

Baromètre EFM 2009

Enterprise Feedback Management (EFM)



Enjeux et perspectives de la remontée et de l'analyse d'information



I. Contexte et objectifs de l'étude	3
II. La qualité des outils de recueil de l'information	4
III. Le concept d'Enterprise Feedback Management (EFM)	7
IV. La pertinence et les avantages du concept d'EFM	8
V. Ce qu'il faut retenir	10

I Contexte et objectifs de l'étude

Un besoin croissant de collecte et de traitement rapide de l'information

Ce n'est pas nouveau, l'environnement économique est caractérisé par des changements accélérés, généralisés et incertains. Désormais, l'efficacité de l'entreprise repose sur sa capacité à prendre rapidement les bonnes décisions. Pour cela, elle doit disposer d'informations fiables et qualitatives. L'utilisation efficace et stratégique de données issues de questionnaires, sondages... est considéré comme un avantage concurrentiel critique.

Afin de connaître et d'anticiper le marché, les organisations ont plus que jamais besoin d'interroger régulièrement leurs clients, employés, fournisseurs, partenaires ...

EFM, l'émergence d'un nouveau concept

C'est dans ce contexte que l'Enterprise Feedback Management, une approche globale de la gestion de l'information collectée au travers des départements de l'entreprise, a fait son apparition en 2005.

Le rapport publié à l'époque par Esteban Kolsky*, annonçait l'adoption prochaine par le marché de solutions uniques et complètes pour la remontée d'information par enquêtes et questionnaires. Ces solutions seraient capables de répondre aux besoins métiers et méthodologiques de l'ensemble des départements d'une organisation en termes de collecte, d'analyse et de restitution de l'information.

Aujourd'hui, les vertus de l'EFM sont claires : en consolidant tous les types de feedbacks de l'entreprise au sein d'une vue unifiée, l'utilisateur dispose à la fois d'une vision plus complète et précise et d'une plus grande capacité de contrôle sur les données qui circulent au sein de l'organisation. Enfin, l'EFM fournit en temps réel aux responsables fonctionnels les informations nécessaires pour prendre des décisions plus avisées.

La nécessité du baromètre

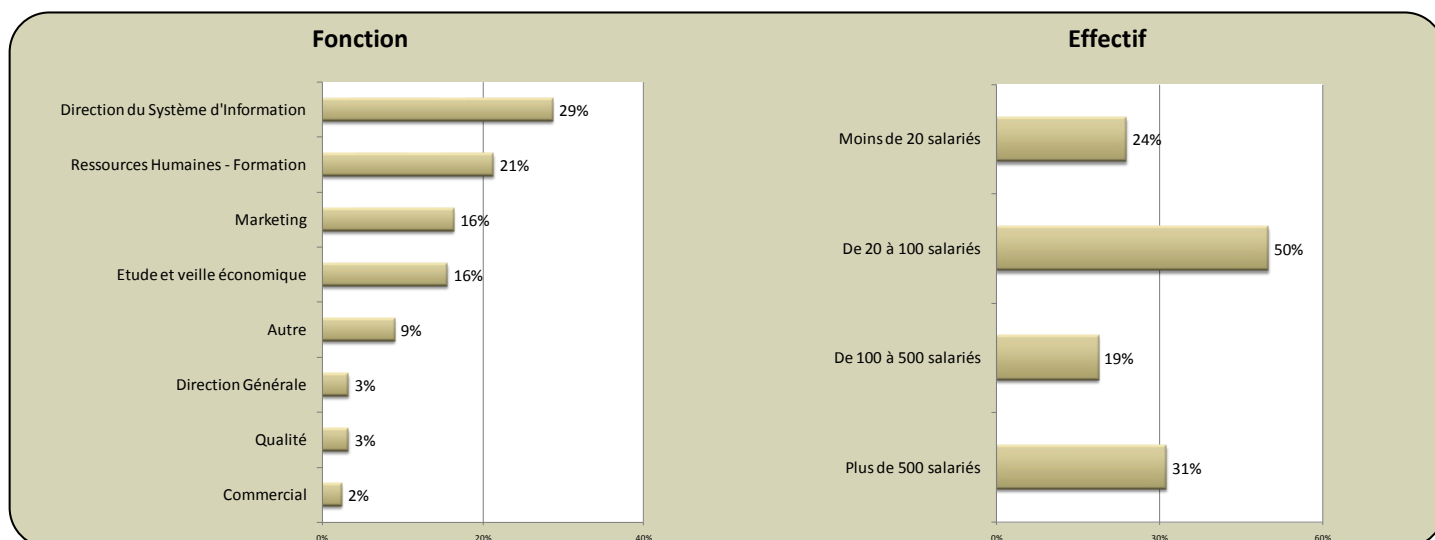
Depuis 2005, le concept a fait son chemin outre-Atlantique et a démontré sa pertinence et son utilité.

Mais qu'en est-il au niveau hexagonal ? L'existence de ce besoin (collecte et traitement de l'information) et l'émergence du concept d'EFM peuvent-ils s'accorder et créer un nouveau marché ?

A travers les visions de différentes fonctions de l'entreprise (informatique, marketing-études et ressources humaines-formation), nous tenterons de mieux :

- comprendre les enjeux liés à la collecte et à l'analyse de l'information,
- évaluer la qualité des outils de recueil et d'analyse d'information,
- analyser la pertinence et l'utilité des solutions d'EFM,
- mesurer le niveau d'intégration des solutions d'EFM,
- quantifier les projets d'évolution vers des systèmes d'EFM.

Les résultats de cette étude reposent sur un questionnaire en ligne administré entre le 15 mars et le 15 mai 2009 à une population de 22 728 professionnels de tous secteurs. Nous tenons à remercier l'ensemble des participants à l'étude pour le temps qu'ils y ont consacré. Parmi le panel des répondants, la fonction Marketing/Etude est la plus représentée (32%), suivie de la fonction informatique (29%), puis du service des ressources humaines (21%).



*Esteban Kolsky était le Directeur de recherche au Gartner de 2000 à 2008. Gartner est une entreprise américaine de conseil et de recherche dans le domaine des nouvelles technologies.

II La qualité des outils de recueil de l'information

Vision de la fonction Informatique

En collaboration avec les directeurs opérationnels, les DSI doivent mettre en place des architectures cohérentes et intégrées. L'enjeu est de contribuer à la rationalisation et l'optimisation des outils utilisés, tout en assurant une corrélation entre stratégie métier et stratégie informatique.

Cependant les résultats de l'enquête montrent que cette collaboration n'est pas toujours effective, la plupart des moyens utilisés pour collecter et traiter l'information échappe à la vision du service informatique.

28% des répondants déclarent ne pas connaître les outils utilisés pour mener les études marketing et de communication et 21% pour la réalisation d'analyses sensorielles et tests consommateurs.

Par ailleurs, une forte externalisation ne favorise pas une vision claire et globale des besoins fonctionnels. Ainsi, 24% des études marketing-communication et 17% des audits internes sont réalisés par des prestataires extérieurs.

L'étude souligne l'existence d'une grande diversité d'outils pour recueillir et traiter les informations.

Le service informatique est beaucoup sollicité pour concevoir des applications sur mesure, capables de produire des indicateurs de qualité de service (38%), des enquêtes de satisfaction (34%) et la qualité des relations avec les fournisseurs (31%).

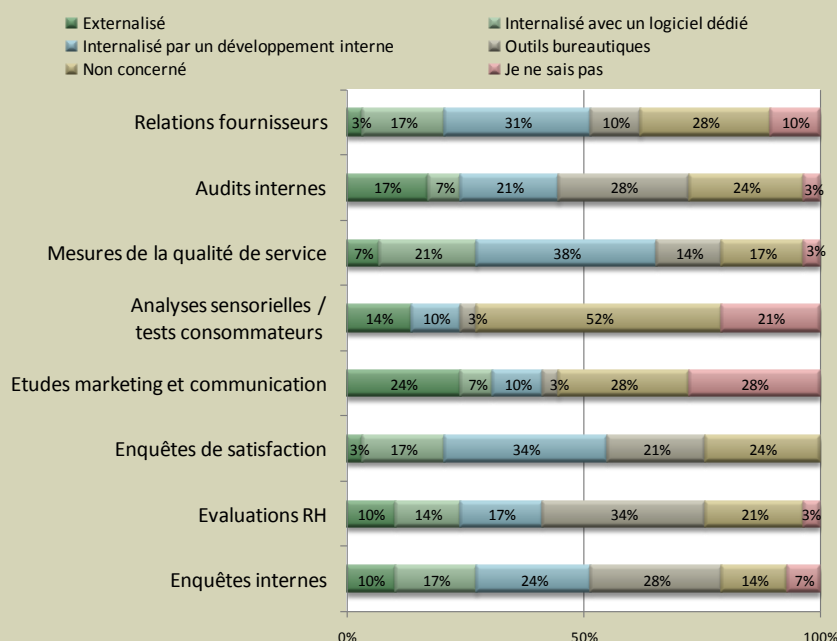
Les départements de l'entreprise ont largement recours à des outils bureautiques non spécialisés (34% pour des évaluations RH, 28% pour des enquêtes et audits internes), en particulier Excel.

Enfin, l'étude met en évidence que l'équipement de logiciels spécialisés dans la collecte et l'analyse d'enquêtes reste faible.

Pour le service informatique, ce morcèlement ne contribue donc pas à :

- un bon suivi des besoins des utilisateurs d'outils de collecte et traitement d'information,
- une bonne rationalisation des processus,
- une bonne intégration des données aux systèmes d'information utilisés par les entreprises ou organisations.

Avec quels outils votre entreprise traite-t-elle les besoins suivants :



II La qualité des outils de recueil de l'information

Vision de la fonction Ressources Humaines - Formation

Les responsables RH et Formation ont pour missions d'identifier, développer, former et fidéliser les meilleurs talents au regard des priorités stratégiques de l'entreprise.

Pour cela ils mettent en place des dispositifs d'évaluation, entretiens annuels, mesure de la qualité de la formation et baromètres sociaux...

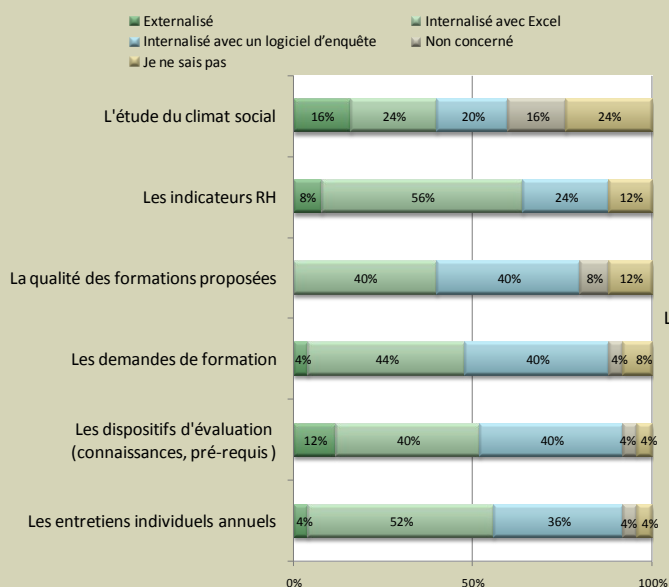
Globalement, les personnes interrogées sont satisfaites de leurs outils de recueil et de traitement de l'information.

En revanche, ces outils sont source d'insatisfaction en matière d'intégration avec le reste du système d'information (48% d'insatisfaits) et de coût d'acquisition (40% d'insatisfaits).

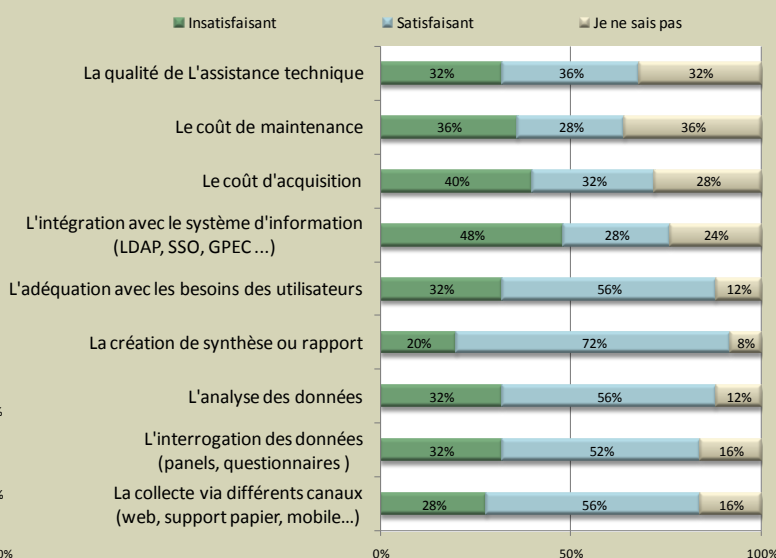
On peut néanmoins s'étonner que, pour réaliser les remontées d'informations très spécifiques au métier RH-formation, la majorité des répondants de la fonction a recours à Excel.

C'est peut-être l'utilisation d'outils bureautiques non-spécialisés qui explique que 32% des répondants se disent insatisfaits de leurs outils en termes d'adéquation à leurs besoins, en particulier en ce qui concerne l'analyse de données (32%).

Comment recueillez-vous et traitez-vous les informations dans les domaines suivants ?



Comment évaluez vos outils de recueil et d'analyse d'information sur les critères suivants :



II La qualité des outils de recueil de l'information

Vision de la fonction Marketing - Etude

A travers les enquêtes, la fonction Marketing-Etude cherche à analyser les attentes et besoins des consommateurs, les atouts et faiblesses de l'entreprise, les contraintes et opportunités de son environnement, afin de concevoir les « bons » produits et services et de se différencier de la concurrence.

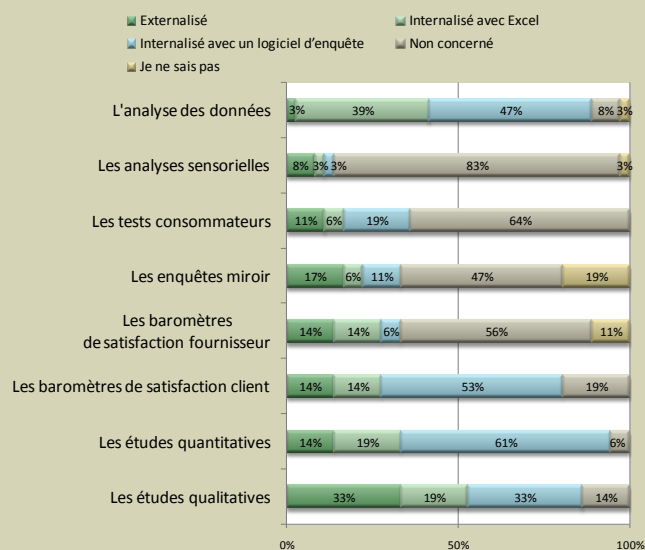
Globalement, le service Marketing-Etude est satisfait de ses outils d'enquêtes. Néanmoins, tout comme la fonction RH-Formation, les principales insatisfactions portent sur le coût d'acquisition (46%) et l'intégration avec le reste du système d'information (43%).

Le recours à des logiciels d'enquêtes pour la collecte et le traitement de l'information prédomine. Cette tendance est particulièrement avérée concernant les enquêtes quantitatives (63% des répondants).

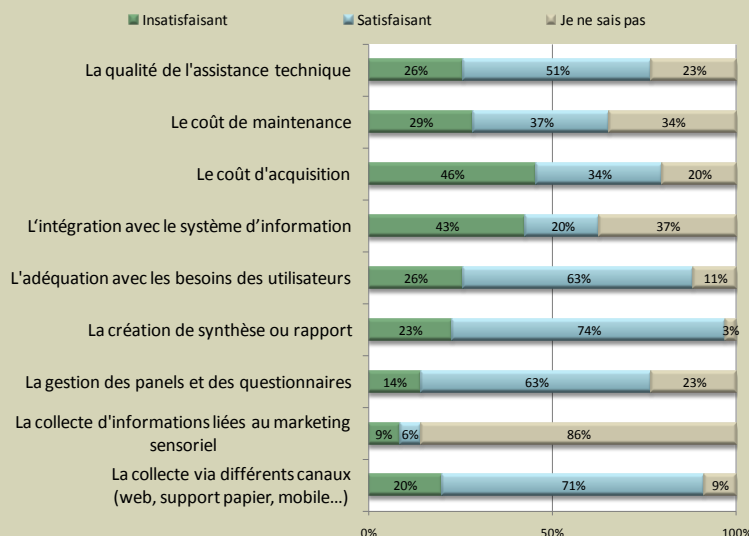
Le recours à l'externalisation semble être privilégié pour la réalisation d'enquêtes qualitatives. Ceci s'explique par la complexité de mise en œuvre et d'analyse de telles études (entretiens individuels et collectifs, analyse textuelle...).

Enfin, on constate qu'Excel, reste très employé notamment pour l'analyse des données.

Comment recueillez-vous et traitez-vous les informations dans les domaines suivants ?



Comment évaluez vos outils de recueil et d'analyse d'information sur les critères suivants :



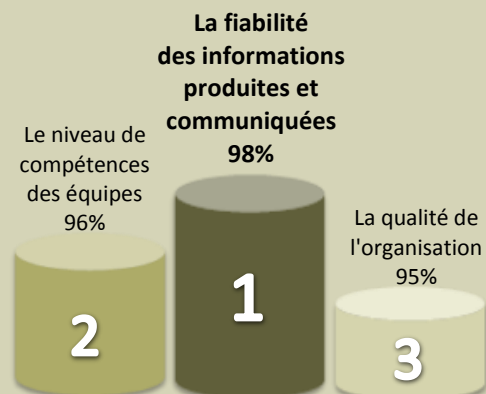
III Le concept d'Enterprise Feedback Management (EFM)

L'importance de l'information dans la performance de l'organisation

Les répondants considèrent que la fiabilité des informations produites et communiquées est le critère le plus important dans la performance d'une organisation.

Toutefois, le simple accès aux informations n'est plus suffisant. Pour générer une valeur, ces informations doivent être précises, et accessibles et transformées en données analysées directement exploitables.

Quel est selon vous le critère qui contribue le plus à la performance de votre organisation ?



L'EFM permet d'établir un dialogue continu avec les employés, partenaires et clients

Ces conditions sont propices au développement des solutions d'EFM (Enterprise Feedback Management).

Elles répondent à ce besoin croissant de collecter un maximum d'information venant de sources internes (salariés, filiales) comme externes (clients, partenaires) et de centraliser ces informations dans des outils qui communiquent entre eux pour écouter, apprendre, réagir et anticiper les besoins de leurs principaux intervenants.

L'EFM permet donc de fournir les éléments nécessaires à la prise de décision à partir d'une seule plateforme gérée par la DSI et intégrée aux systèmes d'information.



IV La pertinence et les avantages du concept d'EFM

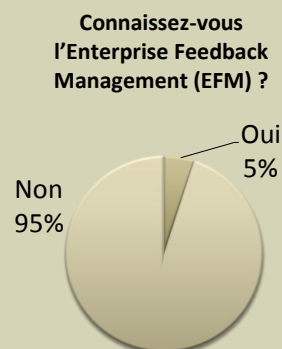
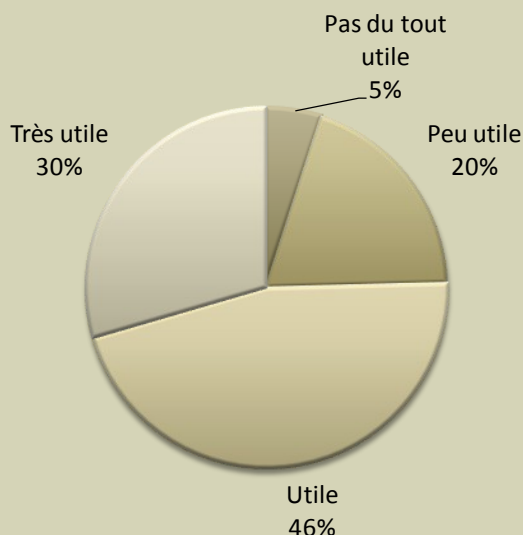
EFM : un concept utile mais qui doit se faire un nom

76% des répondants jugent utile le concept d'EFM même si seulement 5% en connaissent la dénomination.

77% des répondants du service ressources humaines sont particulièrement convaincus de l'utilité d'une telle solution. 68% des répondants du service informatique partagent cette même opinion.

En revanche, les répondants du service du marketing sont plus sceptiques. 53% d'entre-eux émettent des doutes quant à son utilité.

Que pensez-vous d'une solution qui permette d'unifier les outils métiers de collecte et d'analyse d'information dans une seule plateforme gérée par la Direction du Système d'Information et intégrée

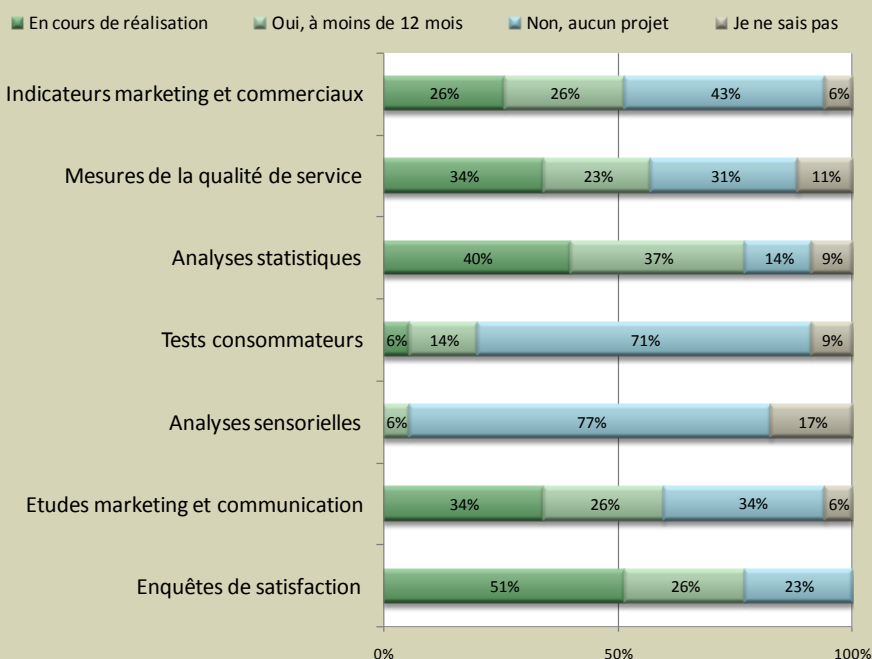


Un marché en expansion

Environ 1 répondant sur 4 envisage de faire évoluer ces outils de recueil et de traitement de l'information à court terme (moins de 12 mois).

Le service des ressources humaines devrait être le plus actif en matière de projet d'évolution de leurs solutions de recueil et de traitement de l'information.

En termes de recueil et de traitement de l'information, quels vont être les prochains chantiers de votre service ?



IV La pertinence et les avantages du concept d'EFM

Des gains de performance à condition de maîtriser les coûts d'implémentation

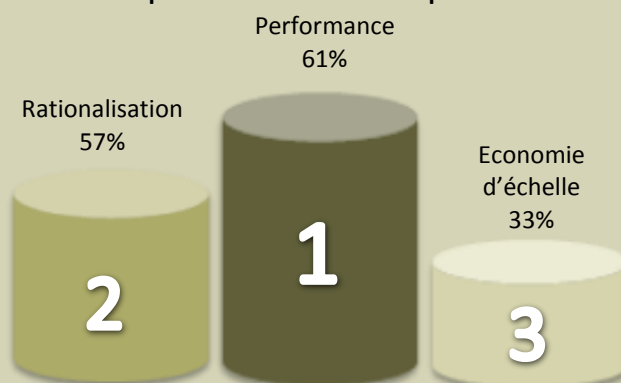
61% des répondants estiment que recourir à de telles solutions permettrait de gagner en performance (amélioration de la qualité, de la fiabilité et de la maîtrise des données) et 57% pensent pouvoir réaliser une meilleure rationalisation (pilotage de l'activité).

Si de telles applications devaient être déployées, les répondants seraient particulièrement attentifs au coût du projet et à l'adéquation de ces solutions aux spécificités des différents métiers de l'organisation.

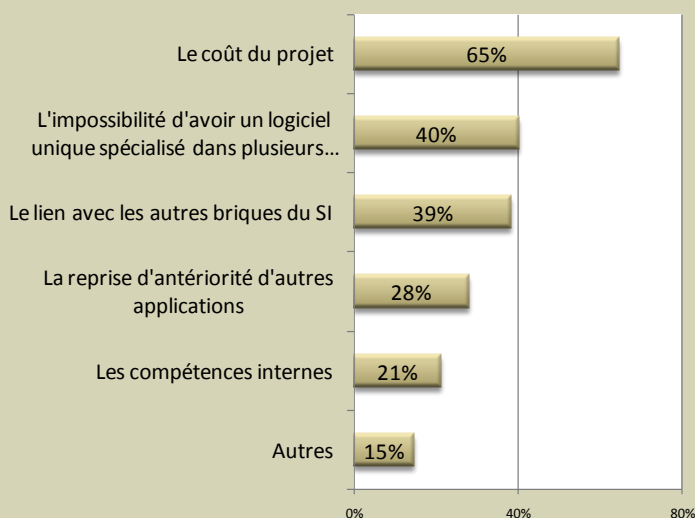
En réponse à ces freins, les éditeurs de solutions d'EFM ont adapté leur offre en proposant :

- des économies d'échelle en proposant qu'une seule plateforme transverse à tous les départements de l'entreprise,
- une meilleure maîtrise des coûts par la délivrance de ces solutions en mode « As A Service » (ASP, SaaS pour Software as a service* ...),
- une meilleure adaptation aux besoins spécifiques par le découpage de la solution en modules métiers ou « briques complémentaires à la plateforme de base ».

Quels seraient selon vous les principaux enjeux auxquels une telle solution répondrait ?



Quels seraient selon vous les principaux freins à l'implémentation d'une telle solution ?



*Solutions SaaS :

Réponse concrète aux impératifs de réduction des risques et des coûts, le Software-as-a-Service est rapidement opérationnel sans investissement initial.

Accessible "en ligne", il favorise la collaboration et l'innovation. Simple à utiliser, il est également riche fonctionnellement. Et leur facturation à l'usage permet d'anticiper tous les coûts associés.



L'information au centre de la performance collective

- Le critère qui contribue le plus à la performance de l'organisation est la fiabilité des informations produites et communiquées.



Outils de recueil et de traitement de l'information

- On note une grande diversité d'outils pour recueillir et traiter les informations qui nuit à l'efficacité et à la rentabilité des organisations.
- Le service informatique est sollicité pour concevoir des applications sur mesure de recueil et de traitement de l'information alors que dans le même temps des solutions métiers existent.
- Globalement les outils employés semblent contenter leurs utilisateurs, bien qu'ils suscitent des insatisfactions en matière de coût et d'intégration avec le reste du système d'information.



EFM : notoriété et utilité

- 76% des répondants jugent utile le concept d'EFM même si seulement 5% en connaissent le nom.
- 61% des répondants estiment pouvoir gagner en performance par la mise en place d'une solution d'EFM.
- 57% pensent réaliser une meilleure rationalisation.
- Les solutions d'EFM doivent apporter des garanties en matière de coûts et d'adaptation aux spécificités propres à chaque service de l'organisation.



Un marché en pleine expansion

- En effet, plus de 25% des entreprises seraient prêtes à s'équiper de solution EFM à court terme.
- La fonction RH-Formation devrait être la plus active pour faire évoluer ses solutions de recueil et de traitement de l'information.
- Ces investissements devraient être soutenus par l'explosion du marché des solutions d'enquête à la demande (SaaS).



89, rue du Gouverneur Général Eboué 92 136 ISSY LES MOULINEAUX
Tel : +33 (0)1 55 95 98 76 - info@grimmersoft.com - www.grimmersoft.com

Acteur majeur de L'Enterprise Feedback Management en France avec la solution en ligne Obseo, Grimmersoft est spécialisé dans l'analyse statistique et la remontée d'informations depuis 26 ans.

Microsoft Gold certified partner et IBM advanced partner, Grimmersoft fournit des solutions réputées pour leur puissance, leur fiabilité et leur ergonomie.



Grimmersoft c'est aussi la garantie de services complémentaires pour vous accompagner tout au long de vos projets. Nous proposons de l'accompagnement technique et fonctionnel autour de nos solutions, des formations personnalisables, une hotline et un websupport, des prestations de services pour réaliser tout ou partie de vos enquêtes.



La solution EFM couvrant l'ensemble des besoins d'enquêtes de l'entreprise, depuis l'acquisition des données jusqu'à la diffusion des résultats sur un portail sécurisé.

Obseo est une plateforme modulaire avec des packages métiers et des applications évoluées pour gérer tous types de problématiques : panels, plans d'expériences, cursus, web reporting...

✓ solution unique adaptée aux spécificités de chaque fonction (RH, formation, Marketing, R&D, Qualité...), Obseo garantit une **rationalisation optimale** des outils et des **économies d'échelle** importantes.

Obseo trouve naturellement sa place dans votre système d'information et s'intègre avec vos applications courantes : LDAP, CRM, SIRH...

✓ solution intégrée, Obseo permet la **fiabilité** et la **fluidité** de l'information dans l'entreprise.

Obseo apporte la souplesse du 100% web : vous vous connectez depuis n'importe quel PC, sans rien télécharger ni installer. Toutes les fonctions sont disponibles à travers votre navigateur web, vous exploitez des résultats mis à jour en temps réel, vous donnez l'accès à des rapports dynamiques en ligne...

✓ solution web, Obseo assure l'**accessibilité** et le **partage** de l'information collectée, véritable vecteur de **performance** au sein de l'entreprise.

Les grandes étapes d'une enquête avec Obseo :

- ➔ **La sélection du panel** (échantillonnage, pré-remplissage des questionnaires, mise à jour dynamique de la base en fonction des réponses),
- ➔ **la création d'enquêtes** (baromètre, étude, test, quizz...) facilitée par une bibliothèque de questions et de questionnaires, de nombreux assistants et la mise en page « wysiwyg » (positionnement libre des éléments à la souris),
- ➔ **la diffusion multi-supports** de questionnaires (papier, web...). Plateforme intégrée d'e-mailing avec contrôle du taux de retour et programmation des e-mails de relance,
- ➔ **l'analyse statistique** des données collectées (palette complète d'outils statistiques des plus simples aux plus avancés),
- ➔ **La restitution des résultats** (portail de résultats sécurisés, export dans Excel).



Ils ont choisi Obseo :
L'Oréal, Bull, GrandVision, Veolia,
Michelin, BP, Manpower...



Marketor

Etudes, Conseil et Services en environnement BtoB



www.marketor.fr



<http://marketor-it.blogspot.com/>



[http://twitter.com/MARKETOR IT](http://twitter.com/MARKETOR_IT)

Maison des ESSEC
70, rue Cortambert
75116 Paris
Tél. : 01 71 16 19 60
Email : innovation@marketor.fr

Autres études publiées en 2009 :

- Gestion des flux documentaires : la qualité du traitement de l'information en question
- Ventes, Marketing, Communication et Service Client : 4 fonctions pour quelle synergie ?
- Fonction RH : les enjeux du capital humain (état des lieux, solutions et perspectives)
- Système d'information hospitalier : optimisation du management et de la qualité dans les Cliniques Privées
- Technologies responsables (Green IT) : impact et meilleures pratiques environnementales

Etudes à venir :

- Direction des Systèmes d'information : rôles, missions et perspectives
- Direction Administration et Financière : enjeux et solutions d'une profession en pleine évolution
- Qualité, hygiène, sécurité et environnement en entreprise