

Avril 2008

Madame,

Monsieur,

Début janvier 2008 vous avez été sollicités comme 160 autres entreprises par le cabinet « Règle de 3 » qui vous a interrogé au sujet de l'AGEFOS PME, votre partenaire emploi-formation.

Nous vous remercions d'avoir consacré du temps à cette enquête dont les objectifs étaient :

- mesurer le niveau de perception globale de l'AGEFOS PME,
- identifier les forces et les faiblesses de la prestation délivrée,
- définir les éventuelles attentes non assouvies.

Nous vous devons un retour des résultats. Les voici.

Vous pouvez compter sur nous pour prendre en compte vos remarques, améliorer nos services et vous satisfaire au mieux.

La Direction et son équipe vous remercient très sincèrement de votre fidélité.

Jean-Claude Himbaut  
Directeur

### ▣ Profil des répondants

Les personnes sollicitées sont majoritairement des femmes (79%), âgées de 43 ans en moyenne et qui sont en relation avec l'AGEFOS PME depuis plus de 10 ans. Elles travaillent à 71% au sein d'un service comptabilité et sont, à ce titre, chargées du dossier formation.

Leurs attentes sont plus marquées par un accompagnement dans le quotidien de l'entreprise.

### ▣ Image de l'AGEFOS PME

Très bonne	-----	41%
Bonne	-----	58%
Mauvaise	-----	1 %

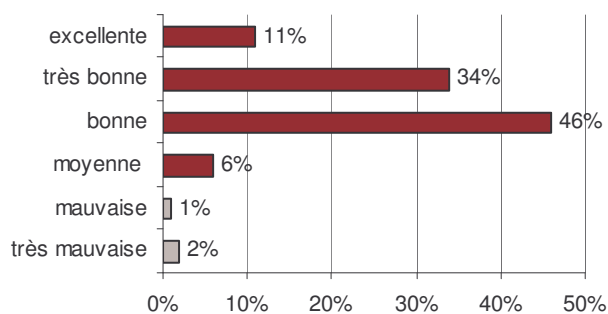
On observe de façon spontanée un niveau d'enthousiasme élevé.

### Les raisons

- + Qualité relationnelle, accueil et écoute (57 citations)  
Compétence, professionnalisme, qualité de l'information donnée (41 citations)  
Disponibilité ( 26 citations)
- = Absence de contact (7 citations)

Nous devons progresser dans l'accompagnement et la proximité.

## ☐ Satisfaction globale



Malgré un bon résultat, il existe une marge sensible de progrès dans la conversion d'avis plus nuancés en avis d'extrême satisfaction.

## ☐ Critiques formulées

Avez-vous des critiques à formuler ?

Non ----- 91 %

Oui ----- 9 %

Un taux de critique des plus satisfaisants et bien inférieur normes habituellement observées.

### Les critiques les plus fréquentes

Lourdeurs et lenteurs administratives ----- 20 %

Délais de réponse aux demandes ----- 13 %

Rotation importante des conseillers ----- 13 %

Fréquence des contacts pas assez élevée ----- 13 %

Sur la base de ce sous échantillon (9% d'insatisfaits), un souhait principalement localisé dans la réactivité du traitement des demandes.

## ☐ Evaluation globale

**zone d'excellence** : amabilité - compréhension  
disponibilité

**zone perfectible** : délais de réponse  
clarté des demandes  
précision des réponses  
prise en charge

**zone d'enjeux** : qualité des solutions  
capacité d'anticipation

## ☐ Agrément global

- ♦ L'AGEFOS PME ne va pas assez loin dans la valorisation de la formation (12 %).
- ♦ Il y a des différences entre les conseillers (8 %).
- ♦ Le discours est trop commercial et pas assez technique (8 %).
- ♦ Les visites des conseillers ne sont pas suffisantes (16 %).
- ♦ Le moment des visites n'est pas le plus opportun (11%)

Des efforts restent à fournir sur la réassurance du niveau d'expertise possédé par l'AGEFOS PME.

## ☐ Supports et services spécifiques

- ♦ Nos actions spécifiques VALORICE et PASS'PME sont insuffisamment connues et utilisées.
- ♦ Notre newsletter « Enjeux et Actions », journal d'information numérique, est connue par 23 % des répondants et lu par 12 %.
- ♦ Le CD Rom sur les outils de la réforme est utilisé par 17 % des entreprises.

## ☐ Ce qu'il faut retenir

- ♦ Des évaluations « globales » comme « spontanées » très favorablement orientées.
- ♦ Ces bons résultats se confirment également dans l'évaluation détaillée, dont les résultats sont supérieurs à ceux observés par ailleurs.
- ♦ Le taux de critiques est pour sa part en deçà des standards habituellement observés.
- ♦ Dans ce contexte très favorable, nous pointerons tout de même le travail sur la valorisation des autres domaines de compétence de l'AGEFOS PME, le niveau d'attente supérieur des répondants ayant une ancienneté inférieure de relation avec l'AGEFOS PME.
- ♦ L'analyse de nos questions spécifiques fait enfin apparaître des niveaux de connaissance et d'utilisation très disparates de nos différents supports de promotion.