

# Enquêtes de satisfaction du personnel au CHL Apprentissage & questionnements (2000) – 2005 – 2009 – (2013)

Françoise Dewalque, chargée du recrutement CHL



CENTRE HOSPITALIER  
DE LUXEMBOURG



# Plan

- A. Contexte de réalisation des enquêtes
- B. Questionnaire :
  - 1. public cible de l'enquête
  - 2. création et révision du questionnaire
  - 3. segmentation
  - 4. test du questionnaire avant diffusion
  - 5. diffusion du questionnaire
- C. Publicité de l'enquête : avant, pendant, après
- D. Traitement des réponses et choix des orientations
- E. Diffusion des résultats de l'enquête auprès du personnel
- F. Définition du plan d'actions
- G. Diffusion du plan d'actions d'amélioration auprès du personnel





## A. Contexte de réalisation des enquêtes

### 2000 : la tentative

la Qualité pour le patient

### 2005 : l'effet EFQM

facteur 3a : l'organisation utilise des enquêtes auprès du personnel

facteur 3d : le personnel et l'organisation entretiennent le dialogue

résultat 7a : les mesures de perception du personnel.

### 2009 : la systématisation

partie intégrante du Plan stratégique CHL





## B. Questionnaire (1/5)

### 1. Public cible de l'enquête

Dès 2000, le public cible était tout le personnel salarié (y compris les médecins et les MEVS\*)

En 2009 idem + médecins libéraux

### Questions pour 2013

- Amélioration du taux de participation des médecins libéraux
- Maintien de la participation des MEVS
- Echantillon représentatif seulement

\* MEVS : médecins en voie de spécialisation





## B. Questionnaire (2/5)

### 2. Création et révision du questionnaire



- Implication du personnel et/ou de ses représentants.
- Modèle EFQM
- Poids de la direction

#### Expérience CHL

- 2000 version initiale - méthode DELPHI
- 2005 version élaborée - questionnaire 2000 + 4 modèles internationaux
- 2009 révision  
(2013 révision)





## B. Questionnaire (3/5)

### 3. Segmentation

Besoin d'informations



Crainte du personnel

### Expérience CHL

- 2000 informations de type organisationnel
- 2005 informations individuelles et sociologiques
- 2009 catégories socio-professionnelles  
(2013 allègement souhaitable)

→ actions nécessaires pour atténuer la crainte du personnel





## B. Questionnaire (4/5)

### 4. Test du questionnaire avant diffusion

Objectif : vérifier la compréhension du questionnaire sur un échantillon représentatif

Expérience CHL

➤ réelle pertinence de le faire avant uniquement ?  
(2013 vérifier l'interprétation après l'enquête)





## B. Questionnaire (5/5)

### 5. Diffusion du questionnaire

#### Expérience CHL

- 2000 pas de diffusion
- 2005 questionnaire courrier au domicile de l'employé via une firme externe
- 2009 idem + questionnaire en ligne géré par la firme (2013 ?)

- Système de contrôle pour éviter les double réponses
- Peu de réponses en ligne







## C. Publicité de l'enquête : avant, pendant, après

Avant → informer et motiver à participer

Pendant → rassurer et motiver à participer

Après → remercier et informer du taux de participation

- Canaux institutionnels (mail DG, intranet, affiches, CHL news)
- Voie hiérarchique

2009

- ✓ Recommandation EFQM suite au taux de participation :  
Implication plus forte de la Direction
- ✓ Evaluation de l'impact des canaux d'information
  - 👍 Voie hiérarchique
  - 👎 CHL News





## D. Traitement des réponses et choix des orientations

- Traitement externalisé avec support interne pour l'interprétation en raison du contexte CHL
- Résultats présentés conjointement :
  - à la Direction et
  - aux représentants du personnel→ Garantie de la non censure !
- Consensus sur les orientations pour améliorer la satisfaction du personnel





## E. Diffusion des résultats de l'enquête et des orientations

1<sup>er</sup> temps : Mail DG, Affiches, CHL News pour informer de la disponibilité des résultats

2<sup>ème</sup> temps

- Séances d'information ouverte à tout le personnel par la firme externe
- Séances d'information publics ciblés (à la demande)
- Intranet (2005 : 120 pages – 2009 : 37 pages)

3<sup>ème</sup> temps

- Implication de la hiérarchie (2005 : sans préparation et 2009 : après des workshops)
- ➔ A venir : évaluation du niveau de diffusion des résultats





## F. Définition du plan d'actions

2005

- ❖ Mise en place d'un comité interne (composé de la Direction et des représentants du personnel avec participation d'un facilitateur)
- ❖ Brainstorming pour déterminer des propositions (selon les orientations précédemment retenues avec demande d'expertise si nécessaire)
- ❖ Décision consensuelle des actions avec définition des objectifs, du timing et des responsables (binômes : cadre supérieur + représentant personnel)
- ❖ Supervision et évaluation du déploiement des actions par le comité interne

➔ *Effet de l'action mesuré lors de l'enquête suivante*





## G. Diffusion du plan d'actions auprès du personnel

1<sup>er</sup> temps : Séances d'information pour le management

2<sup>ème</sup> temps :

- Voie hiérarchique (support de présentation mis à disposition)
- Intranet (description des actions et calendrier de suivi)
- CHL News (description des actions)

3<sup>ème</sup> temps

- Evaluation de la diffusion du plan d'actions  
(compteur des clicks sur intranet, relevé des CR de réunion du management, walking management)

**→ constat : le personnel n'est pas conscient du lien entre le résultat d'enquête 2005 et la mise en œuvre des actions même si leur taux de satisfaction s'est amélioré en 2009**





# CONCLUSION

La mise en place de réalisation d'enquêtes de satisfaction du personnel au CHL

- possible grâce à l'adoption du concept de management de la qualité EFQM
- réussie grâce à l'engagement et l'implication de la direction et des représentants du personnel dans toutes les étapes du processus lié à l'enquête
- appliquée grâce à son intégration dans la stratégie de l'entreprise





# CONCLUSION

Merci de votre attention

