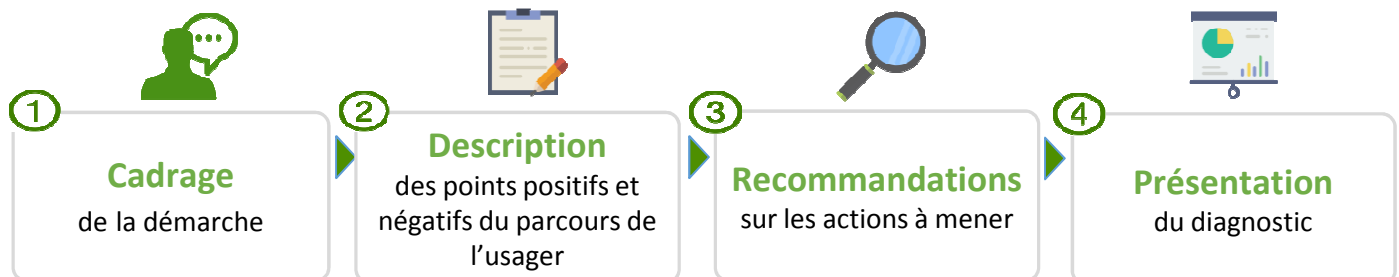


Diagnostiquer l'orientation usagers d'un dispositif administratif

Ce que vous allez apprendre dans cette fiche

- ❑ Découvrir en un clin d'œil la méthode du diagnostic orientation usager
- ❑ Comprendre ce que cela apporte et en quoi cela contribue à l'orientation usager souhaitée
- ❑ Comprendre comment la mettre en œuvre (en parallèle d'une formation à la méthode)

La méthode du diagnostic en un clin d'œil



Intérêt de la méthode

- Prendre conscience de ce que vivent les usagers dans leurs démarches administratives
- Placer l'expérience de l'utilisateur au centre des préoccupations des services publics
- Mettre en évidence une réalité qu'une approche processus ne permet pas d'appréhender

Le tout avec une **méthode relativement simple à apprendre et à appliquer**



Boîte à outils

Pour vous aider, un modèle Powerpoint de diagnostic vous est proposé

Les étapes de la méthode



Phase 1 – Cadrage de la démarche

Etape fondamentale pour définir précisément le périmètre de votre diagnostic



Prévoir ¼ de journée de travail pour cette étape

➤ Définir sur quoi va porter le diagnostic

- Le diagnostic doit répondre au besoin et aux enjeux actuels et stratégiques (insatisfaction des usagers, relais des médias, ...) d'une administration demandeuse
- Il doit concerner un parcours usager qui peut être testé du début à la fin
- Les informations nécessaires doivent être facilement accessibles
- Le parcours usager doit s'étaler dans un laps de temps relativement court

Remarque: Il faut dès le début définir à qui le diagnostic sera destiné et présenté

➤ Choisir un cas de gestion

- Le cas de gestion est ce sur quoi va porter votre diagnostic. Il doit correspondre à une situation emblématique des difficultés potentiellement rencontrées par les usagers
- Il peut correspondre à une situation fictive ou à une situation réelle
- Il doit être rédigé dans un langage très simple et raconter l'histoire d'un usager avec un sujet, un verbe, un contexte, un motif d'interaction, ...

Exemples de bon et mauvais cas de gestion dans le cadre d'un diagnostic sur les réclamations au TEC:



Madame Valérie S. habite Piéton et se plaint que son fils de 12 ans et d'autres personnes ont été déposés en pleine campagne. Elle menace, si la situation se reproduit, d'en avertir « qui de droit »



Faire remonter un mécontentement suite à une situation irrégulière sur un bus des TEC

➤ Choisir des personas

- **Consultez les personas existants et choisissez l'un ou l'autre** qui corresponde au cas de gestion que vous avez choisi
 - N'hésitez pas à adapter certaines caractéristiques si nécessaire
 - S'il en manque, n'hésitez pas à en créer
- **Utilisez les comme fil rouge tout au long du diagnostic** pour ne pas perdre de vue les caractéristiques des usagers et comprendre leur comportement, par exemple :
 - Les canaux de communication qu'ils utilisent pour s'informer, contacter l'administration, ...
 - Leurs attentes en fonction de leur âge, leur situation géographique, leur rapport à l'administration, ...



Coup de pouce

Pour tout connaître des personas, vous pouvez vous référer à la fiche méthodologique « *Les personas: comment les construire et les utiliser?* »

➤ **Définir les étapes du parcours Usagers**

- Le parcours doit être segmenté en quelques grandes étapes, généralement entre 4 et 7 étapes
- Commencez chaque étape par « Je » et utilisez le langage de l'utilisateur
- Décrivez les grandes étapes du parcours de manière générique, par exemple sans évoquer le canal de communication utilisé pour chaque étape
- Définissez bien à quel moment s'arrête le parcours de l'utilisateur, c'est-à-dire quand le besoin initial de l'utilisateur est satisfait



Coup de pouce

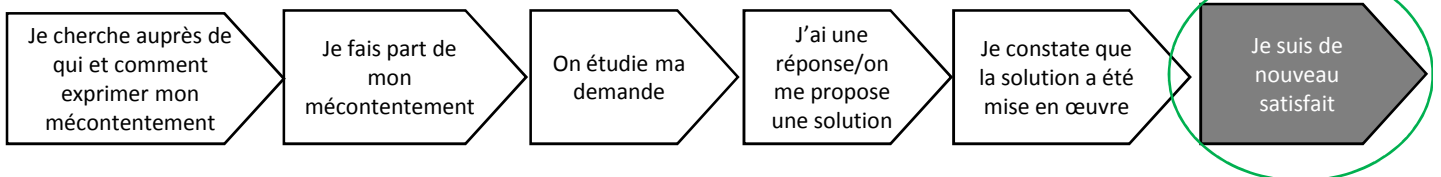
Pour en savoir plus sur la méthode des parcours, voyez la fiche méthodologique « *Les parcours usagers* »



Ne pas confondre les étapes du parcours vécues par les usagers et les processus internes à l'administration

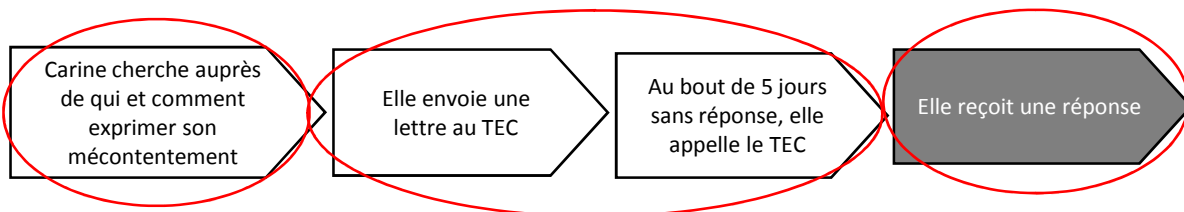
Je ne suis pas content et je veux le faire savoir

Exemple de bonne formulation des étapes d'un parcours



Fin du parcours usager

Exemple de mauvaise formulation et choix des étapes



Décrire le parcours de l'utilisateur en utilisant ses mots, notamment le « Je »

Le parcours doit retracer les grandes étapes, sans distinguer les différents canaux de communication utilisés par l'utilisateur


Le parcours de Carine ne s'arrête pas à cette étape

➤ **Définir les attentes des usagers selon chaque étape du parcours**

- Les attentes de vos usagers sont les critères d'analyse de votre diagnostic
- Au SPW, le COSTRA a défini les promesses de l'orientation usagers, sur la base des attentes des usagers: Proche et humain, Simple et efficace, Transparent et fiable

<p>Proche et humain</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accessibilité/ disponibilité <ul style="list-style-type: none"> • Antennes locales / mobiles • Autonomie digitale • Réponse effective - Pro-activité/ conseil <ul style="list-style-type: none"> • Information / activation des droits • Personnalisation - Respect de la personne <ul style="list-style-type: none"> • Écoute / empathie / considération • Participation / concertation • Équité / objectivité 	<p>Simple et efficace</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clarté - Cohérence - Efficacité - Expertise - Dématérialisation (administration 4.0)
	<p>Transparent et fiable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Traçabilité - Fiabilité/ Respect des engagements - Rigueur

- Partez de celles-ci et de leur déclinaison pour en choisir 3-5 pertinents pour votre diagnostic
- Dans d'autres administrations, vous pouvez interroger vos interlocuteurs sur les attentes de leurs usagers et déterminer les principales

 **Coup de pouce**
 Pour définir les attentes, vous pouvez vous référer à la fiche « *Les attentes des usagers* »

- Sinon, vous pouvez aussi vous inspirer des 6 attentes basiques

Clarté	Je comprends
Facilité	Je peux le faire, ça va marcher sans problème
Légèreté	Ça ne me gêne pas de le faire, c'est sans effort
Rapidité	Ça va vite
Fiabilité	J'ai confiance, ça se passe comme prévu
Fluidité	Je sais précisément comment cela va se passer



Phase 2 – Description des points positifs et négatifs du parcours de l'utilisateur

Etape centrale de votre diagnostic qui permet d'identifier ce qui se passe bien et moins bien pour l'utilisateur et notamment s'il y a un décalage entre les promesses et ce que vivent les usagers



Prévoir une ½ journée de travail pour cette étape

- **Utiliser toutes les informations existantes de type voix du client**
 - Examinez les enquêtes quantitatives existantes, les verbatims issus d'entretiens qualitatifs (individuels ou focus groupes), les rapports du Médiateur
 - Allez regarder ce que les usagers disent sur les réseaux sociaux (via des recherches sur Google)
 - Contactez quelques usagers si vous en connaissez, parlez-en autour de vous et récoltez les retours



Conseils méthodologiques pour cibler les informations essentielles

- ✓ Ne vous perdez pas dans la masse d'informations disponibles
- ✓ Pour les verbatims, classez les grandes idées qui ressortent de la voix de l'utilisateur
- ✓ Pour les données chiffrées, concentrez-vous sur les grandes tendances que vous constatez

- **Faire la démarche à la place de l'utilisateur**
 - Utilisez les différents canaux que pourraient utiliser vos personas
 - Pour se renseigner et/ou contacter l'administration, votre persona passe-t-il par :



Un mail



Un courrier



Le téléphone



Le guichet

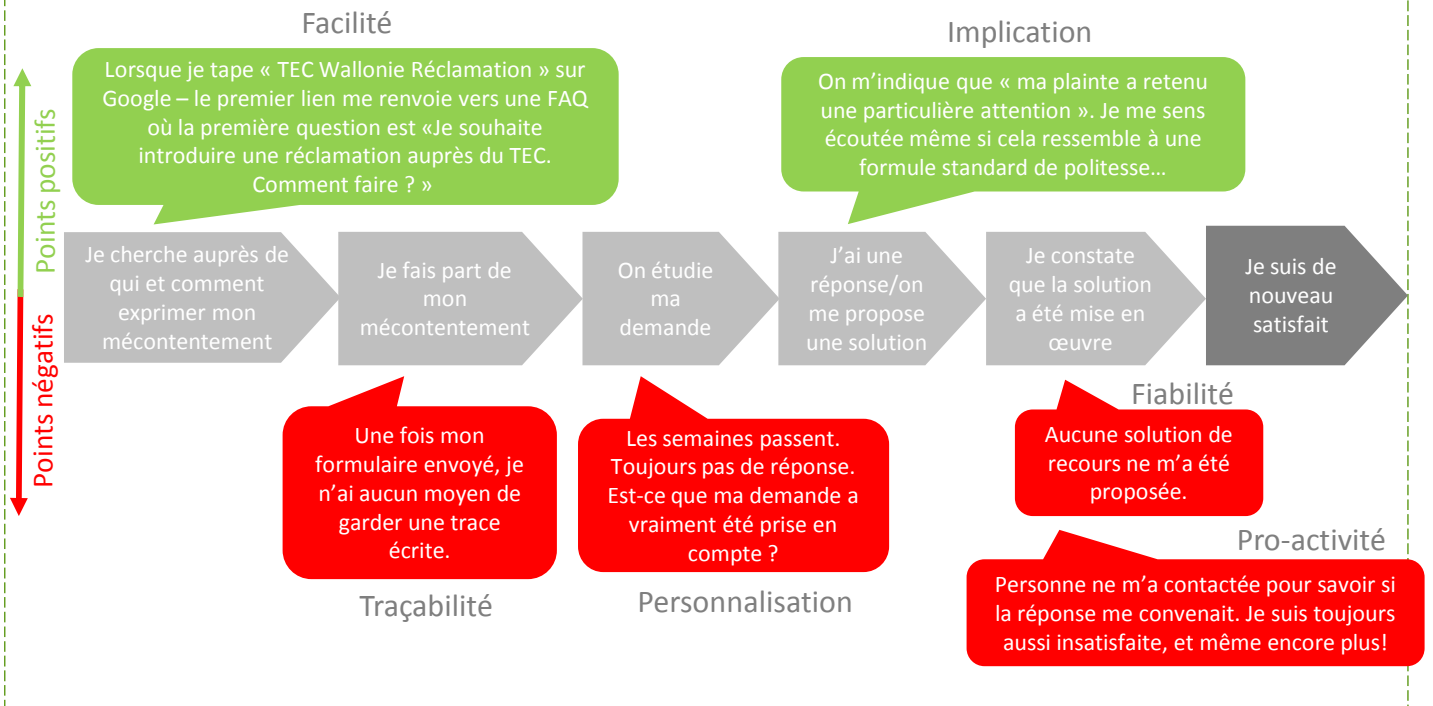


Un formulaire

- Faites la démarche à sa place : écrivez à l'administration, téléphonez, remplissez un formulaire, déplacez-vous au guichet ...
 - Gardez des traces de vos recherches pour appuyer votre diagnostic : des captures d'écran, des enregistrements, des documents, ...
- **Noter tous les points positifs et négatifs du parcours de l'utilisateur**
 - Identifiez les points positifs et négatifs du parcours sur la base des attentes usagers que vous avez choisies
 - Les points positifs vous montrent à quels moments le parcours de l'utilisateur est simple, fluide et compréhensible
 - Les points négatifs vont faire ressortir les points de complexité du parcours, où des actions devraient être mises en place

Conseils méthodologiques pour analyser la complexité d'un parcours usager

- Mettez-vous complètement dans la peau de l'utilisateur en employant « Je » et un langage simple tout au long du parcours
- Pour modéliser la complexité d'un parcours usager, suivez le schéma ci-dessous pour organiser vos remarques et idées
- Dans l'idéal, mettez le résumé des principaux points remarquables et points de complexité sur une seule page même si vous pouvez les présenter, par étape, dans les pages qui suivent
- Ajoutez les attentes/promesses auxquels chaque point correspond



Pour aller plus loin

Si vous en disposez, ajoutez quelques délais entre chaque étape du parcours de l'utilisateur. Cela peut vous permettre d'identifier des points de complexité, notamment au niveau de la gestion de l'attente côté usager

➤ Ajouter les émotions ressenties par l'utilisateur

- L'expérience usagers, ce sont autant des faits que du ressenti, des émotions
- Cela peut être intéressant de les identifier et de les positionner sur les différentes étapes
- A partir des points positifs et négatifs du parcours de l'utilisateur, associez à chaque étape les émotions vécues par l'utilisateur.

Exemples



Exaspéré



Découragé



Perplexe



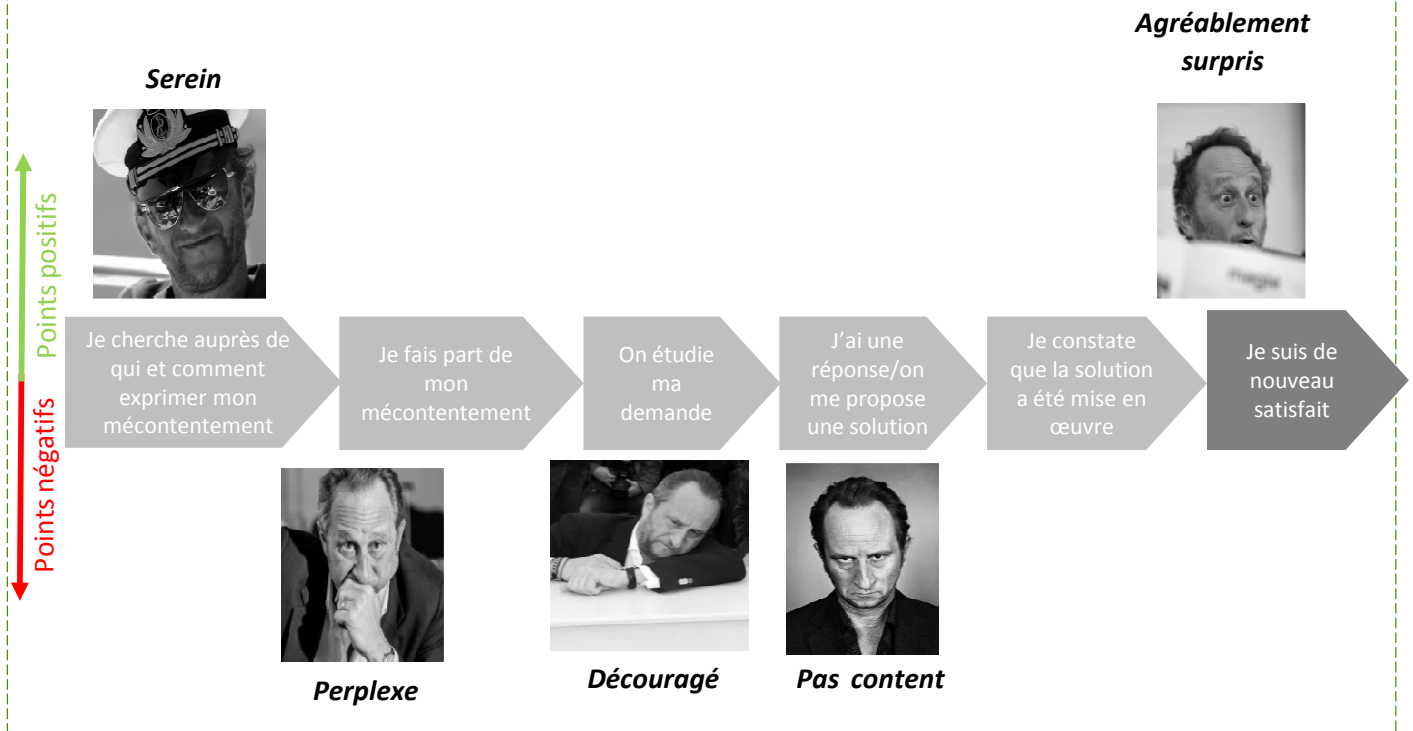
Agréablement surpris



Impressionné

Conseils méthodologiques pour analyser les émotions de l'utilisateur au cours du parcours

- ✓ Rajouter les émotions à chaque étape du parcours usager à côté des points positifs et négatifs



Phase 3 – Recommandations sur les actions à mener

Etape importante pour formuler et prioriser des potentielles améliorations de l'expérience usager suite à votre analyse du parcours



Prévoir un ¼ de journée de travail pour cette étape

- **Formuler des recommandations**
 - Suite à l'expérience usager que vous avez vécue et ce que vous connaissez de l'administration, identifiez des solutions possibles pour simplifier le parcours de l'utilisateur
 - Formulez les recommandations avec un verbe d'action
 - Déterminez la catégorie : communication, web, processus, informatique, RH, organisation, réglementation...
 - Précisez le bénéfice pour l'utilisateur
 - Organisez vos recommandations selon deux axes :
 - Proposer des quickwins pour les actions qui peuvent être mises en place facilement et très rapidement
 - Proposer des pistes d'action à court terme, moyen terme et long terme selon la complexité, les ressources financières et humaines, ...



Il est pertinent de faire ici le lien avec l'approche intégrée de la simplification: simplification des processus, dématérialisation, principe de confiance, source authentique...



Phase 4 – Présentation du diagnostic

Un diagnostic ne sert à rien s'il n'est pas présenté. Il faut déterminer à qui et sous quelle forme présenter votre diagnostic en fonction du message que vous voulez faire passer



Prévoir un ½ de journée de travail pour cette étape

➤ Pourquoi le présenter ?

- Partager l'analyse du parcours usager et les solutions proposées
- Impliquer les personnes présentes et favoriser leur prise de conscience de l'existant pour contribuer au changement

➤ A qui le présenter ?

- Choisir à qui présenter ce diagnostic en fonction du message à faire passer
 - Qui doit être sensibilisé en particulier?
 - Qui a le pouvoir de faire changer les choses, de prendre les décisions qui s'imposeraient et mettre en œuvre vos recommandations?
 - ...

➤ Comment présenter le diagnostic ?

- Donnez une structure à votre présentation
 1. Rappelez le mode opératoire
 2. Rappelez les critères d'analyses
 3. Présentez les points positifs et négatifs du parcours de l'utilisateur
 4. Appuyez votre démonstration avec des éléments visuels (les courriers reçus, enregistrements, captures d'écran...)
 5. Présentez les recommandations en précisant : le bénéfice pour l'administration, la faisabilité de réalisation et l'échéance possible (quick wins, court terme (3-6 mois), moyen terme (6-18 mois), long terme (> 18 mois)
 6. Eventuellement, faites la démarche par différence avec les participants. Quid si on part d'un autre persona, d'un autre cas de gestion...?
- Présentez le diagnostic sur un support visuel de type Power Point



Pour vous aider, un modèle Powerpoint de diagnostic vous est proposé



Canevas de présentation d'un diagnostic
17 novembre 2016

Boîte à outils

➤ Pour illustrer les émotions des usagers à chaque étape du parcours



➤ Pour illustrer les canaux de contact utilisés par les usagers :



Analyse du parcours actuel (1)

➤ Décrivez les points positifs et négatifs que vous avez identifiés

