

Étude empirique de la satisfaction des clients/usagers grands comptes des prestations de services d'Algérie poste

Empirical study of the satisfaction of customers/key account users of the service provision of Algeria Poste establishment

Sofiane Haddad

Université d'Alger 03 (Algérie), haddad.sofiane@univ-alger3.dz

Reçu le: 29-07-2021

Accepté le: 10-09-2021

Publié le: 30-09-2021

Résumé:

Le service public postal de demain ne sera pas jugé sur son prix, mais sur la qualité des services qu'il promet, car la satisfaction des clients/usagers postaux représente une dimension importante de la qualité des services postaux, et un indicateur important pour mettre en évidence et corriger les dysfonctionnements des établissements postaux en termes de qualité du service.

En effet, le changement statutaire de l'établissement Algérie Poste, passant d'une gestion administrative à une gestion orientée commerciale, nécessite l'introduction et le développement d'une démarche de satisfaction des clients grands comptes appropriée à cet établissement.

Dans ce contexte, que cet article propose de traiter la problématique relative à la satisfaction des clients cités supra des services de l'établissement Algérie Poste. On y retrouve par conséquent toutes les actions de la relation client (courtoisie, accueil, écoute, empathie, disponibilité, etc.) et leur contribution à la satisfaction des clients/usagers d'Algérie Poste.

Mots clés: *service public, qualité des prestations, satisfaction.*

Jel Classification Codes: *D12, M31.*

Abstract:

The postal service of tomorrow will not be judged on its price, but on the quality of the services it promises, because the satisfaction of the postal's clients/users represents an important dimension of the postal service quality, and an important indicator to correct the dysfunctions of postal establishments in terms of quality of service.

Indeed, the change in status of the Algérie Poste establishment, from an administrative management to a commercial management, requires the introduction and development of an appropriate marketing approach to this establishment.

In this context, that this article proposes to address the issue relating to the satisfaction of the customers mentioned above of the services of the Algeria Poste establishment. It therefore includes all the actions of customer relations (courtesy, welcome, listening, empathy, availability, etc.) and their contribution to the satisfaction of customers / users of Algeria Post.

Keywords: *public service, quality of services, satisfaction of clients.*

Jel Classification Codes: *D12, M31.*

1. Introduction:

Le secteur postal a connu toute une série de réformes structurelles dans le sillage de diverses évolutions économiques, politiques et technologiques, en particulier au cours des dernières années, due à l'accélération du changement et la modernisation de ce secteur. Les liens étroits unissant le secteur postal aux structures sociales le poussent également à évoluer pour rester en phase avec son environnement.

Traditionnellement, dans de nombreux pays, l'exploitation de la poste a été assurée directement par l'Etat, fournissant des services au public dans le cadre d'un monopole relativement étendu. Pendant de nombreuses années, la situation du secteur postal n'a pas évolué, les services postaux continuaient à servir leurs usagers dans un environnement parfaitement stable, sans aucune remise en cause attendue par une forme quelconque de concurrence.

. Toutefois la réforme de ce secteur a été engagée dans un certain nombre de pays, pour optimiser l'utilisation du réseau postal et renforcer l'efficacité et la qualité de ses services. Par ailleurs, les aspects du processus de restructuration de ce secteur recouvrent différentes composantes : considérations et décisions politiques, adaptation aux nouveaux besoins, développement d'un nouveau cadre législatif et réglementaire. Cette réforme influence les trois segments stratégiques sur lesquels le secteur postal s'appuie généralement :

- Les infrastructures (essentiellement les bureaux de postes)
- Les services postaux de base (collecte et distribution du courrier, des colis, et services logistiques)
- Les services financiers postaux (épargne, ordre de paiement et mandat, et service de transfert de fonds...).

L'établissement Algérie Poste symbolise le service public en Algérie pour de multiples raisons : la Poste est une ancienne administration du service public postal d'une part, et certaines de ses missions restent d'intérêt général d'autre part.

Algérie Poste est une ancienne Administration d'État, dirigée par le Ministère des postes et télécommunications. Elle a connu une grande stabilité de son statut juridique jusqu'à l'application de la loi n°2000-03 correspondant au 05 Aout 2000 (JO n°48 du 06 Août), qui l'a transformé en un établissement public à caractère industriel et commercial. C'est donc au regard de la grande stabilité du statut postal pendant presque deux quarts de siècle¹ qu'il faut mesurer l'impact de l'enchaînement de la réforme qui a eu lieu ces dernières années.

Dés lors, Algérie Poste avait deux missions à accomplir ; opérer ses missions du service public d'une part, et assurer la réalisation de ses objectifs commerciaux dans

¹**NB:** (depuis la création des PTT 1962, sigle encore parfois d'utilité aujourd'hui).

Étude empirique de la satisfaction des clients/usagers grands comptes des prestations de services d'Algérie poste

un environnement concurrentiel d'autre part. Tel semble être le dilemme cornélien auquel Algérie poste est confrontée.

L'établissement Algérie Poste, comme toutes autres institutions de prestation de services, évolue dans un environnement changeant et confronté à des concurrents nationaux et internationaux. Assurément, le changement du statut de l'établissement Algérie Poste a engendré des modifications dans les missions qui lui sont confiés auparavant.

Dés lors, sa vocation est de satisfaire des besoins liés au service public (intérêt général) d'une part, et gérer un processus d'adaptation aux nouveaux besoins évolutifs du marché, en faisant face aux services concurrentiels d'autre part.

Donc, la stratégie d'Algérie Poste devrait se baser sur une approche de segmentation de ses activités en distinguant le service public des services commerciaux (rentables).

En effet, la recherche de l'amélioration de la qualité de ses services postaux et leur perception de ses clients/usagers devrait constituer une autre préoccupation, pour rendre ses prestations efficaces et compétitives. De ce fait, découle la problématique suivante : **quel est le degré de satisfaction des clients grands comptes de la qualité des prestations de services proposés par l'établissement Algérie Poste ?**

La méthodologie suivie consiste en un travail d'analyse qualitative sur l'étude de satisfaction des clients grands comptes de la qualité des prestations de services de l'établissement Algérie Poste. Un guide d'entretien a été conçu à cet effet, et administré auprès de 25 agences commerciales clients d'Algérie Poste.

2. Aperçu sur la définition du concept «satisfaction» :

Plusieurs définitions ont été réservées pour le concept de la satisfaction, dont on cite : « La satisfaction est un état psychologique mesurable et consécutif à une expérience de consommation. » (Patrice TREMBLAY, 2006, p12).

Aussi, « La satisfaction est le résultat d'un processus de comparaisons psychiques et complexes. La comparaison d'une valeur théorique avec une valeur effective» (Boris BARTIKOWSKI, 1999, p48).

Ces définitions signifient que la satisfaction est basée sur des perceptions et des attentes. Comme l'explique le spécialiste en marketing Benoît Gauthier (2003), il s'agit d'un sentiment subjectif qui ne peut exister que si le client réalise qu'il y a eu un événement de service, et qui n'existe pas dans l'absolu, mais seulement sur une base comparative. Donc, La satisfaction repose sur trois notions principales (Benoît GAUTHIER, 2003) à savoir la comparaison, les attentes et les perceptions.

3. Une distinction conceptuelle entre la satisfaction et la qualité:

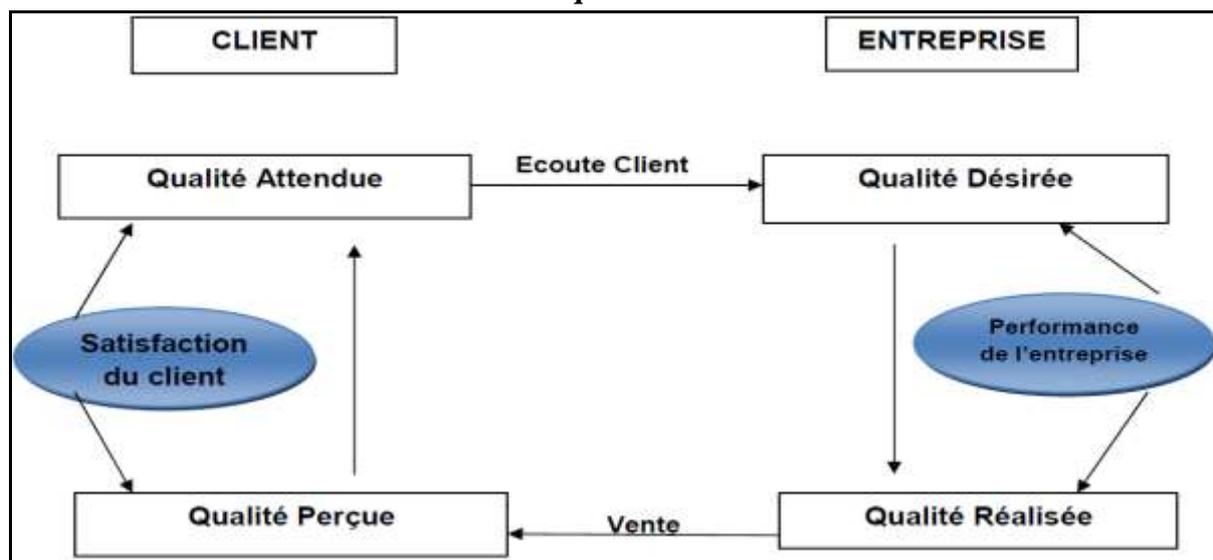
Au cours des années, les chercheurs se sont beaucoup intéressés au concept de la qualité perçue, qui est l'un des concepts voisins de la satisfaction. Ces deux notions sont occasionnellement confondues dans la littérature. La qualité perçue est vue comme « la qualité telle que la perçoit le client et non la qualité objectivement déterminée par des experts » (Sylvain SAUVE, 2004, p06).

À l'origine, le client possède des attentes (qualité attendue) que l'entreprise écoute et interprète pour produire la qualité désiré. Donc, l'entreprise tente de répondre à cette demande en transformant cette qualité désirée en une qualité réalisée.

La qualité perçue résulte de l'évaluation du client lorsqu'il utilise un service, cette évaluation précède et détermine la satisfaction. La satisfaction est donc consécutive à l'expérience de service et succède à l'évaluation de la qualité (Daniel RAY, 2001, p35).

Le chercheur français Daniel Ray explique l'interaction entre un client et une entreprise relativement aux différents types de qualité. Le schéma adapté de son ouvrage étudie la manière de Mesurer et de développer la satisfaction clients.

Figure n°01: Interactions entre client/entreprise relativement aux différents types de qualité.



Source: Ray, Daniel, « mesurer et développer la satisfaction de la clientèle » op.cit. Pp 34-35

La lecture du schéma ci dessus, nous amène à distinguer entre deux types d'indicateurs, souvent confondus : les indicateurs de qualité interne et la mesure de la satisfaction du client. Le premier vise à mesurer la performance de l'entreprise en comparant entre la qualité réalisée et qualité désirée, alors que le deuxième indicateur évalue l'écart entre la qualité attendue et qualité perçue. Cela veut dire que la satisfaction est un concept mesurable, qui nécessite l'identification des critères de mesure. En effet, dans notre étude nous allons arrêter la liste des critères de mesure de la qualité des services de l'Etablissement Algérie Poste.

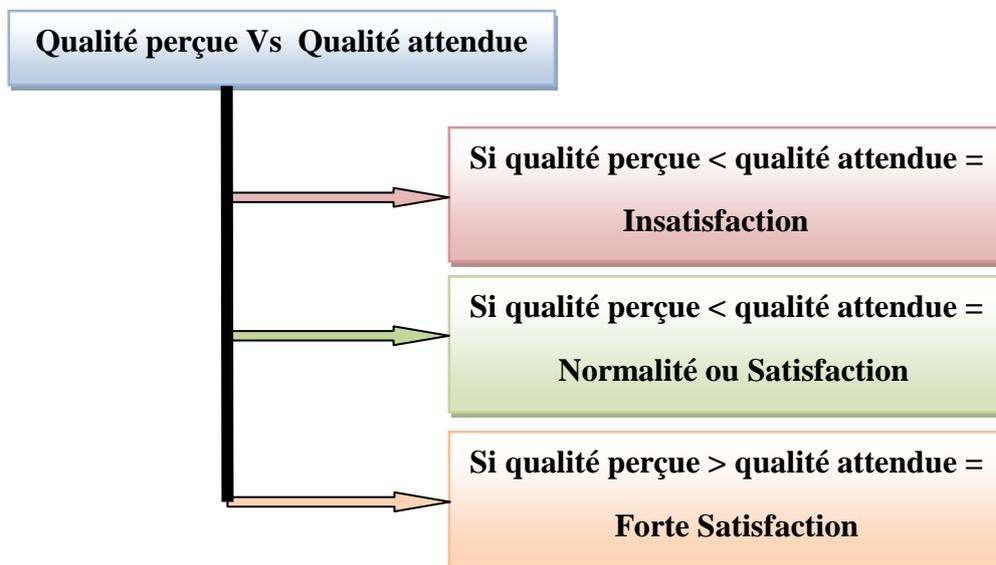
4. Les attentes et la satisfaction des clients

4.1 La confirmation des attentes :

La recherche sur la mesure de la satisfaction s'est essentiellement structurée autour du paradigme de la confirmation des attentes. Ce paradigme conceptualise la satisfaction à partir des trois notions, qui sont : la comparaison, les attentes et les perceptions. Selon ce modèle, lorsque la qualité perçue est inférieure à la qualité attendue, il en résulte de l'insatisfaction.

Au contraire, quand la qualité perçue est supérieure à la qualité attendue, le client ressent une sur satisfaction. Enfin, lorsque la qualité perçue est égale à la qualité attendue, le client éprouve une satisfaction normale. Le schéma suivant illustre Le paradigme de la confirmation des attentes:

figure n° 02: La confirmation des attentes



Source : Daniel Ray, Op.Cit, p.10.

4.2 La formation du jugement des clients :

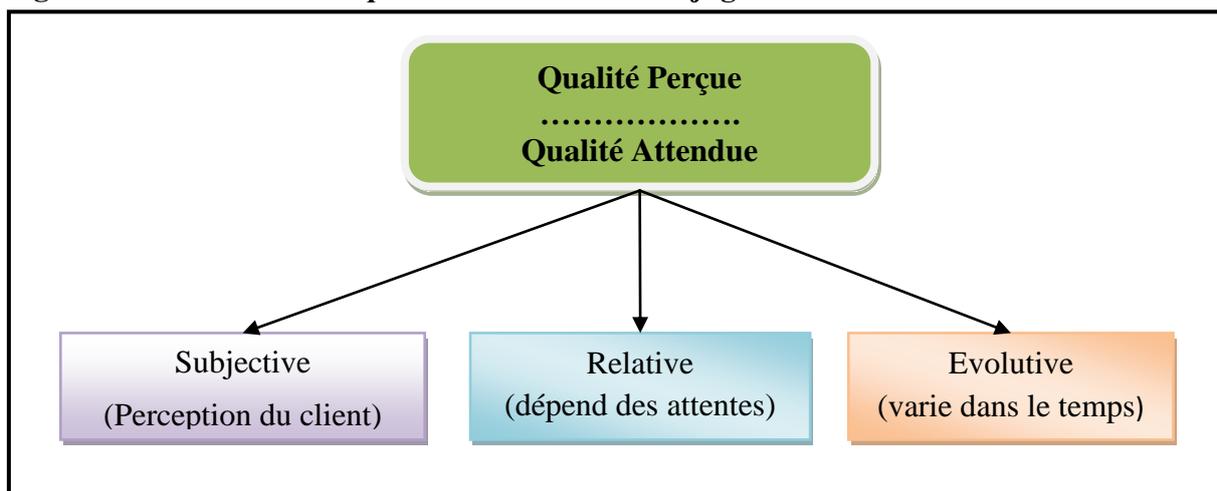
Il est possible d'étudier la satisfaction selon la perspective comportementale. C'est le cas du théoricien (Gierl HERIBERT, 1999, p71) qui s'est attaché à comprendre l'interaction entre le paradigme de la confirmation des attentes, la réaction affective et le comportement du client. Gierl a identifié trois phases principales du processus qui conduit à la formation de la satisfaction. Lorsque la performance effective est inférieure à la performance théorique, la comparaison cognitive mène à une affirmation négative, qui provoque une réaction affective d'insatisfaction, exprimée par un comportement de plainte (ou réclamation).

Lorsque la performance effective est égale à la performance théorique, la comparaison cognitive mène à une confirmation qui provoque une réaction affective d'indifférence, qui ne devrait engendrer aucune réaction ou comportement particulier.

Enfin, lorsque la performance effective est supérieure à la performance théorique, la comparaison cognitive mène à une affirmation positive qui provoque une réaction affective de satisfaction, exprimée par des compliments, remerciements, etc.

Le jugement d'un client ne repose pas sur des bases absolues, mais se crée selon les caractéristiques de la satisfaction, donc de façon subjective, relative et évolutive. Pour une même expérience de service, le degré de satisfaction éprouvé par des individus sera inévitablement différent. Le schéma ci-après illustre les caractéristiques qui participent à la formation du jugement d'un client :

Figure n°03 : Caractéristiques de la formation du jugement d'un client



Source: RAY Daniel, op. cit. P 27.

5. Objectifs de mesurer la satisfaction de la clientèle :

La mesure de la satisfaction de la clientèle (MSC) « est une opération de rétroaction qui consiste à connaître l'opinion des clients sur leurs besoins, leurs attentes et leurs expériences à l'égard des services reçus et qui permet aux entreprises de vérifier dans quelle mesure elles améliorent la satisfaction de leurs clients. » (Pierre EGLIER et Eric LANGEARD, 1987, p205).

Le Réseau (Circum) définit la satisfaction comme un « sentiment qui résulte de la comparaison entre les attentes des clients et les perceptions que les clients ont retenues du service qu'ils ont reçu».

D'après ces définitions, le client estime que la qualité du service offert est égale ou surpasse ses attentes. Donc, la satisfaction du client est déterminée, à la fois par ses attentes et la performance perçue du service.

Le niveau de satisfaction détermine le comportement futur du client. Alors, le choix des paramètres est essentiel pour évaluer correctement le niveau de satisfaction d'un client.

Fondamentalement, on mesure la satisfaction pour connaître le point de vue du client sur les services, pour déceler les faiblesses et pour décider des améliorations à apporter (Parasuraman et autres, 1990, p 226). De plus, la MSC est un outil essentiel pour une entreprise qui (Geoff MARSON et Brian DINSDALE, 1999, p 22):

Étude empirique de la satisfaction des clients/usagers grands comptes des prestations de services d'Algérie poste

- adopter une philosophie organisationnelle axée sur les services : la Mesure de la satisfaction clients permet de connaître les besoins et les attentes des clients, de vérifier s'ils ont été satisfaits pour fixer des normes de services.
- vise l'amélioration continue : Fournir aux clients ce qu'ils désirent et non ce que les décideurs pensent qu'ils désirent, est un concept clé en matière de prestation de service centrée sur le client.
- veut répartir plus efficacement les ressources consacrées aux services à la clientèle.
- cherche à prévenir les coûts de l'insatisfaction.

6. Méthodologie de la recherche et public cible :

Notre enquête a été circonscrite aux clients grands comptes ayant recours aux services offerts par les établissements Postaux d'Algérie Poste. Pour ce faire, nous avons suivi une démarche méthodologique scientifique, basée sur un guide d'entretien. En effet, trois grands clients grands comptes d'Algérie Poste ont fait l'objet de cette étude de satisfaction. Il s'agit des :

- ✓ Agences de la société de distribution d'Electricité et de Gaz d'Alger.
- ✓ Agences commerciales de SEAAL (d'Alger).
- ✓ Agences commerciales d'Algérie télécom (d'Alger).

Globalement, 25 agences commerciales ont été visitées (voir la liste en annexe). L'objectif recherché par ces visites, étant de se renseigner sur la perception des représentants de ces agences, de la qualité des services rendus au niveau des établissements postaux d'Algérie Poste d'une part, et leurs degrés de satisfaction de ces services d'autre part.

L'exploitation des informations collectées à travers un guide d'entretien conçu à cet effet, a fait ressortir les résultats suivants :

7. Résultats de l'étude de satisfaction des clients grands comptes :

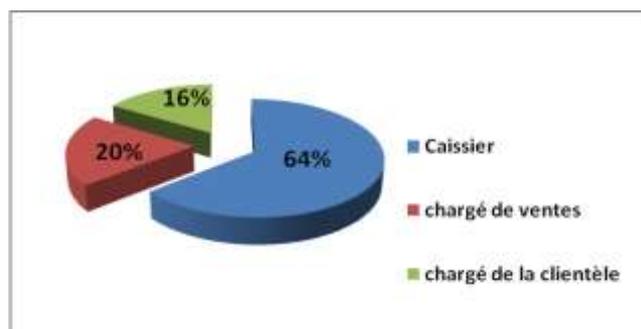
7.1 Identification des enquêtés :

a. Le genre :

73% des clients consultés sont de genre masculin et **27%** sont de genre féminin.

b. La fonction :

Les fonctions des représentants des entreprises ayant fait l'objet de notre étude sont :

Figure n° 4 : répartition des enquêtés selon la fonction occupée

Source : élaboration personnelle 2021

7.2 Analyse des questions du guide d'entretien:

Question n° 01: Pouvez vous me décrire votre relation avec l'établissement Algérie Poste ?

Les informations collectées à travers cette question, nous a permis d'identifier la relation entre Algérie Poste de les trois clients grands comptes consultés. En effet, cette relation consiste à un partenariat contracté depuis une dizaine d'années entre Algérie Poste et ses clients grands comptes. Ce partenariat vise ;

- **L'encaissement des factures** (d'électricité et gaz, d'eau et du téléphone) au niveau des établissements postaux ;

- **Le virement des fonds** (recettes) à la fin des journées ouvrables, au niveau des établissements postaux, dans le but de les transférer sur les comptes de ces entreprises ; Après le contrôle et le comptage du montant déposé par le client, Le caissier de l'établissement postal procède aux formalités administratives pour préparer le transfert des fonds déposés dans le compte de son client grands comptes, et lui remet un reçu justifiant le montant déposé. De ce qui précède, on déduit que l'établissement Algérie poste joue le rôle d'intermédiaire financier entre ses clients grands compte et leurs banques.

- **La distribution des factures bimestrielles de consommation** (téléphone, eau) aux clients d'Algérie Télécom et de la SEAAL. Deux solutions ont été adoptées par Algérie Poste et ses clients grands comptes pour la distribution de leurs courriers :

- ✓ L'affranchissement du courrier au niveau des établissements postaux et sa distribution par les agents de la poste (facteurs).
- ✓ Algérie Poste met à la disposition de ses clients grands comptes une machine à affranchir, réglée selon le poids autorisé (moins de 50 grammes).

Étude empirique de la satisfaction des clients/usagers grands comptes des prestations de services d'Algérie poste

Question n° 02 : Combien de fois visitez-vous l'établissement Algérie Poste dans la semaine?

L'objectif de cette question est de déterminer la régularité d'utilisation des services d'Algérie Poste par ces clients grands comptes.

En effet, les clients grands comptes ayant fait l'objet de notre étude, visitant généralement les établissements postaux de leur région, une fois par jour, pour verser l'Argent encaissées pendant la journée.

Question n° 03 : Algérie Poste met-elle à votre disposition une personne chargée de votre accueil?

Les réponses des clients consultés sur ce sujet, ont déclaré que leur interlocuteur est connu, c'est le « caissier » dans la majorité des cas sous l'autorité du premier responsable (le receveur de la poste). Donc ils n'ont pas besoin d'une autre personne pour les accueillir.

Les clients enquêtés lors de cette étude ont déclaré que leur expérience ainsi que leur bonne relation avec les agents des établissements postaux, leur a facilité l'accès aux services d'Algérie Poste. *« Je connais presque tout le monde à la Poste, donc je n'ai pas de problème, je passe directement » Agent de Sonelgaz de la ville de Zéralda.*

Aussi, étant donné que les clients enquêtés sont considérés comme des clients grands comptes, donc ils ont la priorité par rapport aux clients grand public. Cependant, cette règle de priorité n'est pas appliquée au niveau de tous les établissements postaux. SEAAL qui est aussi considérée comme client grand compte ne bénéficie pas du même privilège. L'agent de SEAAL doit aussi passer en priorité, sauf que ce n'est pas le cas dans certains bureaux de poste, où l'agent SEAAL est obligé d'attendre son tour derrière les clients d'Algérie Poste, pour finalement être reçu par un agent d'Algérie Poste.

En ce qui concerne les factures de consommation d'énergie (eau, téléphone), elles sont remises directement à la personne chargée du courrier, contre un accusé de réception.

Question n° 04 : Avec quel service traitez-vous lors de votre visite à l'établissement Algérie Poste ?

- La majorité des clients grands comptes consultés lors de cette étude, travaillent directement avec le chargé ou le gestionnaire de la caisse. C'est-à-dire que l'interlocuteur principal pour ces institutions économiques au sein des établissements postaux est généralement le « **caissier** » ou le chargé du courrier lorsqu'il s'agit des factures à remettre aux clients de ces institutions.

- Pour l'encaissement des factures de consommation de l'énergie, les clients des entreprises enquêtés paient leurs factures au niveau du même guichet qui traite la demande de service des clients propres à Algérie Poste (CCP, CNEP, etc), donc il n'y a pas de guichet spécialisé pour le traitement de la demande des services dédiés au clients des entreprises en question.

De ce qui précède, on déduit que, généralement, les représentants des clients grands comptes au niveau des établissements postaux ne subissent pas la file d'attente, car, ils passent directement dans le service caisse pour déposer leurs recettes de fin de journée et/ou pour déposer le courrier (factures) de leurs clients. Cependant, concernant l'encaissement des factures, les clients de ces entreprises passent au même titre que les clients d'Algérie Poste, donc ils subissent la file d'attente.

Pour éviter la file d'attente à cette catégorie des clients, Algérie Poste a mis à leur disposition un service de paiement automatique de leurs factures ; il s'agit du prélèvement automatique sur le compte CCP du client.

Question n°05 : Que pensez- vous des paramètres suivants ?

Les réponses à cette question sont illustrées dans le tableau ci après.

Tableau n°01: La perception de la qualité de services au niveau des établissements postaux par les clients grands comptes enquêtés.

paramètres	Pas du tout satisfait	Pas satisfait	neutre	satisfait	Très satisfait	Total
<i>La qualité de l'accueil au niveau de l'établissement postal que vous visitez.</i>	1	3	0	19	2	25
<i>La disponibilité d'une personne chargée de traiter votre demande.</i>	1	2	0	13	9	25
<i>Le temps d'attente pour prendre en charge votre demande.</i>	1	2	0	17	5	25
<i>La réactivité de la personne chargée du traitement de votre demande :</i>	1	1	0	14	9	25
<i>Votre satisfaction de la qualité du service rendu par votre interlocuteur:</i>	1	1	0	17	6	25

Source : élaboration personnelle 2021.

Étude empirique de la satisfaction des clients/usagers grands comptes des prestations de services d'Algérie poste

Le tableau ci-dessus reprend quelques paramètres évoqués dans notre guide d'entretien. Ces paramètres reflètent le niveau de satisfaction des clients grands comptes de la qualité de la prestation des services au sein des établissements postaux d'Algérie Poste.

a. La qualité d'accueil : Les clients consultés lors de notre étude manifestent leur satisfaction de la qualité de l'accueil au niveau des établissements postaux d'Algérie Poste : Un taux de satisfaction positif qui s'élève à **84%**, contre **16%** de non satisfaction.

Il est important de rappeler que la relation entre les employés des établissements postaux d'Algérie Poste et leurs clients grands comptes devient de plus en plus ancienne, ce qui favorise la communication et la compréhension les uns des autres.

b. La disponibilité du personnel : D'après les clients sondés, **88%** d'entre eux confirment la disponibilité du personnel chargé de satisfaire leur demande. Tandis que **12%** des clients attestent de la non-disponibilité du personnel qui prend en charge leur demande.

c. Le délai d'attente : La majorité des clients consultés trouvent que le délai d'attente au niveau des établissements postaux d'Algérie Poste est satisfaisant, avec un taux de **88%** de satisfaction, contre **12%** de non satisfaction. Dans ce contexte, il est important de signaler que les clients grands comptes passent directement au service, donc ils sont prioritaires, surtout lorsqu'il s'agit de virement sur compte.

d. La réactivité : **92%** des clients enquêtés proclament leur satisfaction à propos de la réactivité de leurs interlocuteurs au niveau des établissements Postaux. Cependant **8%** déclare le contraire. La rapidité de ces derniers est due à l'expérience cumulée dans la gestion de ces services (c'est presque de la routine).

e. La satisfaction du personnel de contact: **84%** des sondés manifestent leur satisfaction de la qualité de service rendu par leur interlocuteur, suivi d'une minorité qui proclame leur insatisfaction, soit **16%**.

Question n° 06 : quels sont les organismes qui vous assurent les services suivants?

Les réponses collectées auprès des clients grands comptes consultés révèlent que les entreprises enquêtées ne dépendent pas des établissements d'Algérie Poste, pour distribuer leurs courriers ou encaisser les factures de leurs clients.

- La distribution du courrier (factures de consommation d'énergie) est assurée par :

- ✓ Les agents des entreprises, notamment le cas de Sonelgaz ;
- ✓ Les établissements postaux, pour les entreprises SEAAL et Algérie Télécom.

- Le service financier : Le paiement des factures des clients s'effectue à travers :

- ✓ Les agences commerciales des entreprises enquêtées.
- ✓ Les établissements d'Algérie Poste.
- ✓ Les banques nationales.
- ✓ L'Internet (nouvelle forme d'encaissement en cours de développement).

Question n° 07 : quels sont les motifs qui vous amèneraient à quitter Algérie Poste? (classé dans l'ordre).

À travers cette question nous avons pu identifier les problèmes récurrents, rencontrés par les entreprises enquêtées, à savoir :

- La mauvaise distribution du courrier (factures des entreprises SEAAL et Algérie Télécom).
- Le refus d'encaissement de facture pour des raisons techniques.
- Le refus de versement dû à la défaillance fréquente du réseau.
- La mauvaise prise en charge de leurs clients.

Question n° 08 : Avez-vous évalué la prestation d'Algérie Poste ?

- Si oui, y'a-t-il convergence de ces évaluations ?

Les entreprises enquêtées ont déjà évalué, en interne, la prestation d'Algérie Poste, mais pas à travers leurs clients.

En effet, il découle de cette évaluation, des réunions de travail entre ces organismes et Algérie Poste, pour discuter des problèmes rencontrés par les partenaires d'Algérie Poste au niveau des établissements Postaux. Le cas échéant trouver des solutions provisoires aux problèmes exposés à la question n° 07.

Question n° 09 : La position du monopole d'Algérie Poste, notamment pour le service de distribution du courrier, est elle un handicap pour vous ?

D'après les réponses obtenues à travers notre guide d'entretien, les clients grands comptes ont exprimé deux (02) avis différents, concernant la position du monopole d'Algérie Poste sur le service de distribution du courrier de moins de 50 grammes :

- Le client SEAAL pense qu'effectivement Algérie Poste est en position de monopole, concernant la distribution du courrier de moins de 50 grammes. Cette position constitue en partie un handicap pour la SEAAL, car il n'existe pas sur le marché d'autres opérateurs habilités à rendre ce service. Néanmoins, la SEAAL fait recours à son propre personnel pour assurer ce service.

- Algérie Télécom est un client partenaire d'Algérie Poste, et vu que ces deux (02) entités dépendent de la même tutelle, Algérie Poste est restée le fournisseur officiel du service de distribution du courrier d'Algérie Télécom, même après leur séparation.

Question n° 10 : Le prix des prestations vous semble t-il correct ?

Si non, que comptez-vous faire ?

D'après la majorité des répondants à cette question, les tarifs appliqués à la prestation de distribution du courrier n'est pas correct et la base de calcul des prix n'est pas claire. Autrement dit, les tarifs sont surélevés par rapport à leur coût de revient.

Suite à l'augmentation des tarifs par rapport à ce qu'ils devraient être, les enquêtés pensent que la révision de la convention est le sujet de discussion de leurs responsables actuellement.

Étude empirique de la satisfaction des clients/usagers grands comptes des prestations de services d'Algérie poste

Question n° 11 : Le tarif appliqué, est-il celui affiché par Algérie Poste ou négocié ?

Peu d'enquêtés ont répondu à cette question, parce que le prix est une donnée confidentielle. Mais, suite à des investigations auprès des établissements d'Algérie Poste, nous avons confirmé le prix appliqué par Algérie Poste pour la distribution du courrier de moins de 50 grammes ; il s'agit du même prix appliqué pour l'envoi d'un courrier par un client grand public (25 Da/lettre, c'est-à-dire par facture pour les clients grands comptes.

Question n° 12: Comment sont traitées vos réclamations par Algérie Poste ?

Globalement, d'après les enquêtés, leurs réclamations sont toujours prises en charge et réglées dans les plus brefs délais par les responsables de l'établissement postal, notamment, le receveur ou son adjoint.

«Généralement les agents de la poste maîtrisent leur travail, et quand une erreur est commise, elle est réglée dès qu'elle est signalée » Caissier de l'agence Sonelgaz.

8. Conclusion :

Il ressort de la consultation des représentants des clients grands publics d'Algérie Poste au niveau de ses établissements postaux les résultats suivants :

- Les établissements postaux d'Algérie Poste constituent un intermédiaire financier entre ses clients grands comptes et leurs clients et/ou leurs banques.
- Algérie Poste assure la distribution des factures aux clients de la SEAAL et Algérie télécom.
- Les clients grands comptes consultés sont presque en relation permanente avec les établissements Postaux d'Algérie Poste, minimum une visite par jour.
- Les clients grands compte ont développé des relations positives avec leurs interlocuteurs au niveau des établissements postaux, cela facilite leur accès au service désiré.
- Généralement, au niveau des établissements postaux, le caissier est l'interlocuteur principal des clients grands comptes lorsqu'il s'agit du service financier. Tandis que pour le service de courrier c'est le chargé du courrier postal.
- La qualité d'accueil au niveau des établissements postaux est appréciée par plus de **80%** des clients enquêtés.
- Plus de **80%** des clients consultés manifestent la disponibilité et la réactivité du personnel chargé du traitement de leur demande.
- Les contraintes liées au problème de réseau internet au niveau des établissements postaux engendrent la fuite des clients grands comptes vers la concurrence (banques nationales).
- Globalement, **80%** des interrogés ont proclamé leur satisfaction de la qualité du service rendu par leurs interlocuteurs au niveau des établissements postaux
- La position du monopole dans le service de distribution du courrier de moins de **50 grammes** ne constitue pas un handicap pour les clients enquêtés, concernés par ce service, car ils peuvent exploiter leurs agents pour distribuer leur courrier

(factures). Concernant le service d'encaissement des factures, Algérie Poste n'est pas en position du monopole, parce que les *banques nationales* et *e-Paiement* sont deux formes de concurrence potentielle.

- Des évaluations de la prestation d'Algérie Poste ont été réalisées au niveau des structures des clients grands comptes enquêtés, notamment le cas de la SEAAL. Les contraintes récurrentes évoquées lors de ces évaluations sont :
 - ✓ La mauvaise distribution du courrier (factures des entreprises SEAAL et Algérie Télécom) ;
 - ✓ Le refus d'encaissement de facture pour des raisons techniques ;
 - ✓ Le refus de versement dû à la défaillance fréquente du réseau ;
 - ✓ La mauvaise prise en charge de leurs clients.
- Les clients grands comptes enquêtés trouvent que Le tarif appliqué pour le service de distribution du courrier (facture de consommation d'eau, etc) est incorrect, car le prix est le même que celui appliqué pour l'envoi du courrier de moins de 50 grammes. Donc le tarif du courrier n'est pas négocié entre Algérie Poste et ses partenaires.
- Globalement, les réclamations des clients grands comptes interrogés sont souvent prises en charge par les personnes habilitées au niveau des établissements d'Algérie Poste.

Dans la perspective d'étoffer son portefeuille clients grands comptes et de développer davantage sa relation avec les clients grand comptes actuels, notamment ceux qui figurent dans notre études, le nouveau statut d'Algérie Poste lui permet d'instaurer une vision commerciale, basée sur des techniques marketing avec ses clients actuels et potentiels.

La gestion du portefeuille clients grands comptes nécessite de lui réserver une gestion séparée des clients grands publics, c'est-à-dire ; appliquer une segmentation marketing selon la nature des clients.

Réserver un guiche spécial pour les clients grands compte, qui n'est pas forcément le service de la caisse, permet d'éviter des altercations qui peuvent arriver entre les clients grand public et les représentants des clients grands comptes (histoire du favoritisme).

Elargir l'utilisation des services de courrier par les clients grands comptes ; l'exploitation des technologies de l'information et de communication peuvent contribuer à rendre effective le suivi de l'acheminement et de la distribution de courrier des clients, cela constitue un moyen de stimulation des clients grands comptes pour demander le service de courrier.

Eviter les réclamations émanant des clients, notamment ceux d'Algérie télécom ; il s'agit de la non distribution des factures de téléphone fixe à temps, ceci engendre la coupure de la ligne téléphonique du client, dû au non paiement des factures à temps.

Étude empirique de la satisfaction des clients/usagers grands comptes des prestations de services d'Algérie poste

A ce titre nous suggérons à Algérie Poste, de restituer à Algérie Télécom les factures des clients non identifiés, pour éviter ce genre de reproche et protéger son image de marque (la confiance).

9. Liste bibliographique :

1. Livres:

- Daniel RAY : mesurer et développer la satisfaction de la clientèle, éditions d'organisations, Paris, 2001.
- Parasuraman et autres :Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectation, edition Free press, New York,1990.
- Pierre EGLIER et Eric LANGEARD : Servuction: Le marketing des services, Mc Graw Hill, Paris, 1987.
- Boris BARTIKOWSKI. La satisfaction des clients dans les services : une vue situationnelle du poids fluctuant des éléments. Aix Marseille: Centre d'études et de recherche sur les organisations et la gestion1999.
- Gierl HERIBERT : L'influence des convictions de contrôle et des attitudes globales sur le comportement écologique du consommateur. Recherche et Applications en Marketing , 1999.
- Geoff MARSON et Brian DINSDALE : Sondage auprès des citoyens: dissiper les mythes et redéfinir les orientations, édition d'organisation, Paris, 1999.
- Patrice TREMBLAY : Mesurer la satisfaction et les attentes des clients. Centre d'expertise des grands organismes, 2006.
- Sylvain SAUVE. Outil québécois de mesure : rapport sur le développement et la première phase de validation de l'Outil québécois de mesure, Centre d'expertise sur la prestation de services, Gouvernement du Québec. Québec, 2004.

2. Thèse :

- Alexia JOLIVET: « la certification a l'épreuve de la communication : figure de la qualité et travail du sens le cas d'un établissement de santé ». Thèse de Doctorat en sciences de l'information et de la communication, dirigée par MAYERE Anne, soutenue le 06 septembre 2011.

3. Webographie :

- Benoît GAUTHIER : Satisfaction de la clientèle: mesure et utilisation. (2003, avril 15) Consulté le 05 15, 2021, sur http://circum.com/cgi/?fconsult_f.shtml: http://circum.com/cgi/?fconsult_f.shtml.
- http://circum.com/cgi/?fconsult_f.shtml.
- <https://www.joradp.dz> (JO n°48 du 06 Août) loi n°2000-03 correspondant au 05 Aout 2000.

- www.poste.dz

- <http://www.upu.int/fr.html>.

- www.Arpt.dz

10. Annexes :

**Guide d'entretien en destination des représentants des entreprises
(Sonelgaz, Algérie Télécom et SEAAL) auprès des établissements
d'Algérie Poste.**

Etablissement :..... **Date :**...../...../.....

Fonction de l'enquêté :

Dans le cadre de la réalisation de notre travail de fin d'étude nous avons l'honneur de bien vouloir solliciter votre collaboration, en répondant à ces questions, pour mieux enrichir et parfaire notre recherche, tout en sachant que vos réponses seront anonymes et confidentielles.

Nous vous remercions d'avance pour votre collaboration. Et veuillez accepter monsieur mes salutations les plus distinguées.

Question n° 01 : Pouvez vous me décrire votre relation avec l'établissement Algérie Poste ?

.....
.....

Question n° 02 : Combien de fois visitez-vous l'établissement Algérie Poste dans la semaine?

.....

Question n° 03 : Algérie Poste met elle à votre disposition une personne chargée de votre accueil ?

.....
.....

Question n° 04 : Avec quel service traitez-vous lors de votre visite à l'établissement Algérie Poste ?

.....
.....

Question n° 05 : Que pensez- vous de.... ?¹

- La qualité de l'accueil au niveau de l'établissement postal que vous visitiez : 1- 2 -3- 4 -5

- La disponibilité d'une personne chargée de traiter votre demande : 1- 2 -3- 4 -5

¹ 1 : Pas du tout satisfait 2 : Pas satisfait 3 : Sans avis 4 : Satisfait 5 : Très satisfait.

Étude empirique de la satisfaction des clients/usagers grands comptes des prestations de services d'Algérie poste

- Le temps d'attente pour prendre en charge votre demande : 1- 2 -3- 4 -5
- La réactivité de la personne chargée du traitement de votre demande : 1- 2 -3- 4 -5
- La satisfaction de la qualité du service rendu par votre interlocuteur: 1- 2 -3- 4 -5

Question n° 06 : Quels sont les organismes qui vous assurent les services suivants ?

- La distribution de courriers (factures de vos clients) :
-
- Le paiement des factures des clients :
-

Question n° 07 : Quels sont les motifs qui vous amèneraient à quitter Algérie Poste ? (classé dans l'ordre).

1.
2.
3.

Question n° 08 : Avez-vous évalué la prestation d'Algérie Poste ?

- Par vos structure (en interne) :
- À travers vos clients :

Si oui, y'a-t- il convergence de ces évaluations ?

.....

.....

Question n° 09 : La position de monopole d'Algérie Poste, notamment pour le service de distribution de courrier, est elle un handicap pour vous ?

.....

.....

Question n° 10 : Le prix des prestations vous semble t-il correct ?

.....

.....

Si non, que comptez-vous faire dans l'avenir ?

.....

.....

Question n° 11 : Le tarif appliqué, est-il celui affiché par Algérie Poste ou négocié ?

.....

Question n° 12 : Comment sont traitées vos réclamations par AP ?.....

Liste des clients grands comptes d'Algérie Poste enquêtés**Liste des agences commerciales de SEAAL visitées :**

Agence commerciale SEAAL	Adresse
ZERALDA	CENTRE DES AFFAIRE DE ZERALDA
CHERAGA	01 RUE EL QUODS CHERAGA
AIN ALLAH	CITE AIN ALLAH 190 LOGT BT 06 DELY BRAHIM
BIR MOURAD RAIS	15 RUE DES TROIS FRERES BOUADOU BMR
DIDOUCHE MOURAD	04 AVENUE MOHAMED EL WALI D-M
RUISSEAU	RUE RABAH TAKDJOURT RUISSEAU
EL HARRACH	PARC BOUMATI BP 65 EL HARRACH
BAB EL EZZOUAR	Bt 19 CITE SOUMAM BAB EZZOUAR
ROUBA	RUE KOUIDRI MENOUEUR CHÂTEAU D'EAU ROUBA

Liste des agences commerciales de SONELGAZ visitées :

Agence commerciale SEAAL	Adresse
ZERALDA	CENTRE DES AFFAIRES OCAZ ZERALDA
CHERAGA	ROUTE D'OULED FAYET CHERAGA
BELOUIZDAD	201 RUE MOHAMED BELOUIZDAD BELOUIZDAD
ALGER CENTRE	39-41 RUE KHELIFA BOUKHALFA 16100 ALGER CENTRE
ASSELAH HOCINE	17-19 RUE ASSELAH HOCINE ALGER CENTRE
EL HARRACH	10 AVENUE MOHAMMADIA EL HARRACH
BAB EL EZZOUAR	CITE 1408 LOGTS EPLF BEJAIA BAB EZZOUAR.
ROUBA	RUE DU 1ER NOVEMBRE (A COTE DE LA MOSQUEE), ROUBA

Liste des agences commerciales d'ALGERIE TELECOM visitées :

Agence commerciale SEAAL	Adresse
ZERALDA	RUE DU 1ER NOVEMBRE ZERALDA
CHERAGA	RUE ARBADJI SALAH 16002, CHERAGA
ALGER CENTRE	05. RUE MED KHEMISTI. ALGER
1ER MAI	COMPLEXE AISSAT IDIR PLACE 1MAI
BIR MOURAD RAIS	COMPLEXE TELEPHONIQUE, BIR MOURAD RAIS
EL HARRACH	CITE S DOUANIERS MOHAMMADIA EL HARRACH
BAB EL EZZOUAR	HAI EL MOUSSALAHA, BAB EZZOUAR
ROUBA	RUE COLONEL AMIROUCHE ROUBA