



RAPPORT D'ENQUETE DE SATISFACTION DE LA CLIENTELE DE LA SPT – OFFRE DE PAVR

Août 2015

Direction Commerciale et de la Planification



SOMMAIRE

I- CADRE GENERAL DE L'ETUDE	2
1.1. Objectifs de l'étude	2
1.2. Méthodologie de l'étude	2
1.3. Saisie et Traitement des données	3
II- RESULTATS DE L'ETUDE.....	3
2.1. Connaissance et Moyens de connaissance du produit PAVR de La Poste	3
2.1.1. Connaissance du produit PAVR.....	3
2.1.2. Moyens de connaissance du produit PAVR	3
2.1.3. Efficacité du SMS informatif envoyé entre mai et juin sur le produit	4
2.2. Recours au PAVR et Satisfaction par rapport à son octroi.....	4
2.2.1. Recours au PAVR.....	4
2.2.2. Satisfaction par rapport au montant accordé automatiquement	5
2.2.3. Réclamation des clients avant de disposer du PAVR	5
2.2.4. Besoin en informations supplémentaires sur l'octroi du PAVR.....	6
2.3. Possession de carte bancaire et Connaissance sur son utilisation pour le retrait du PAVR.....	6
2.4. Attentes exprimées par les clients pour l'amélioration du produit PAVR	7
2.5. Conclusion	7



I- CADRE GENERAL DE L'ETUDE

1.1. Objectifs de l'étude

Cette étude vise principalement à mesurer la satisfaction de nos clients par rapport à l'offre du produit PAVR (Paiement à vue à régulariser).

Spécifiquement, il est question de :

- ✓ Apprécier le niveau et les canaux de connaissance du PAVR ;
- ✓ Identifier les principales raisons de non recours au PAVR ;
- ✓ Identifier les contraintes des clients par rapport à l'octroi du PAVR ;
- ✓ Informer les clients sur la possibilité de retrait du PAVR au guichet automatique de banque ;
- ✓ Sensibiliser les clients sur les avantages à disposer d'une carte bancaire ;
- ✓ Connaître les nouvelles attentes de nos clients, par rapport au produit.

1.2. Méthodologie de l'étude

- **Cibles et Echantillonnage :** La population cible de cette étude est constituée de nos clients salariés ou retraités disposant d'un compte CCP à La Poste.

Au total trois-cent (300) clients ont été interviewés dans six bureaux de poste de Lomé, à savoir : Lomé centre, Lomé Tokoin, Lomé Avédji, Lomé Bè, Lomé Agbalépédo et Lomé Agoè Assiyéyé.

Les quotas retenus selon la situation professionnelle et le secteur d'activité sont :

- ✓ 70% de salariés (210 clients) et 30% de retraités (90 clients) ; soit 35 salariés et 15 retraités par bureau.
- ✓ 80% de clients du secteur public (240 clients) et 20% de clients qui sont du secteur privé (60 clients) ; soit 40 clients du secteur public et 10 clients appartenant au secteur privé, par bureau.
- **Méthode et outil de collecte :** Les données de cette enquête quantitative ont été collectées dans les bureaux concernés, sur la base d'un *questionnaire* de deux (02) pages et par le moyen d'une interview.
- **Organisation de la phase de collecte :** Les stagiaires retenus pour effectuer la collecte, ont été formés le vendredi 28 juillet 2015 dans la salle de conférence de la Direction Générale.

2

La collecte s'est étalée du 29 juillet au 07 août 2015, et les fiches remplies nous ont été retournées par le Courrier.



1.3. Saisie et Traitement des données

Pour la saisie des données, un masque de saisie a été conçu dans le logiciel EPI Data, prenant en compte les différentes variables d'étude. Les données ont ensuite été exportées vers le logiciel SPSS pour le volet traitement.

Les principaux résultats issus du traitement des données recueillies sont présentés dans la partie suivante.

II- RESULTATS DE L'ETUDE

2.1. Connaissance et Moyens de connaissance du produit PAVR de La Poste

2.1.1. Connaissance du produit PAVR

Tableau N°3 : Connaissance du PAVR par les clients

	Effectif	Pourcentage
Oui	285	95%
Non	15	5%
Total	300	100%

Seulement 15 clients, soit 5% de l'échantillon enquêté, déclarent ne pas connaître le produit PAVR de La Poste.

95% en ont déjà une fois entendu parler, même s'ils n'ont pas des informations assez précises sur le produit.

Particulièrement sur l'effectif des 60 clients interviewés du secteur privé, nous avons seulement 3 qui ne connaissent pas le produit, soit 5%.

2.1.2. Moyens de connaissance du produit PAVR

Tableau N°4 : Moyens de connaissance du PAVR

	Effectif	Pourcentage
Guichet/Poste	207	69%
Ami/Parent/Collègue	78	26%
Non concerné	15	5%
Total	300	100%

Sur les 285 clients qui déclarent connaître le produit PAVR de La Poste, nous avons 207 qui l'ont connu par les guichets de La Poste, et seulement 78 pour lesquels l'information venait soit d'un ami, d'un collègue ou d'un parent.



2.1.3. Efficacité du SMS informatif envoyé entre mai et juin sur le produit

Tableau N°5 : Les clients ayant reçu le SMS	Effectif	Pourcentage
Oui	177	59%
Non	123	41%
Total	300	100%

59% des clients ont confirmé avoir reçu le SMS informatif sur le produit PAVR, qui a été envoyé aux clients à partir du mois de mai 2015. Cependant ils s'accordent à dire que le SMS n'était pas vraiment explicite, et aussi ne leur permettait pas d'avoir un maximum d'informations sur le produit, notamment les intérêts qui sont prélevés, les montants possibles, les conditions générales et particulières sur l'octroi, etc....

Quelques-uns, lors des interviews n'ont pas hésité à faire comprendre que c'est parce qu'ils n'ont pas une idée bien claire sur le produit qu'ils n'ont jamais osé l'utiliser.

2.2. Recours au PAVR et Satisfaction par rapport à son octroi

2.2.1. Recours au PAVR

Tableau N°6 : Recours au PAVR	Effectif	Pourcentage
Oui	195	65%
Non	90	30%
Non concerné	15	5%
Total	300	100%

Sur l'ensemble des 285 clients qui connaissent le produit PAVR de La Poste, 195 ont déjà une fois eu à le consommer; soit 68%.

Les 90 autres clients qui se sont abstenus à faire recours au produit, évoquent les principales raisons suivantes :

- ✓ *Crainte d'accumuler des dettes* (42 clients ; soit 47%) : c'est le cas de ceux dont le salaire est insuffisant et ceux-là qui sont déjà sous prêt ;
- ✓ *Commissions sur PAVR trop élevées* (27 clients ; soit 30%) : c'est le cas de ceux qui ont des amis, collègues ou parents ayant déjà utilisés le produit, et qui leur ont donné des appréciations négatives sur les commissions prélevées ;
- ✓ *Pas besoin pour le moment* (21 clients ; soit 23%).



En croisant le secteur d'activité des clients et le recours au PAVR, nous constatons que sur les 57 clients du secteur privé qui connaissent le PAVR, jusqu'à 25 clients (42%) l'ont déjà utilisé.

Ce qui montre que cette catégorie de clients serait tout aussi très intéressée par le produit, et que son intégration dans la logique du PAVR pourrait constituer une source de croissance du produit.

2.2.2. Satisfaction par rapport au montant accordé automatiquement

Tableau N°7 : Satisfaction sur le montant accordé	Effectif	Pourcentage
Oui	173	58%
Non	22	7%
Non concerné	105	35%
Total	300	100%

Parmi l'effectif de ceux qui ont déjà fait recours au PAVR, 22 (11%) ne sont pas satisfaits du montant qui leur est accordé automatiquement, dont 21 souhaitent plutôt un taux équivalent à la moitié du salaire, et un seul qui aurait voulu que le montant soit le tiers du salaire.

2.2.3. Réclamation des clients avant de disposer du PAVR

Tableau N°8 : Réclamation pour disposition du PAVR	Effectif	Pourcentage
Oui	80	27%
Non	115	38%
Non concerné	105	35%
Total	300	100%

80 clients sur le total de 195 qui ont déjà une fois consommé le produit PAVR, soit une proportion de 41%, déclarent qu'ils ont eu à faire plusieurs requêtes de réclamations aux guichets puis aussi auprès de leurs gestionnaires de comptes, avant de pouvoir disposer du PAVR.

D'après eux, quand ils passent aux guichets pour leurs procédures d'octroi de PAVR, non seulement ils ne sont pas très bien accueillis mais aussi on les fait trop trainer ou on leur fait faire trop de tracas jusqu'aux gestionnaires de comptes, avant de réussir à disposer du PAVR. Bref pour eux, les procédures pour l'octroi du PAVR sont compliquées et trop longues.



2.2.4. Besoin en informations supplémentaires sur l'octroi du PAVR

Tableau N°10 : Besoin en informations sur le PAVR	Effectif	Pourcentage
Oui	178	59%
Non	107	36%
Non concerné	15	5%
Total	300	100%

Sur 285 clients qui connaissent le PAVR de La Poste, 178 clients soit 62% avouent avoir vraiment besoin d'informations complémentaires sur le produit. Cela confirme qu'effectivement plusieurs clients sollicitent et consomment les avances sur salaire, avec en effet une connaissance très limitée sur le produit.

2.3. Possession de carte bancaire et Connaissance sur son utilisation pour le retrait du PAVR

Tableau N°11 : Possession de carte bancaire	Effectif	Pourcentage
Oui	150	50%
Non	150	50%
Total	300	100%

Tableau N°12 : Information sur le retrait du PAVR via carte bancaire	Effectif	Pourcentage
Oui	87	29%
Non	198	66%
Non concerné	15	5%
Total	300	100%

50% des clients interviewés ne possèdent pas de carte bancaire de La Poste, et sur l'effectif de ceux qui connaissent le PAVR (285 clients), nous avons seulement 87 qui sont informés sur la possibilité de retrait du PAVR par la carte bancaire, soit 31%.

La plupart de ceux-ci se plaignent d'avoir des difficultés à accéder au PAVR avec leurs cartes bancaires, et c'est aux guichets qu'ils finissent par faire leurs retraits.



2.4. Attentes exprimées par les clients pour l'amélioration du produit PAVR

Tableau N°10 : Résumé des attentes des clients

	Nombre de fois exprimé	Pourcentage
Information des clients sur les conditions d'octroi de PAVR, les commissions prélevées, les montants possibles par rapport au salaire, à afficher dans tous les bureaux	86	29%
Réduction des commissions prélevées	65	22%
Facilitation de l'accès au PAVR, et surtout via la carte bancaire	58	20%
Positionnement du PAVR avant le 1 ^{er} du mois	32	11%
Notification par SMS dès que le PAVR est réellement disponible sur les comptes et au GAB	29	10%
Augmentation du montant accordé	12	4%
Echelonnement des commissions de PAVR pour les personnes sous prêts	5	2%

2.5. Conclusion

Globalement nous retenons que le produit PAVR de La Poste est bien connu (95% des clients) et utilisé par près de 75% des clients. Cependant nous avons une grande majorité de nos clients qui ont une connaissance très insuffisante sur le produit, notamment et surtout par rapport aux commissions prélevées, au taux du salaire qui est accordé automatiquement, à la date réelle de positionnement des découverts, et aux conditions générales d'octroi.

Ces situations compromettent la satisfaction de la clientèle sur l'offre de PAVR et contribuent progressivement à une baisse de la consommation du produit, puisque ceux qui le consomment déjà se plaignent toujours des prélèvements qui leur sont faits et tendent à l'abandonner, et aussi découragent d'autres à y opter.

En conclusion, pour améliorer l'offre de PAVR il faudra vulgariser et rendre plus souples les procédures d'octroi, revoir les commissions prélevées à la baisse, faciliter l'accès au produit via les cartes bancaires, et notifier les clients dès que le PAVR est disponible.