

Direction
des politiques
urbaines et sociales

FEVRIER
2019

Enquête triennale de satisfaction et pratiques d'écoute clients

2. Boîte à outils

CONTRIBUTIONS

Ce travail a été piloté par :

USH - DEPARTEMENT QUALITE DE SERVICE

Christine ROUDNITZKY

Responsable du Département Qualité de service
christine.roudnitzky@union-habitat.org
04 37 58 11 55

Thierry PIEDIMONTE

Chef de mission Qualité de service
thierry.piedimonte@union-habitat.org
04 37 58 11 56

Realisé par :

HABITAT ET TERRITOIRES CONSEIL

Christelle PARNEIX

Manager de projets
christelle.parneix@habitat-territoires.com
01 40 75 79 43

Salomé CONTI

Consultante
salome.conti@habitat-territoires.com
01 40 75 68 18

REMERCIEMENTS :

L'Union Sociale pour l'Habitat et le cabinet Habitat et Territoires Conseil remercient les organismes et les experts qui ont contribué à la réflexion sur le dispositif :

1001 Vies Habitat, Atlantique Habitations, ICF Habitat Nord-Est, Metz Habitat Territoires, Pas-de-Calais Habitat, SIA Habitat, Valophis et Vilogia, ainsi que Aviso, Hubicus et Satisfactory

Ainsi que le Réseau des Associations régionales

SOMMAIRE

1. MODELES D'ENQUETE DE SATISFACTION THEMATIQUES « A CHAUD »	4
1.1. Enquête de satisfaction suite à l'entrée dans les lieux	4
1.2. Enquêtes de satisfaction suite à une réclamation technique	8
1.3. Enquête de satisfaction suite à des travaux de réhabilitation	9
2. FICHES METHODOLOGIQUES D'ECOUTE CLIENT QUALITATIVE	11
Les postures en matière d'écoute client	12
La grande conversation	13
L'atelier parcours client	14
Le diagnostic en marchant.....	15
L'arbre à problèmes.....	16
Le World Café	17
Le concours d'idées	18
La marche exploratoire.....	19
Le design des usages.....	20
Le focus groupe	21
L'évaluation participative	22

1. MODELES D'ENQUETE DE SATISFACTION THEMATIQUES « A CHAUD »

1.1. Enquête de satisfaction suite à l'entrée dans les lieux

Questionnaire n°1

1. Comment jugez-vous l'accueil au sein de l'organisme ?

Très satisfaisant Satisfaisant Pas satisfaisant

2. Avez-vous été bien informé des différentes démarches à faire pour accéder à votre logement ?

Oui Non

3. Comment jugez-vous le délai de traitement de votre dossier entre la prise en charge de votre demande et la première proposition de logement ?

Très satisfaisant Satisfaisant Pas satisfaisant

4. La première proposition de logement correspondait-elle à votre demande initiale ?

Oui Non

5. Comment jugez-vous les informations transmises lors de la signature de votre contrat de location ?

Très satisfaisant Satisfaisant Pas satisfaisant

6. Jugez-vous utile la pochette d'informations transmise lors de la signature de votre contrat de location ?

Oui Non

7. Lors de l'Etat des lieux entrants, est-ce que les informations utiles à votre installation vous ont été transmises ?

Oui Non

8. Depuis votre installation dans votre nouveau logement, comment jugez-vous les parties communes ?

- Extérieurs : Très satisfaisant Satisfaisant Pas satisfaisant
- Hall d'Entrée : Très satisfaisant Satisfaisant Pas satisfaisant
- Cage d'escalier : Très satisfaisant Satisfaisant Pas satisfaisant
- Ascenseur : Très satisfaisant Satisfaisant Pas satisfaisant

9. Depuis votre installation, avez-vous contacté les Services de l'organisme ?

Oui Non

10. Si oui, avez-vous obtenu satisfaction ?

Oui Non

11. Recommanderiez-vous l'organisme à l'un de vos proches ?

Oui Non

Questionnaire n°2

1. Recommanderiez-vous notre société à des parents, des amis ?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Vos relations avec notre personnel : êtes-vous satisfait...

- Des horaires d'ouverture de vos lieux d'accueil :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- De l'accueil qui vous a été réservé
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- De notre disponibilité
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait

3. La signature du bail, l'état des lieux : êtes-vous satisfait :

- Des explications données
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- De la clarté des documents remis
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- Du déroulement de votre état des lieux
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- Si des engagements ont été pris pendant votre état des lieux, ont-ils été respectés depuis ?
 Pas du tout Partiellement En totalité Non concerné

4. Les informations pratiques et l'entretien de votre logement

- Vous a-t-on présenté ?
 - Le livret du locataire : Oui Non Non concerné
 - Des informations utiles sur votre quartier : Oui Non Non concerné
 - Le guide de l'entretien et des réparations locatives : Oui Non Non concerné
- Savez-vous que des réparations peuvent-être à vos frais : Oui Non
- Connaissez-vous :
 - Les bons gestes pour entretenir votre logement : Oui Non
 - Les coordonnées des entreprises qui interviennent pour l'entretien :
 - De votre logement (exemple : chauffage) : Oui Non
 - De votre immeuble (exemple : ascenseur) : Oui Non Non concerné
 - Les coordonnées de votre agence et de vos interlocuteurs : Oui Non
 - Les coordonnées du service Permanence en dehors des heures d'ouverture : Oui Non

5. Lors de votre arrivée dans votre logement, comment avez-vous trouvé ?

- Vos sols
- Vos murs
- Vos plafonds
- Vos sanitaires

Propres	Plutôt propres	Plutôt sales	Sales
		x	
		x	
		x	
		x	

En bon état	Plutôt en bon état	Plutôt mauvais état	En mauvais état
	x		
	x		
	x		
	x		

6. Globalement, êtes-vous satisfait de l'état général de votre logement ?

- Satisfait
 Plutôt satisfait
 Plutôt insatisfait
 Insatisfait

7. L'installation dans votre logement : lors de votre arrivée, vos équipements ci-dessous étaient-ils en bon état de fonctionnement ?

- La porte d'entrée du logement : Oui Non
- Les portes intérieures : Oui Non
- Les fenêtres et volets : Oui Non
- La robinetterie/plomberie : Oui Non
- Les sanitaires : Oui Non
- L'eau chaude : Oui Non
- Le chauffage : Oui Non
- Les prises électriques/interrupteurs/TV : Oui Non
- **Si non, ont-ils été réparés depuis ?** : Oui Non
- **Si oui, êtes-vous satisfait de la réparation ?** : Oui Non

8. Les parties communes et abords de votre immeuble : êtes-vous satisfaits de la propreté...

- Du hall d'entrée et de l'ascenseur :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- Des escaliers et de votre palier :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- De l'espace réservé aux ordures ménagères :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- Des caves / local vélo :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- De la propreté des abords de votre immeubles :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait

9. Êtes-vous satisfaits du fonctionnement des équipements de votre immeuble ?

- De la porte d'entrée d'immeuble :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- Du digicode / interphone :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- De l'éclairage des parties communes :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait

- De l'ascenseur :
 - Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- De la porte automatique d'accès au parking :
 - Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait

10. D'une façon générale, êtes-vous satisfait ?

- De vos relations avec vos interlocuteurs :
 - Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- De votre logement :
 - Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- De votre immeuble :
 - Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- De votre quartier :
 - Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- Du rapport qualité/prix de votre location :
 - Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait

11. Globalement, êtes-vous satisfait de nos services ?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

12. Avez-vous d'autres remarques et suggestions ? (question ouverte)

13. Souhaiteriez-vous que nous prenions contact avec vous ?

Oui Non

- Motifs :
- Si oui, merci de nous indiquer votre numéro de téléphone

1.2. Enquêtes de satisfaction suite à une réclamation technique

Questionnaire n°1

1. Etes-vous satisfaits de la qualité de notre accueil ?

Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait

- **Quelles sont les causes de votre insatisfaction ?**
 - La difficulté à joindre le bon interlocuteur
 - L'amabilité de votre interlocuteur
 - La mauvaise compréhension de votre demande

2. Etes-vous satisfait de notre communication au cours du traitement de votre réclamation ?

Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait

- **Quelles sont les causes de votre insatisfaction ?**
 - Nous ne vous avons pas confirmé la prise en compte de votre réclamation
 - Nous ne vous avons pas tenu informé de l'avancement de votre dossier
 - Les informations qui vous ont été données n'étaient pas claires

3. Etes-vous satisfait du délai dans lequel nous avons traité votre réclamation ?

Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait

- **Quelles sont les causes de votre insatisfaction ?**
 - Les délais dans lesquels nous vous avons confirmé la prise en compte de votre demande
 - Les délais de résolution de votre réclamation
 - Les délais d'intervention de l'entreprise de travaux

4. Etes-vous satisfait de la réponse apportée à votre réclamation ?

Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait

- **Quelles sont les causes de votre insatisfaction ?**
 - Vous avez eu une réponse négative à votre demande
 - La résolution ne correspond pas à votre demande
 - La qualité de l'intervention est insatisfaisante (efficacité, propreté suite aux travaux...)

5. Avez-vous d'autres remarques ? (question ouverte)

1.3. Enquête de satisfaction suite à des travaux de réhabilitation

Questionnaire n°1

L'INFORMATION ET LA COMMUNICATION

1. Comment jugez-vous le niveau d'information fournie ?

- Avant les travaux (affichage, réunion d'information...) :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- Pendant les travaux :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait

2. Les moyens de communication vous ont-ils été utiles pour exprimer vos remarques ?

- Email à l'organisme : Oui Non
- Email dédié du projet : Oui Non
- Email aux entreprises : Oui Non
- Cahier des doléances : Oui Non

LES TRAVAUX REALISES

3. Ces travaux ont-ils amélioré vos conditions de vie ?

- Au sein de la résidence et des espaces extérieurs : Oui Non
- Au sein des parties communes : Oui Non
- Au sein de votre logement : Oui Non

4. Quels autres travaux auriez-vous souhaité ? (question ouverte)

L'ORGANISATION DES TRAVAUX

5. Pendant les travaux, les rendez-vous pris avec les entreprises ont-ils été respectés ?

Oui Non

6. Pendant les travaux, comment jugeriez-vous... ?

- Les nuisances sonores :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- Les horaires de travail des entreprises :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- Le nettoyage et la propreté du chantier :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait

LES RELATIONS AVEC LES INTERVENANTS

7. Comment jugeriez-vous les contacts que vous avez eus avec les intervenants avant les travaux ?

- Avec les prestataires et entreprises :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- Avec nos services :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait

8. Comment jugeriez-vous les contacts que vous avez eus avec les intervenants après les travaux ?

- Avec les prestataires et entreprises :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait
- Avec nos services :
 Satisfait Plutôt satisfait Plutôt insatisfait Insatisfait

VOS SUGGESTIONS

9. Avez-vous d'autres remarques à formuler ? (question ouverte)

2. FICHES METHODOLOGIQUES D'ECOUTE CLIENT QUALITATIVE

Synthèse des fiches méthodologiques

Fiche n°1 : Les postures à développer en matière d'écoute client

Fiche n°2 : La grande conversation

Fiche n°3 : L'atelier parcours client

Fiche n°4 : Le diagnostic en marchant

Fiche n°5 : L'arbre à problèmes

Fiche n°6 : le World Café

Fiche n°7 : Le concours d'idées

Fiche n°8 : La marche exploratoire

Fiche n°9 : Le design des usages

Fiche n°10 : Le focus group

Fiche n°11 : L'évaluation participative

Les postures en matière d'écoute client

Fiche outils n°1

Je suis à l'écoute des besoins de mes clients

Je conçois le service avec et pour les clients

Je mesure la satisfaction client, j'évalue le service

L'écoute active est une posture. Il s'agit donc d'une attitude réfléchie et construite pour permettre d'instaurer une situation de communication fondée sur la confiance. La réussite de l'échange se fonde sur la capacité mettre l'interlocuteur à l'aise, afin qu'il se sente libre d'exprimer ce qui est important à ses yeux.

L'écoute active repose sur des valeurs d'empathie et de neutralité bienveillante. Elle implique de la part des collaborateurs de se rendre disponibles pour entendre la parole de l'autre, de centrer l'échange sur l'individu (son vécu, sa vision, ses opinions...) plutôt que sur les résultats que l'on cherche à obtenir.

Cette posture est appropriée aux temps d'échange individuels comme aux démarches d'animation en groupe.

Repères méthodologiques pour adopter une posture d'écoute active avec les clients



Être à l'écoute, laisser son interlocuteur parler sans chercher à l'interrompre, montrer que l'on a de l'intérêt pour lui, faire preuve de patience



Adapter sa communication : éviter le vocabulaire technique, être pédagogique dans les explications que l'on apporte, formuler des questions simples



Ecouter sans jugement, ne pas juger hâtivement mon interlocuteur, répondre de façon neutre quelle que soit la situation



Encourager le dialogue en posant des **questions ouvertes qui invitent l'interlocuteur à développer son propos** ("Qu'est-ce qui fait que...?", "En quoi...?", "Comment cela se passe...?")



Les questions doivent aider l'interlocuteur à exprimer son point de vue, et non à confirmer le nôtre. Il est donc recommandé d'**éviter les questions inductrices** de type "Ne pensez-vous pas que...?"



Toujours chercher à approfondir les propos et à faire qualifier plus précisément ce que l'interlocuteur cherche à exprimer : demander des précisions, des exemples concrets, des descriptions... Interroger même ce qui peut nous paraître évident.



Reformuler ce qui a été dit, répéter avec d'autres mots afin de le confirmer.



Lors d'échanges avec un groupe, **être à l'écoute de tous les participants** : demander d'autres points de vue, ne pas oublier de distribuer la parole à ceux qui s'expriment le moins, effectuer un tour de table si besoin...

La grande conversation

Fiche outils n°2

Je suis à l'écoute des besoins de mes clients

Je conçois le service avec et pour les clients

Je mesure la satisfaction client, j'évalue le service

La « grande conversation » est un dispositif qui consiste à aller rencontrer les habitants à leur domicile pour échanger avec eux sur leurs attentes et leur vision des services rendus.

L'idée de la démarche est d'associer le plus possible de collaborateurs pour participer à ces rencontres (dans le meilleur des cas élargi aux équipes des services supports et centraux). En mobilisant l'organisme de façon collective, le dispositif doit permettre de recueillir la vision de plusieurs centaines de locataires.

La démarche, imaginée par un bailleur londonien, a été mise en œuvre par plusieurs bailleurs en France.



Source : Learntalk

Quels objectifs ?

- Aller à la rencontre des locataires pour écouter leurs besoins, interroger leurs attentes à l'égard des services rendus par l'organisme.
- Replacer le client au cœur du travail de tous les collaborateurs, au-delà des personnels de proximité et au passage renforcer l'interconnaissance entre les métiers.

Comment le mettre en œuvre ?

Préparation de la grande conversation :

- Une communication est réalisée auprès de tous les locataires pour les informer de la démarche.
- Eventuellement, les rencontres avec les locataires peuvent être planifiées en amont afin de faciliter l'organisation le jour J. Néanmoins, les visites en porte-à-porte ont également montré leur efficacité.
- Le fichier des clients sur chaque résidence est mis à disposition des collaborateurs participant à la démarche. Les locataires faisant face à de lourds problèmes de contentieux ou troubles de voisinage ne font cependant pas partie de la liste des locataires à rencontrer afin de ne pas mettre les binômes en difficulté.
- Un guide d'entretien est élaboré en amont par l'équipe organisatrice.

Le déroulé de la grande conversation :

- La démarche s'étale sur plusieurs semaines. Les collaborateurs sont mobilisés à tour de rôle chaque jour pour participer aux rencontres. Ils se rendent sur les résidences en binôme pour rencontrer les locataires à leur domicile.
- La journée type du binôme peut s'organiser comme suit (voir image ci-contre).
- Il peut être intéressant de constituer des binômes mixtes entre services centraux/supports et services de gestion/de proximité, afin de favoriser l'interconnaissance, l'échange entre les métiers et le partage des réalités. Un binôme conduit l'entretien, tandis que l'autre prend des notes et relance. Il est conseillé d'alterner ces rôles.
- Les binômes peuvent s'appuyer sur le guide d'entretien, mais l'idée est de conduire une discussion libre avec les locataires, et de leur laisser la parole pour poser leurs propres questions.
- La journée sur site se conclut par un atelier de restitution des rencontres avec d'autres binômes, animée l'équipe organisatrice. Une synthèse et un bilan de la démarche est réalisé par la suite et fait l'objet d'une communication auprès des équipes comme des habitants.

La journée type du participant

8h30-9h00	Accueil café, rappel du déroulé et remise du matériel
9h30-10h30	1 ^{er} rendez-vous
11h00-12h00	2 ^e rendez-vous
12h30-13h30	Déjeuner à l'agence (lunch box)
14h00-15h00	3 ^e rendez-vous
15h30-16h30	4 ^e rendez-vous
17h00-18h00	Retour à l'agence, récupération du matériel, goûter et atelier de restitution

L'atelier parcours client

Fiche outils n°3

Je suis à l'écoute des besoins de mes clients

Je conçois le service avec et pour les clients

Je mesure la satisfaction client, j'évalue le service

L'atelier parcours client permet d'interroger l'organisation de l'organisme du point de vue du client.

Il permet de mieux comprendre l'ensemble des interactions du client avec l'organisme au long d'un processus donné, de mieux comprendre son comportement et ses réactions au regard des contraintes et facilités qu'il rencontre.

L'atelier permet d'obtenir in fine une représentation schématisée du parcours vécu par le client sur un process donné.



Source : CustUp

Quels objectifs ?

- Donner la parole au client pour comprendre le process sous l'angle du client.
- Reconstituer toutes les étapes d'un processus, ses impacts et sa perception par le client. Identifier les points facilitateurs et à l'inverse les points de frictions, les freins dans la relation client.
- Identifier les irritants et les pistes d'amélioration.

Comment le mettre en œuvre ?

Il s'agit de constituer des sous-groupes de travail réunissant des clients et des collaborateurs de l'organisme impliqués dans la réalisation des processus que l'on cherche à remettre en question au cours de cet atelier. L'atelier peut se dérouler en duo (un collaborateur et un client), mais également en petits groupes (6 à 8 personnes).

En termes d'organisation, cela suppose de disposer de plusieurs salles pour pouvoir échanger en sous-groupes avant le temps de mise en commun. Une alternative consiste à réaliser l'atelier avec un seul groupe de clients, les résultats en seront en revanche un peu moins riches.

Temps de travail en sous-groupes :

- Les clients décrivent l'ensemble des étapes qu'ils vivent tout au long d'un processus ou d'une démarche donnée (ex : faire une réclamation technique). Il s'agit d'être le plus exhaustif possible sur ces étapes : leur déroulé, leurs interlocuteurs, les points de facilité et les points de blocage... Il s'agit également de s'exprimer sur leur ressenti, leur perception et l'impact émotionnel de ces différentes étapes (satisfaction, agacement, impatience, reconnaissance...) et éventuellement les impacts sur la vie personnelle.
- Les collaborateurs sont à l'écoute et notent, sous forme de schéma où grâce à une succession de post-it, les explications des locataires. Ils n'interviennent pas pour les contredire. Ils ont pour rôle de le relancer, de demander des précisions, d'interroger dimensions citées au point précédent.
- Un rapporteur est désigné parmi les collaborateurs pour présenter aux clients la compréhension de leur parcours. Les clients peuvent réagir à tout moment, pour confirmer, préciser ou infirmer la présentation.

Temps de mise en commun :

- Chaque groupe passe à tour de rôle : un rapporteur présente le parcours vécu par les clients avec qui il a échangé. Chaque présentation est suivie d'un temps de réactions / d'échange avec les autres groupes.
- Une synthèse est réalisée par un collaborateur qui aura préalablement été choisi comme responsable. Il s'agit de revenir sur les irritants identifiés, les points de blocage, les points de satisfaction et les pistes d'améliorations avancées par les clients.

Le diagnostic en marchant

Fiche outils n°4

Je suis à l'écoute des besoins de mes clients

Je conçois le service avec et pour les clients

Je mesure la satisfaction client, j'évalue le service

Un outil simple pour engager une dynamique d'écoute et de concertation avec les habitants : il s'agit d'une méthode de diagnostic partagé et fondée sur la valorisation de l'expertise d'usage des locataires.

Le diagnostic en marchant est le point de départ d'une démarche collective rapprochant les locataires et le bailleur et visant à adapter les services sur les résidences.

Les diagnostics peuvent éventuellement porter sur des thèmes précis, par exemple la perception des espaces extérieurs, le confort thermique...



Un diagnostic en marchant réalisé à Fontenay-aux-Roses au début du projet de rénovation de la cité des Blagis.

Quels objectifs ?

- Permettre aux locataires d'être entendus et de pointer les défaillances mutuelles en matière de gestion et d'usage, mais aussi les atouts à valoriser et les forces permettant d'agir collectivement.
- Aborder une diversité de thèmes relatifs aux différents services proposés par le bailleur en proximité, mais également questionner le rôle et l'articulation avec les autres acteurs.
- Mieux comprendre les usages et les attentes des habitants en vue d'adapter l'offre de services.

Comment le mettre en œuvre ?

Les équipes de l'organisme et les locataires se retrouvent dans leur quartier ou leur résidence afin d'organiser une visite commune et approfondie de tous les types d'espaces (espaces extérieurs et abords, parties communes, logements...). La réalisation du diagnostic en marchant se déroule en général sur une journée ou une demi-journée, avec :

- Un temps de visite du site.
- Un temps de restitution et de mise en commun, pour lequel il faut prévoir un lieu adéquat.
- Pour conclure, un compte-rendu est élaboré.

La visite

Des groupes sont constitués avant de débuter le parcours, allant de 10 à 15 personnes. Plusieurs rôles sont attribués parmi les membres du groupe : un pilote, un rapporteur, un photographe, un preneur de notes et un garant du temps.

Il s'agit d'observer et de croiser les points de vue sur les dysfonctionnements, les atouts et les potentiels du quartier :

- Le recueil des observations est effectué en marchant sur le site. Il est conseillé de prévoir un plan du site, indiquant l'emplacement des bâtiments, qui pourra aussi servir de support d'annotation durant la visite.
- Les échanges au sein du groupe sont limités lors de l'observation, afin de ne pas influencer l'appréciation de chacun sur ce qu'il voit. La mise en commun se fait dans un second temps.

Le temps de restitution

- Un travail de synthèse est réalisé par le groupe, ainsi qu'une restitution collective lorsque plusieurs groupes ont participé au diagnostic en marchant.
- Ce temps permet de partager le point de vue et les constats de chacun sur les espaces visités :
 - Il peut débuter par un temps où chacun exprime son impression générale sur le quartier.
 - La restitution s'organise ensuite par type d'espace, du plus « extérieur » au plus « intérieur ».
 - Elle peut se conclure par une synthèse : quels sont les mots-clés pour décrire le quartier ? quels sont les principaux leviers d'intervention (gestion, conception, usages) ?

L'arbre à problèmes

Fiche outils n°5

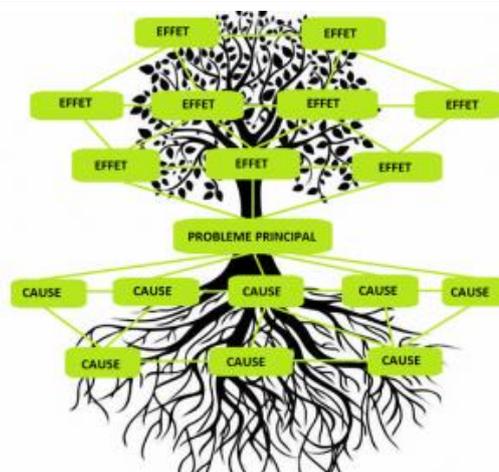
Je suis à l'écoute des besoins de mes clients

Je conçois le service avec et pour les clients

Je mesure la satisfaction client, j'évalue le service

Il s'agit d'une méthode d'animation d'atelier qui permet de hiérarchiser les différents problèmes rencontrés par les clients, afin de cerner le problème central et mieux le traiter.

La représentation des problématiques sous cette forme permet d'en visualiser la complexité, en questionnant les causes et les conséquences, mais également les liens existants entre les problèmes.



Quels objectifs ?

- Objectiver les problèmes et les dysfonctionnements ressentis par les clients, leurs causes et leurs conséquences.
- Identifier les problématiques et les attentes sur lesquelles agir en priorité, afin de déployer les solutions adaptées et hiérarchiser les efforts à déployer
- Pour les clients, cet atelier peut leur permettre de mieux comprendre l'enchaînement des actions menant à la situation qu'ils rencontrent.

Comment le mettre en œuvre ?

L'atelier est animé par quelques représentants des équipes de l'organisme, issus des services de gestion et de relation au locataire, auprès d'un groupe réduit de locataires (15 personnes maximum).

Lors d'un atelier « arbre à problèmes » :

- Chaque participant propose et décrit le problème qu'il estime central (ex : le manque de propreté, l'absence de réponse...). Les participants s'accordent ensuite pour choisir le problème central qui fera l'objet de la suite des échanges.
 - Alternative : le problème central peut être sélectionné en amont et constituer dès le début le sujet de l'atelier, s'il a été bien identifié au préalable.
- Il s'agit ensuite d'interroger les participants pour essayer d'énoncer les causes de ce problème central (en-dessous du schéma : les racines de l'arbre) mais aussi ses conséquences et effets (au-dessus du schéma : les branches de l'arbre). Détailler ses causes et conséquences permet également d'identifier les connexions qui peuvent exister.
- Une fois l'ensemble de ces relations de cause à effet évoquées, il s'agit d'analyser tous les points identifiés depuis le haut de l'arbre vers le bas, afin de les transcrire en objectifs et améliorations à atteindre.

Le World Café

Fiche outils n°6

Je suis à l'écoute des besoins de mes clients

Je conçois le service avec et pour les clients

Je mesure la satisfaction client, j'évalue le service

Le World Café est une méthode d'animation permettant de créer les conditions d'un dialogue convivial et de faire participer de vastes groupes de personnes, réunies autour de plusieurs tablées.

Cette méthode a pour avantage d'être adaptable aux différents contextes et au nombre de participants.

L'animateur joue un rôle de facilitateur et éventuellement d'apport d'expertise.



Source : Orygin

Quels objectifs ?

- Créer une dynamique d'échange favorisant la participation d'un grand nombre de personnes.
- Faciliter le dialogue constructif, le partage des expériences et des constats ainsi que l'émergence de nouvelles idées.
- Refonder la relation aux locataires sur une relation de confiance, permettre l'expression de leur parole et de leur point de vue.

Comment le mettre en œuvre ?

La préparation de l'atelier :

- La réalisation d'un World Café est à prévoir sur une session de 2h à 2h30 dans l'idéal.
- L'aménagement de la salle est un point clé de l'atelier : l'espace est organisé en plusieurs tables pouvant accueillir 4 à 5 personnes, l'ambiance doit être conviviale et chaleureuse (partage d'un café, de viennoiseries...).
- De grandes feuilles en papier ainsi qu'un pot de stylos ou feutres sont à disposer sur chaque table afin de permettre la prise de note.
- Dans le cas d'un groupe assez nombreux, il peut être utile de disposer d'un objet symbolisant la distribution de la parole afin de réguler les échanges.

Le déroulement du World Café :

- L'animation est assurée par un collaborateur. Il est chargé d'accueillir les participants, de présenter le déroulé de l'atelier, de superviser les échanges, d'être le maître du temps. Il peut être appuyé par des collègues. Un preneur de note doit être prévu pour la dernière partie de l'atelier.
- La définition des rôles :
 - Un rapporteur est désigné à chaque table, aura pour rôle de rester à la table tout au long de l'atelier, et de restituer le contenu des échanges.
 - A chaque table est attribué un thème ou une question qui fera l'objet des échanges.
- Les participants sont invités à discuter autour d'une table par sessions consécutives de 20 à 30 minutes. Pour chaque thème, il s'agit de faire émerger des idées, des pistes d'amélioration... A chaque changement de table, le rapporteur résume les échanges précédents à ces nouveaux hôtes.
- Une fois les sessions effectuées, un temps de restitution est organisé en plénière. Chaque rapporteur présente à l'ensemble du groupe la synthèse des échanges et propositions.
- Les propositions font l'objet d'une synthèse par écrit par les collaborateurs, qui est ensuite communiquée aux participants.

Le concours d'idées		Fiche outils n°7
Je suis à l'écoute des besoins de mes clients	Je conçois le service avec et pour les clients	Je mesure la satisfaction client, j'évalue le service
<p>Le concours d'idée est une manière ludique de faire exprimer leurs attentes aux habitants.</p> <p>Le concours peut se décliner à l'échelle de l'organisme, ou bien d'un territoire ou d'une résidence particuliers. Il peut venir alimenter la réflexion sur une démarche en cours, ou constituer une démarche à part entière sur le modèle des budgets participatifs.</p> <p>Les idées les plus prometteuses font l'objet d'un approfondissement (pertinence, conditions de réalisation, budget...) : l'organisme décide in fine de la mise en œuvre.</p>		 <p><i>2^{ème} édition du budget participatif de la RIVP en 2018</i></p>
<p>Quels objectifs ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recueillir les idées des clients sur un sujet sur lequel l'organisme a engagé une réflexion et souhaite évoluer, afin d'enrichir la conception du projet. • Dépasser des idées figées ou préconçues, ouvrir le champ des possibles et recueillir des idées plus prospectives et audacieuses. • Affirmer le rôle du client comme partie prenante de la conception des services, valoriser sa parole et les idées innovantes. • Pour les clients, c'est l'occasion d'exprimer leurs idées et d'être force de proposition. 		
<p>Comment le mettre en œuvre ?</p> <p>Le concours d'idée peut prendre des formes diverses :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il peut porter sur : une thématique relativement large (ex : l'amélioration du cadre de vie), un projet de service plus spécifique ou sur un projet d'aménagement à l'échelle d'un quartier ou d'une résidence. • Plusieurs modalités d'expression peuvent être choisies : une courte note de présentation, un dessin ou une représentation graphique, une présentation sous forme d'exposé... <p>Les modalités du concours sont à adapter en fonction du sujet, des objectifs poursuivis et du niveau d'opérationnalité attendu des idées, du public (âge, niveau d'autonomie...), etc.</p> <p>Le concours d'idées se déroule sur 3 phases distinctes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le lancement du concours : l'appel à candidatures et la mise en place d'une communication dédiée pour valoriser le concours (affichage, création d'une identité graphique...) et pour organiser son relai par les équipes et via les différents canaux de communication de l'organisme. • Le concours à proprement parler : la constitution d'un jury constitué de membres de l'organisme, pouvant associer des locataires référents, l'étude des propositions et la sélection des idées les plus intéressantes. • L'approfondissement des quelques idées sélectionnées. <p>Quelques clés de réussite :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déployer une communication régulière et multicanale pour favoriser la participation • Valoriser la participation des habitants : les participants au concours peuvent être récompensés (ex : goodies, activités, bons d'achat chez un partenaire), les idées peuvent faire l'objet d'une exposition ou d'une communication dédiée dans le journal des locataires, etc. 		

La marche exploratoire

Fiche outils n°8

Je suis à l'écoute des besoins de mes clients

Je conçois le service avec et pour les clients

Je mesure la satisfaction client, j'évalue le service

La marche exploratoire permet d'associer les habitants à la réflexion sur la conception des services sur les résidences. Il s'agit d'explorer le quartier avec un groupe d'habitants afin d'échanger sur l'avenir des lieux.

La marche exploratoire se distingue du diagnostic en marchant par sa visée prospective : à la différence du diagnostic qui vise à analyser les atouts et faiblesses de l'espace urbain, il s'agit de se projeter dans le futur souhaitable et souhaité par les habitants.



Source : France Médiation

Quels objectifs ?

- Garantir la prise en compte du point de vue des habitants dans la conception du service / la programmation des projets sur leur lieu de vie.
- Tester des propositions auprès des futurs usagers, et le cas échéant adapter les solutions aux attentes et usages.
- Pour les clients, la marche exploratoire est l'occasion d'échanger directement avec les concepteurs, de participer à l'élaboration du service en proposant leurs suggestions, et de mieux se projeter dans les espaces futurs en imaginant leur devenir.

Comment le mettre en œuvre ?

A l'instar du diagnostic en marchant, la marche exploratoire consiste en la visite commune d'une résidence ou d'un quartier entre les équipes de l'organisme et un groupe d'habitants. Elle se fait en présence de l'équipe en charge de la conception du service / du projet au sein de l'organisme (ex : relation client, maîtrise d'œuvre, service cadre de vie...). La marche exploratoire se différencie toutefois par le fait qu'elle ne porte plus sur les problématiques à régler, mais sur l'avenir : il s'agit d'interroger les pistes d'amélioration, les compléter, les enrichir, les confirmer ou les infirmer...

La préparation de la marche :

- La réalisation d'une marche exploratoire se déroule sur une demi-journée. Elle comprend un temps de visite sur le site (1h30 à 2h) et un temps de mise en commun des réflexions.
- Le parcours doit être bien préparé en amont par l'équipe organisatrice, ainsi que les questions relatives aux pistes sur lesquelles on souhaite faire réagir le groupe d'habitants. Il s'agit également de bien s'accorder et préparer en amont de la marche les réponses aux questions susceptibles d'être posées par les habitants. La marche est également un temps pendant lequel les habitants peuvent interroger le projet.
- Le recueil des suggestions se fait en marchant sur le site. Plusieurs moyens d'expression sont possibles pour les habitants : la prise de notes, le dessin, voire l'enregistrement sonore.

Le temps de restitution :

- Il permet la mise en commun des diverses remarques et suggestions, et de prioriser les attentes.
- Il donne lieu à la rédaction d'un compte-rendu. Dans le cas où les réflexions doivent donner lieu à des arbitrages complémentaires, une communication auprès des habitants est à prévoir pour venir conclure la démarche de marche exploratoire.

Le design des usages

Fiche outils n°9

Je suis à l'écoute des besoins de mes clients

Je conçois le service avec et pour les clients

Je mesure la satisfaction client, j'évalue le service

Il s'agit d'un atelier où l'on invite un groupe réduit d'habitants (15 personnes maximum) à imaginer les usages des futurs services ou aménagements.

Ce type d'atelier permet d'aller au-delà des représentations des équipes en charge de l'élaboration d'un service ou d'un aménagement, et de prendre en compte dès en amont la perception des futurs usagers ainsi que les usages dans lesquels ils se projettent le mieux.



Source : CapaCités

Quels objectifs ?

- Prendre en compte les usages des clients dans la conception des futurs services, et donc garantir leur meilleure appropriation à l'avenir.
- Affiner et adapter les propositions selon les retours des clients.
- Valoriser le client dans son rôle d'expertise d'usage.

Comment le mettre en œuvre ?

Ce type d'atelier est à conduire avec un groupe d'une quinzaine de locataires au maximum, afin que chacun puisse prendre part aux réflexions.

Il s'agit de favoriser les échanges autour des futurs usages d'un service ou d'un aménagement. Le travail peut être conduit à partir de plusieurs supports, mais il doit quoi qu'il en soit s'attacher à favoriser la capacité de projection, si possible la créativité, des clients.

Plusieurs modes de travail peuvent être mis en place :

- Un travail classique de brainstorming autour d'un paperboard.
- Un temps de créativité où l'on demande aux clients de dessiner, d'imaginer de façon concrète et visuelle les améliorations qu'ils souhaiteraient voir mises en place (ex : configuration des espaces de leur résidence, aménagement de l'accueil en agence, nouveaux lieux de convivialité... etc.)
- L'utilisation de plan(s) ou de maquette(s) à partir desquelles l'on propose aux habitants de se projeter.

L'atelier peut également permettre de tester des pistes de solutions sur lesquelles l'organisme a déjà engagé une réflexion afin d'arbitrer en plusieurs possibilités, affiner la conception, etc.

Le focus groupe		Fiche outils n°10
Je suis à l'écoute des besoins de mes clients	Je conçois le service avec et pour les clients	Je mesure la satisfaction client, j'évalue le service
<p>Un focus group est une technique d'entretien de groupe permettant d'aborder des questions spécifiques et de tester des propositions à partir de scénarios d'évolution avec des groupes réduits d'habitants (10 personnes au maximum). Issue des techniques d'enquête sociologique, la méthode est couramment utilisée dans le marketing afin d'affiner la compréhension des attentes et des comportements des clients. Cette technique amène les clients à s'exprimer sur des propositions précises pour en évaluer la faisabilité. Les échanges permettent d'explorer différents points de vue.</p>		
<p>Quels objectifs ?</p> <ul style="list-style-type: none"> Recueillir des informations (opinions, usages, attentes...) sur un ou plusieurs sujets précis, mieux comprendre les arbitrages des clients. Tester des scénarios de projection, ouvrir de nouvelles pistes de réflexion ou adapter les solutions envisagées. 		
<p>Comment le mettre en œuvre ?</p> <p>La préparation des focus group :</p> <ul style="list-style-type: none"> Les participants sont sélectionnés en fonction de la thématique, les profils donc peuvent être plus ou moins précis selon le(s) service(s) sur le(s)quel(s) l'on souhaite faire évoluer la réflexion. La sélection s'attache à refléter la réalité et la diversité du public cible. Il s'agit de constituer des groupes relativement homogènes, afin de garantir la fiabilité et la comparaison des résultats entre les différents focus group. L'accueil et la préparation de la salle (un endroit neutre, agréable, peu bruyant...) est une étape importante, permettant d'instaurer une relation de confiance et une atmosphère conviviale propice à l'échange. Un enregistrement audio de la séance peut faciliter son exploitation. <p>Le déroulé du focus group :</p> <ul style="list-style-type: none"> L'animation d'un groupe se déroule sur une durée de 3 heures idéalement. La discussion prend place autour d'une table (pas trop grande), ce qui permet à tous les participants de se voir et favorise l'échange. Il est recommandé que l'animation de la séance soit réalisée à deux : <ul style="list-style-type: none"> Un animateur / modérateur a pour fonction d'animer les échanges. Un observateur est en appui pour prendre des notes, faire préciser certains points... Il observe les échanges de façon neutre, s'attache à comprendre les interactions, les réactions non-verbales, l'évolution des points de vue sous l'effet de groupe... Le déroulé peut s'organiser comme suit : <ul style="list-style-type: none"> Temps de présentation : présentation de chacun, de la démarche, et 1^{er} tour de table sur la perception générale qu'on les participants du sujet du focus group. Temps de discussion : présentation de 2 ou 3 scénarios (à partir d'un support visuel ou texte), mise en débat. Temps de synthèse : reformulation et synthèse des enjeux par l'animateur. <p>L'exploitation des échanges :</p> <ul style="list-style-type: none"> Il est recommandé que l'animateur et l'observateur fassent un débriefing à chaud après chaque focus group pour échanger sur leurs ressentis, leur perception des échanges. Les informations recueillies auprès des différents groupes font l'objet d'une analyse et d'une synthèse. Les verbatims peuvent être retranscrits pour alimenter cette synthèse. 		

L'évaluation participative

Fiche outils n°11

Je suis à l'écoute des besoins de mes clients

Je conçois le service avec et pour les clients

Je mesure la satisfaction client, j'évalue le service

Au-delà des enquêtes de satisfaction, il s'agit d'un travail d'évaluation sur les effets d'un projet ou d'un plan d'action mis en place par l'organisme.

Cette évaluation passe par l'organisation d'ateliers avec les locataires.



Source : Ville de Nantes

Quels objectifs ?

- Recueillir le ressenti des locataires sur la démarche globale.
- Evaluer les actions mises en place, mesurer l'écart entre les objectifs initiaux et les résultats (en termes de relation client, d'usages et d'appropriation, etc.)
- Capitaliser sur les expériences, pérenniser les expériences intéressantes, enrichir les futures démarches.

Comment le mettre en œuvre ?

L'évaluation des effets d'un plan d'action ou d'un projet peut se baser sur plusieurs méthodes proposées dans la boîte à outil (atelier parcours client, world café, grande conversation...). L'organisation d'ateliers avec un nombre de locataires représentatifs est recommandée pour conduire une démarche d'évaluation participative.

La démarche d'évaluation se déroule en plusieurs étapes :

- Définition des modalités de l'évaluation : son objet, ses objectifs, la temporalité, l'organisation du dispositif... etc.
- Définition du pilotage de l'évaluation : comité de pilotage, équipe projet, groupe de locataires...
- Elaboration de la trame d'évaluation : critères, thèmes à évaluer, formulation des questions, déroulé des ateliers...
- Réalisation des ateliers auprès de plusieurs groupes d'habitants en nombre relativement réduit (10 à 15 personnes).
- Analyse et synthèse des informations recueillies en vue de constituer un bilan du plan d'action : comparaison avec les objectifs de la démarche et les résultats attendus, éléments de capitalisation et de retours d'expérience... L'élaboration d'un support écrit est recommandée.
- Communication sur les résultats et sur la démarche participative auprès de l'ensemble des habitants.

Il s'agit d'un processus relativement mobilisateur pour l'organisme, qui gagne donc à être pensé en amont, à l'occasion de la conception du projet pour pouvoir être suffisamment anticipé (en termes d'organisation, de budget...).

Le logement social a son adresse :
www.union-habitat.org



Retrouvez toutes les productions du
Mouvement Hlm sur le Centre de ressources :
<https://www.union-habitat.org/centre-de-ressources>