

SENAGROSOL-CONSULT

AGRICULTURE - ENVIRONNEMENT - HYDRAULIQUE - ASSAINISSEMENT

USAID-685-0294-0-00-6247-00

DAKAR - SENEGAL

ELABORATION PLAN SERVICE CLIENTELE

PLAN DE TRAVAIL

Mai 1996

SENAGROSOL-CONSULT

*Siege : BP : 83 16
Passage Laurent BOUILLET Point E - Dakar
Tel : 25 86 34 - Fax : 24 71 08*

PLAN DE SERVICE CLIENTELE

Cadre général du Plan de Service Clientèle

Le Plan du Service Clientèle (PSC), conçu comme instrument des unités d'opération responsables des ressources du programme USAID, a pour objectif de répondre à leurs besoins spécifiques en information, en leur permettant de mieux évaluer les obstacles, les opportunités et les avantages qui se présentent à leurs différents clients dans l'accès et l'utilisation des services du programme. Elle devrait aussi leur permettre de définir leurs unités de mesure et normes de performance, d'évaluer et d'identifier les faiblesses dans la mise en oeuvre de leurs programmes.

Le PSC devrait pouvoir intégrer les besoins de communications internes et assurer les liens actifs avec les partenaires et clients pour la fourniture d'un service de qualité dans le respect des objectifs et valeurs de l'USAID dans le contexte du pays hôte.

Le plan devrait se présenter sous une forme qui puisse être largement distribuée et partagée avec les clients, les partenaires et les parties prenantes ainsi qu'au sein de l'Agence. Il devrait être un document de type itératif de planification et faire l'objet de revues et de révisions périodiques en fonction du feed-back de la part des clients, des partenaires et de l'expérience au sein des unités d'opération.

Dans tous les cas le PSC devrait fournir des données importantes pour la planification stratégique, pour la présentation des résultats et pour les demandes de ressources de l'unité d'opération, soumises périodiquement à l'AID/W. A cet effet il devrait notamment :

- présenter et expliquer les orientations et les objectifs fixés dans le cadre de la réingénierie;
- identifier les clients, les partenaires et autres parties prenantes dans les prises de décisions relatives à l'objectif stratégique des programmes des unités;
- identifier et décrire les services offerts ou à offrir aux clients et aux partenaires et indiquer les points de contact pour chaque service ainsi que les stratégies de communication de l'unité en matière de service clientèle;
- expliquer la manière dont les clients ont fait l'objet d'étude pour déterminer leurs opinions sur les services de l'unité et présenter les domaines identifiés pour l'amélioration de la fourniture et de la qualité de service, et définir les actions que l'unité compte prendre pour traiter ces questions.

- identifier les normes clés de service clientèle comme : la fiabilité; l'efficacité et la rapidité avec lesquelles les actions sont entreprises en réponse à une proposition, une situation; la courtoisie, l'assurance et la confiance; les mesures matérielles et les procédures qui facilitent les contacts efficaces avec les clients; etc.

- expliquer les mécanismes par lesquels les résultats d'enquête sur la clientèle et les normes de service clientèle seront communiqués aux partenaires et aux clients.

Le processus d'élaboration du PIC devrait être le plus simple et le plus pratique possible et impliquer les ressources internes aux unités dont il doit être la "propriété". Celles-ci doivent désigner un ou plusieurs membres pour la coordination du service clientèle avec les équipes d'objectifs stratégiques ainsi qu'avec l'AID/W. Ce processus doit impliquer la revue de la base de connaissance déjà existante et utiliser les documents et autres sources pour développer l'information concernant les réseaux de clients actuels et potentiels, les contextes socio-politiques et économiques qui affectent la participation de plusieurs clients à ses programmes.

L'information à développer devrait notamment comprendre :

1. Une description du réseau de clients des unités, clients définis selon les objectifs stratégiques des programmes et prenant en considération le sexe, l'âge et les autres facteurs sociaux appropriés au contexte du pays. Cette description doit aussi comporter les liens entre l'unité, ses partenaires et ses clients finaux et les rôles des différents éléments du réseau. Il est aussi des points de contact réels entre l'unité, les partenaires et les clients et la fréquence des contacts et l'endroit où ils ont lieu.

2. Les avis et opinions des clients et partenaires sur les programmes de l'unité et les modalités de sa mise en oeuvre.

3. Les parties prenantes clés des programmes de l'unité, leur influence et relations avec les différents clients et partenaires ainsi leur statut éventuel et de partenaires et de clients.

La planification du service clientèle de chaque unité devrait être étroitement intégrée à son plan stratégique général. Elle devrait clairement définir les acteurs, les participants et les bénéficiaires de l'exécution des objectifs stratégiques et indiquer les mécanismes par lesquels l'impact au niveau des personnes sera mesuré et suivi. Elle devrait aussi se conformer au système de directives automatisées de l'Agence pour la planification, l'atteinte, le suivi et l'évaluation.

PROGRAMMATION DES ACTIVITES

PERIODE	ACTIVITES ¹	OJECTIFS
20 -28 mai	Rencontre avec la Directrice de l'USAID Revue des documents Elaboration plan de travail	Précision des attentes de l'USAID
29 mai	Remise du Plan de travail	Etude du Plan de travail
29 mai au 04 juin	Rencontres avec les membres du Customer Service Plan USAID / Mme Oumou BA et les trois groupes du CCPP (communication, formation, CSP) Suite revue des documents Préparation des rencontres avec les partenaires clés	Faire le point de l'avancement du processus de réingéniering Réflexion des trois groupe sur l'élaboration du Plan d'Action
05 juin	Rencontre avec les membres du CCPP	Validation du Plan de travail
05 au 12 juin	Rencontres avec les équipes SOT et partenaires clé des Ministères	Prise de connaissance des objectifs, programmes, actions et clients
12 au 19 juin	Définition de la méthodologie	Rapport sur l'approche méthodologique
20 juin	Dépôt du rapport à l'USAID	Pour observations et commentaires des membres du CCPP
24 au 27 juin	Préparation des rencontres avec les clients et début des rencontres à Dakar	Collecte d'information pour le PSC
28 Juin	Réunion avec le CCPP élargie	Validation de la méthodologie

¹ Les activités définies dans le cadre de ce plan de travail constituent une première ébauche. Elles devraient être affinées lors de la définition méthodologique et pendant le processus d'élaboration du PSC prprement dit.

29 juin au 14 juillet	Rencontres à Dakar et dans les autres régions	Démarrage du processus d'élaboration du PSC
01 - 05 juillet	Préparation des documents de base des ateliers	Préparation des ateliers
8 - 19 Juillet	Organisation des ateliers régionaux	Poursuite du processus d'élaboration du PCS et validation
19-31 juillet	Elaboration du draft du PSC	Remise de DRAFT à l'USAID
1er -30 août	Attente des observations	
30 août	Rencontre avec le CCPP et les SOT	Discussion des observations
A déterminer	Séminaire de présentation du PSC	
1er-15 septembre	Elaboration rapport final	