

Dans le cadre de la démarche qualité dans laquelle elle s'est engagée l'AWE coopérative a réalisé une grande enquête de satisfaction auprès de sa clientèle, afin d'évaluer les services commerciaux proposés aux éleveurs belges. Les résultats se sont avérés dans l'ensemble très positifs. Cette enquête a également mis en avant de nouvelles pistes d'amélioration qui permettront d'encore mieux satisfaire les éleveurs.

Enquête de satisfaction

L'AWE coopérative sonde sa clientèle

Contexte



Depuis plusieurs années, un système de management de la qualité se référant à la norme ISO 9001:2008, accompagne toutes les activités commerciales de l'Association

Wallonne de l'Élevage. Cette démarche, créditée d'une certification ISO 9001:2008 délivrée par Promag en octobre 2010, invite l'entreprise à une politique de qualité résolument orientée vers la satisfaction du client et une remise en question permanente de son mode de fonctionnement.

Cette certification reconnaît le savoir-faire et le professionnalisme de la coopérative et de son personnel, la qualité de ses services et produits sont reconnus de façon objective et indépendante. Cette reconnaissance ouvre de nouveaux marchés à l'AWE coopérative. In fine, c'est l'élevage bovin wallon qui renforce sa présence internationale et valorise ses atouts.

Un sondage de la clientèle, pourquoi?

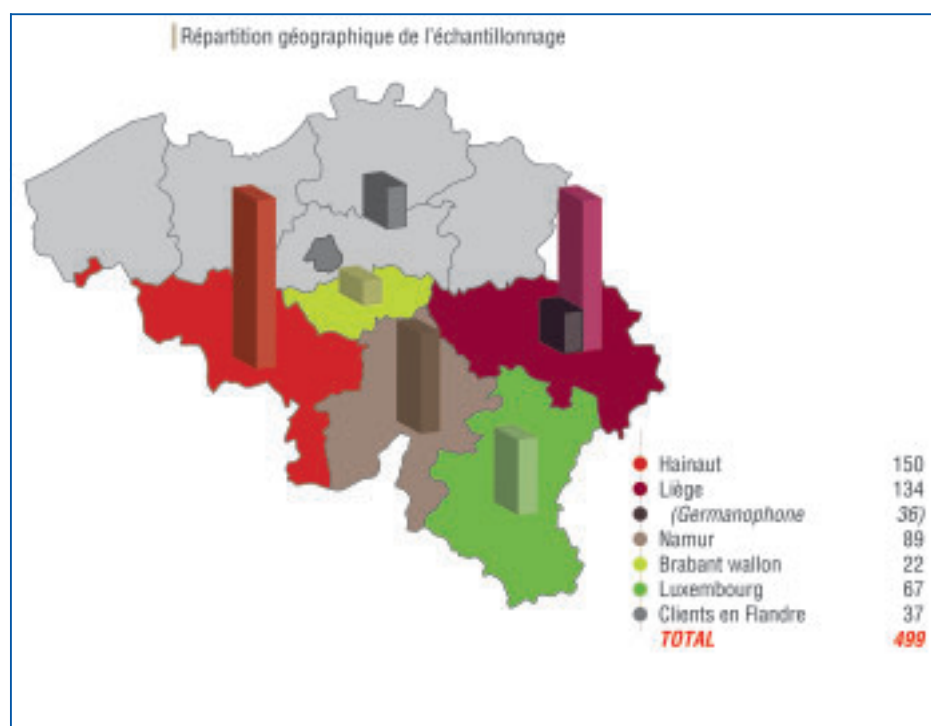
Un des piliers de la norme ISO 9001:2008 est la surveillance et la mesure de la satisfaction du client. La structure propre de l'AWE coopérative, avec un conseil d'administration et des commissions exclusivement composés d'éleveurs passionnés et le large réseau d'acteurs de terrain, permettent une remontée efficace et rapide des informations, souhaits ou remarques des clients. Cependant, une démarche plus fouillée, comme une enquête de satisfaction, offre

en toute objectivité l'assurance d'une plus grande transparence dans la collecte et le traitement de l'information.

Il aurait été difficile et fastidieux de reprendre l'ensemble des résultats au regard du nombre conséquent de questions. Par contre la coopérative souhaite vous présenter les tendances révélées par ce sondage et par la même occasion, remercier particulièrement les éleveurs qui y ont participé. Les personnes intéressées peuvent consulter les conclusions plus détaillées de cette enquête via le site internet de l'AWE.

Comment?

En ce début d'année, l'AWE coopérative a décidé de réaliser une grande enquête de satisfaction de sa clientèle, afin d'évaluer l'ensemble des services commerciaux qu'elle propose dans les exploitations agricoles belges. Son départ a été donné le 1^{er} mars, avec une première phase sur Internet, particulièrement bien suivie par les clients. La seconde phase s'est faite via des appels téléphoniques individuels et spécifiques. Un soin important a été porté afin de contacter chaque client dans sa propre langue (le français, l'allemand ou le néerlandais).



Echantillonnage

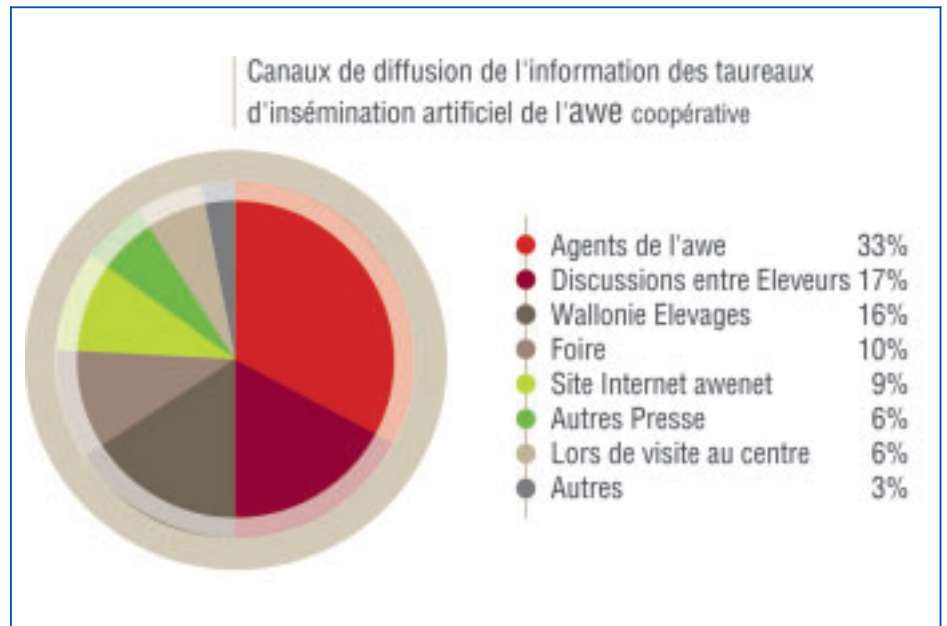
Un effort particulier a été fourni pour réaliser l'échantillonnage de cette enquête et il a porté ces fruits. Que ce soit en fonction du chiffre d'affaire, de l'orientation laitière ou viandeuse de l'exploitation, de la situation géographique, de la langue ou de l'ouverture aux nouvelles technologies, toutes les sensibilités de la clientèle de l'AWE coopérative ont eu l'occasion de s'exprimer. Ce constat renforce la qualité des données traitées et permet d'atteindre l'un des objectifs de l'enquête: donner la parole à des personnes représentatives de toute la clientèle de la coopérative. Les réponses de 499 chefs d'exploitation ont été collectées, ce qui représente presque 10% de la clientèle.

Sujets abordés

Le questionnaire portait sur les trois activités « de terrain » de la structure que sont l'insémination artificielle via le réseau des vétérinaires-inséminateurs, la récolte et le transfert embryonnaire et la vente de doses. Les questions abordaient plusieurs aspects de ces activités en passant en revue le service rendu par le personnel de l'AWE, la qualité des produits vendus, la facturation, les moyens d'information ou encore les critères de choix d'un taureau... .

Plus particulièrement, la thématique « produit » se penchait sur la qualité des taureaux proposés, la diversité de la gamme, la quantité de semences disponibles, les offres promotionnelles et la facilité d'identification des paillettes. Les questions « service » abordaient la disponibilité, la compétence technique, les conseils génétiques fournis, le nombre de visite ou encore le contact avec le vétérinaire-inséminateur ou le vendeur.

Le plus souvent, le client devait exprimer le degré de sa satisfaction à l'aide d'une note comprise entre 1 et 10, la satisfaction démarrant à 5. A la fin de l'enquête, l'interlocuteur avait la possibilité de laisser un commentaire libre. Pour presque chaque question, la satisfaction de notre clientèle dépassait largement les 90%, voire même le 95%. Ce très bon résultat d'ensemble couronne tous les départements de la coopérative.



Résultats

La clientèle reconnaît de façon unanime la qualité des compétences techniques et la disponibilité des vétérinaires-inséminateurs. Dans ce contexte, l'encadrement de ces équipes et la transmissions des informations génétiques sur les produits seront renforcés. Le réseau des vendeurs, toujours disponibles et offrant des conseils pointus dans la réflexion des accouplements à réalisés, sont plébiscités par les réponses. Toutefois, une attention particulière devra être apportée sur la fréquence de leurs visites en ferme. Le transfert d'embryon reste une activité spécifique et majoritairement réalisée sur des vaches BBB. Là aussi, le personnel vétérinaire est très apprécié. Les réponses données prouvent une fois encore que la proximité et la compétence du personnel de l'AWE coopérative est une réelle plus-value. Celle-ci est reconnue et appréciée des agriculteurs.

La très large gamme de taureaux d'insémination proposés par l'AWE coopérative, en races viandeuses et laitières, est saluée par tous les éleveurs. Il faut rappeler que cette offre est unique en Belgique. Quelques segments plus spécifiques, comme le BB-mixte ou la Pie-Rouge Holstein, sont soulignés par les clients. Actuellement, le manque de variété génétique de ces races, limite l'offre de semences.

On retiendra également que le monde agricole en 2012, reste de tradition orale et que plus de 50% de la publicité sur un taureau est faite lors de discussions. Le premier médium de vulgarisation est le mensuel de l'AWE: « Wallonie Elevages ».

Conclusion

Une analyse approfondie des réponses a permis de relever l'un ou l'autre point sensible. De nouvelles pistes d'amélioration peuvent être tracées afin d'encore mieux satisfaire les éleveurs. L'AWE coopérative, son conseil d'administration, sa direction et les responsables des différents départements ont été sensibles à ces constats. Les nouvelles politiques commerciales de la société les intégreront dans un avenir proche ou les intègrent déjà. A titre d'exemple, on peut retenir l'arrivée d'un lien de terrain solide entre le réseau des vétérinaires-inséminateurs et la structure ou l'entrée en production de quelques taureaux laitiers dans les CIA de l'AWE.