

Plan d'action 2018

Action

1. Impliquer les stakeholders dans la gestion (art 29 CA)

Le SPF Economie organise de nombreux moments de concertation tant avec les stakeholders externes qu'internes (membres du personnel, clients internes, par exemple, de l'ICT, des services du personnel ou de communication). Grâce aux groupes de travail interfédéraux, le SPF va également à la chasse aux bonnes pratiques en vue d'améliorer son propre fonctionnement. De nombreuses concertations sont également prévues avec d'autres niveaux de pouvoir, les fédérations professionnelles et les groupes d'intérêts afin de rester au courant de l'évolution du marché des biens et des services.

Dans ce cadre, la communication est primordiale. Grâce aux newsletters, plateformes, communiqués de presses, études et à la concertation directe, nous partageons les points de vue du SPF Economie et permettons d'ouvrir la discussion. Dans certains cas, les nouvelles législations sont débattues au préalable avec les acteurs concernés afin de s'assurer qu'elles correspondent à la réalité du terrain et d'éviter des effets indésirables.

2. Calculer périodiquement la satisfaction des clients (art 29 CA)

Au terme de l'enquête SILC, les ménages reçoivent un questionnaire visant à mesurer leur satisfaction. En 2019, nous procéderons également de cette manière pour une partie (15 %) de l'enquête LFS. Une enquête « utilisateurs » est aussi envoyée aux personnes réclamant des données statistiques.

Le service de communication sonde la satisfaction de ses commanditaires lors de l'organisation d'événements. Les participants sont également interrogés. Le service facilitaire a mené une enquête auprès des visiteurs des bâtiments afin de connaître leur satisfaction par rapport à l'accueil.

3. Répertoire périodiquement les besoins des clients (art 29 CA)

Différents services organisent des réunions bilatérales en interne afin de connaître les besoins de leurs clients internes. Ces besoins reflètent aussi partiellement les besoins de leurs clients externes. Après les formations données par la Direction générale Energie auprès des CPAS wallons concernant le tarif social pour l'énergie, les participants sont capables d'expliquer les modifications ou ajouts intervenus et de faire connaître les publications auprès du grand public.

Action

- 4. Publier les résultats des sondages (art 29 CA)** Les résultats de l'enquête « utilisateurs » ont été publiés sur le site internet de Statbel.
- 5. Développer un plan d'action en coopération avec les utilisateurs** Les remarques et suggestions des stakeholders sont mises en œuvre dans la mesure du possible et du réalisable. Les actions sont souvent entreprises de manière ad hoc à la suite de remarques reçues des utilisateurs. Leurs contributions sont de fait prises en considération dans les plans d'action.
- 6. Disposer d'une charte pour un service public orienté client** La charte du client est disponible sur le site internet du SPF Economie et reste d'actualité.
- 7. Adapter ex ante la prestation de service en fonction des sondages (art 29 CA)** Certaines directions ont opté pour des boîtes e-mail communes, plutôt que des adresses personnelles, afin de maximiser la continuité de leurs services et de faciliter le contact avec le client. Les processus sont sans cesse actualisés en fonction des données de mesure ou du feed-back reçu.
- 8. Faire appel à des experts du vécu en pauvreté (art 29 CA)** Le SPF Economie dispose d'un expert du vécu néerlandophone. Celui-ci a réalisé les actions suivantes en 2018 :
visites à des services externes : 9
participations à des projets : 4
participations à des groupes de travail : 15
formations données : 2
formations suivies : 4
participations à des séminaires : 5
- 9. Répondre aux plaintes (art 29 CA)** Le coordinateur des plaintes a traité 92 contacts. 57 d'entre elles concernaient le SPF, mais seules 19 plaintes étaient fondées. Dans 97,8 % des cas, les plaintes ont été traitées dans un délai de 15 jours ouvrables. Pour la plupart des 38 plaintes, qui ne concernaient pas la prestation de service du SPF, nous avons correctement redirigé le client afin qu'il puisse introduire sa plainte.
- 10. Réécrire les textes du site internet qui n'ont pas encore été traités en fonction du public cible** En 2018, 85 % des textes ont été réécrits. Le reste sera actualisé au cours du premier trimestre de 2019. Par ailleurs, la déclaration de confidentialité a été adaptée aux dispositions du Règlement général sur la protection des données (RGPD).

Action

11. Implémenter le contrôle de qualité et l'enquête de satisfaction client au sein du Contact Center

Les fonctions « enregistrement des conversations » et « enquête de satisfaction » qui ont été ajoutées au nouveau système informatique du Contact center (Unified Communications) doivent encore être implémentées. Ces actions restent planifiées pour 2019. S'agissant des formations, un marché public a été lancé pour organiser des workshops autour de ces sujets. Ils auront lieu en 2019. Les dirigeants et les superviseurs veillent de manière permanente au comportement professionnel de leurs agents lors des entretiens. En cas de problème, ils le leur font directement remarquer et le soulignent aussi lors des réunions d'équipe.

12. Evaluer le plan d'action 2018 et r

Le plan d'action 2018 est évalué et le plan d'action 2019 est rédigé. Les deux documents sont approuvés par le Comité de direction et publiés sur le site internet.