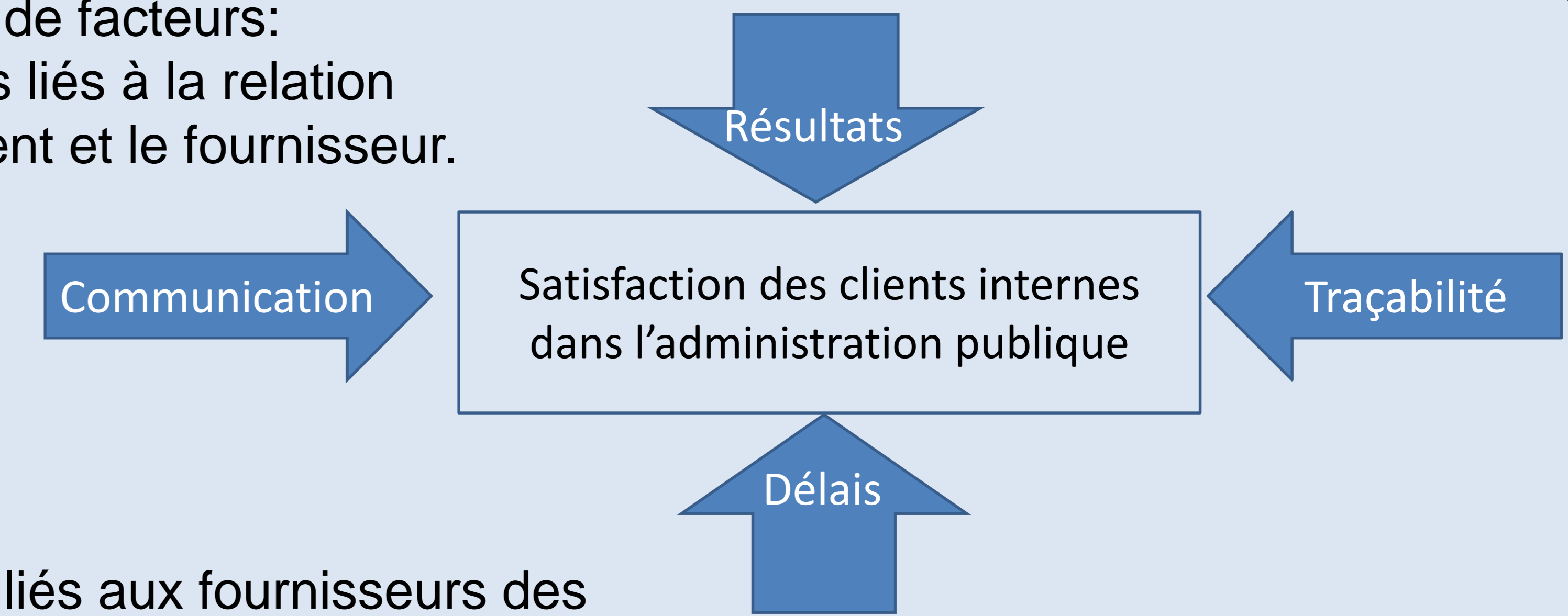
- Amener les individus de l'administration publique à avoir l'habitude de donner leurs avis et recevoir des réclamations concernant leurs services.
- Améliorer le niveau de satisfaction client.
- Améliorer les processus et les services de l'administration publique.

Quels sont les facteurs impactant la satisfaction de client interne?

Deux types de facteurs:

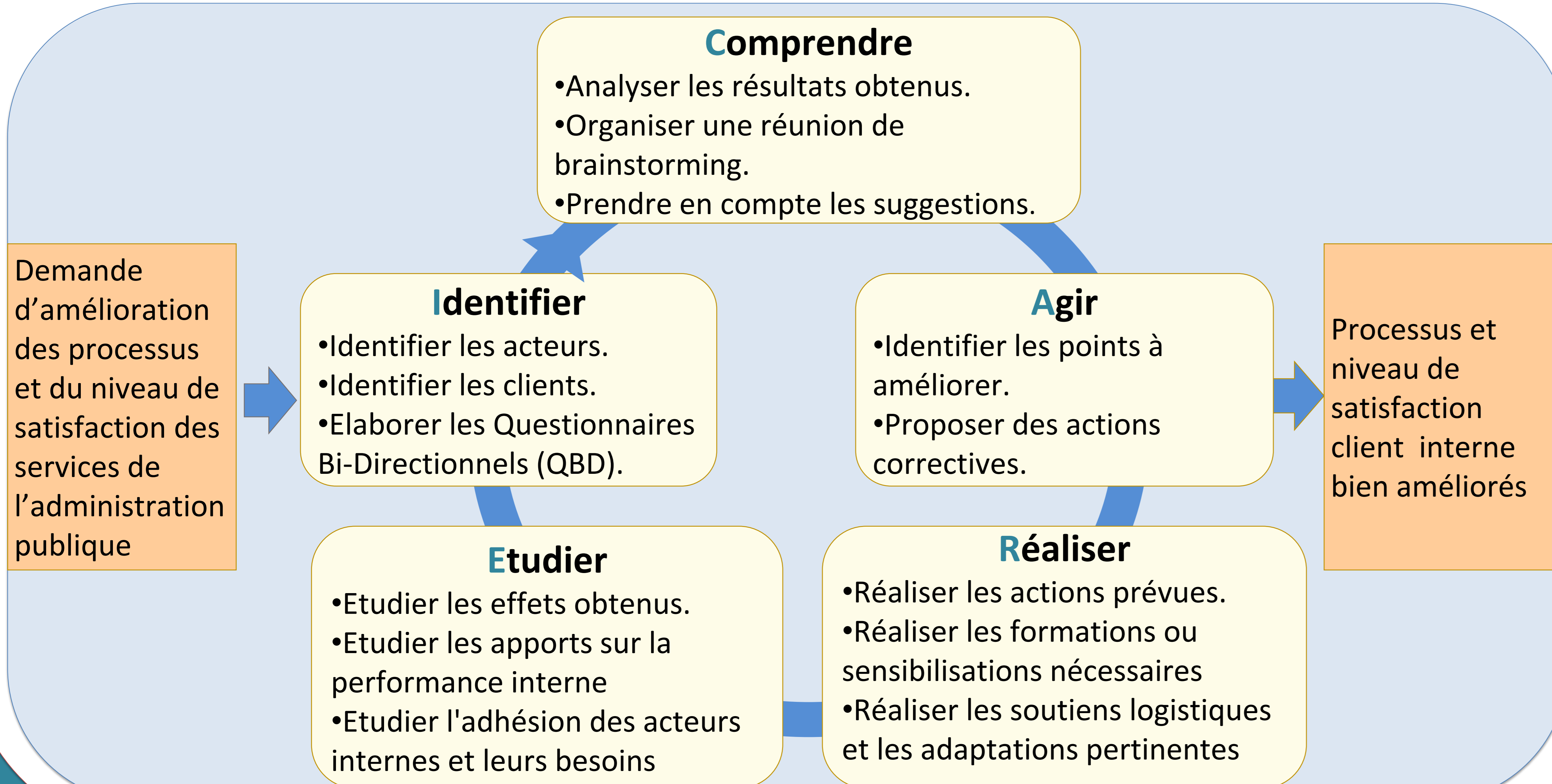
1. Facteurs liés à la relation entre le client et le fournisseur.

2. Facteurs liés aux fournisseurs des services eux-mêmes, relatifs à la compréhension de la mission et des principales valeurs de l'organisation.



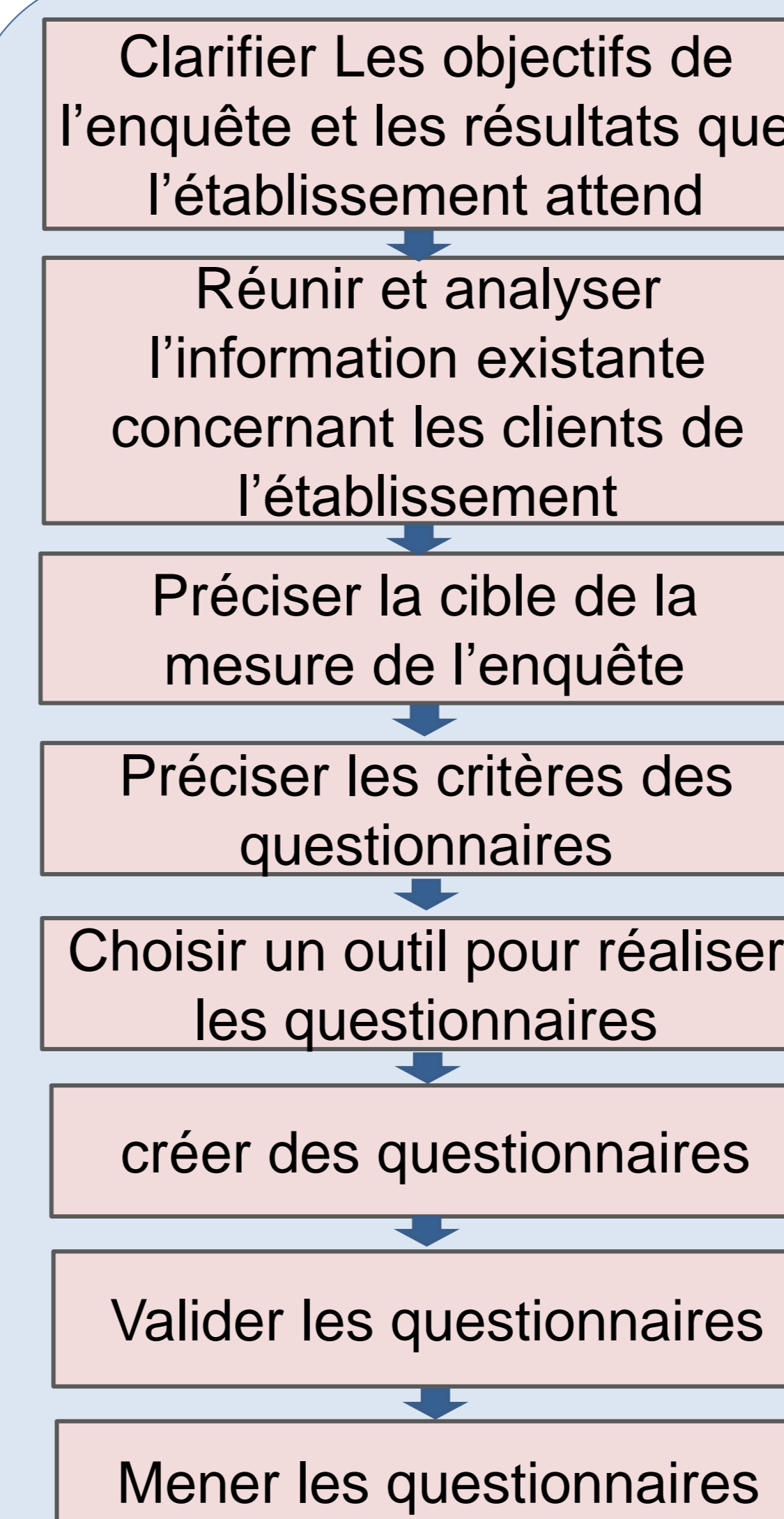
La méthodologie ICARE

ICARE appliquée à la **surveillance et l'amélioration** de la satisfaction des clients internes dans l'administration publique.



Les Questionnaires BiDirectionnels (QBD).

QBD est un outil utilisé dans l'étape (I) identifier de ICARE. Dans QBD, les questionnaires sont destinés au client ainsi qu'au fournisseur sur la base de critères identiques. L'objectif est de collecter les informations en respectant les valeurs de l'organisation publique



Étapes de QBD

Résultats

Appliquer la méthodologie MCRPR en utilisant le QPD permet:

- De récolter l'information auprès de clients internes ainsi que de fournisseurs internes.
- D'obtenir le niveau de satisfaction des clients internes.
- D'accompagner une transformation culturelle en respectant les valeurs de l'organisation
- De proposer des solutions qui sont adéquates au client et au fournisseur.
- D'améliorer et de surveiller la satisfaction des clients internes

Bibliographie

- Afnor. (2013, mai). Management de La Qualité - Satisfaction Du Client - Lignes Directrices Relatives À La Surveillance et Au Mesurage.
- Afnor. (2007, Novembre). Norme FD X50-172, Concevoir et réaliser une enquête de satisfaction des clients.
- Sabadie, W. (2003). conceptualisation et mesure de la qualité perçue d'un service public. Recherche et Applications en Marketing , 18 (1), 1-24.
- Chumpitaz, R., & Swaen, V. (2004). La qualité perçue comme déterminant de la satisfaction des clients en business-to-business. Recherche et Applications en Marketing , 19 (2), 31-52.