



# Enquête de satisfaction 2013

## Synthèse des résultats

Aurélie Arnaudon – Chargée évènementiel  
Pôle marketing-communication  
05 55 45 16 20  
[aurelie.arnaudon@limoges.cci.fr](mailto:aurelie.arnaudon@limoges.cci.fr)

# Contexte et objectifs

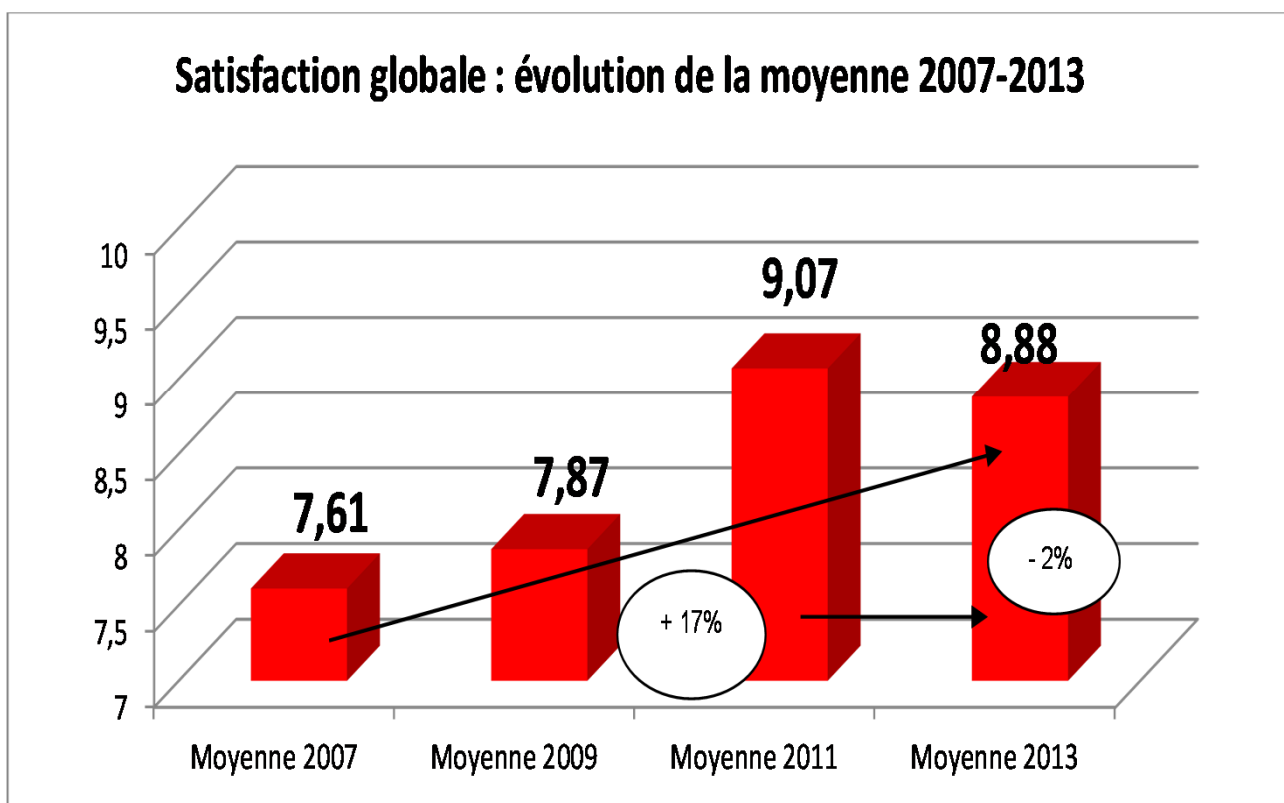
- L'enquête 2013 est la quatrième étude réalisée depuis 2007 (pour rappel, 2007, 2009, 2011 et 2013).
- Les objectifs sont d'évaluer la satisfaction des clients vis-à-vis de l'offre de services de la CCI, et de mesurer son évolution à travers des questions portant sur :
  - ④ Le service apporté et l'image,
  - ④ Les services associés,
  - ④ Les moyens de communication,
  - ④ L'avenir.

400 répondants :

- ④ 60% « plan de visite »
- ④ 20% hors « plan de visite »
- ④ 20% porteurs de projets

# La satisfaction globale

- La note de satisfaction globale est de 8,88 sur 10 soit un léger recul vs 2011 mais la tendance reste très positive depuis 2007 avec + 17% de variation. 400 répondants



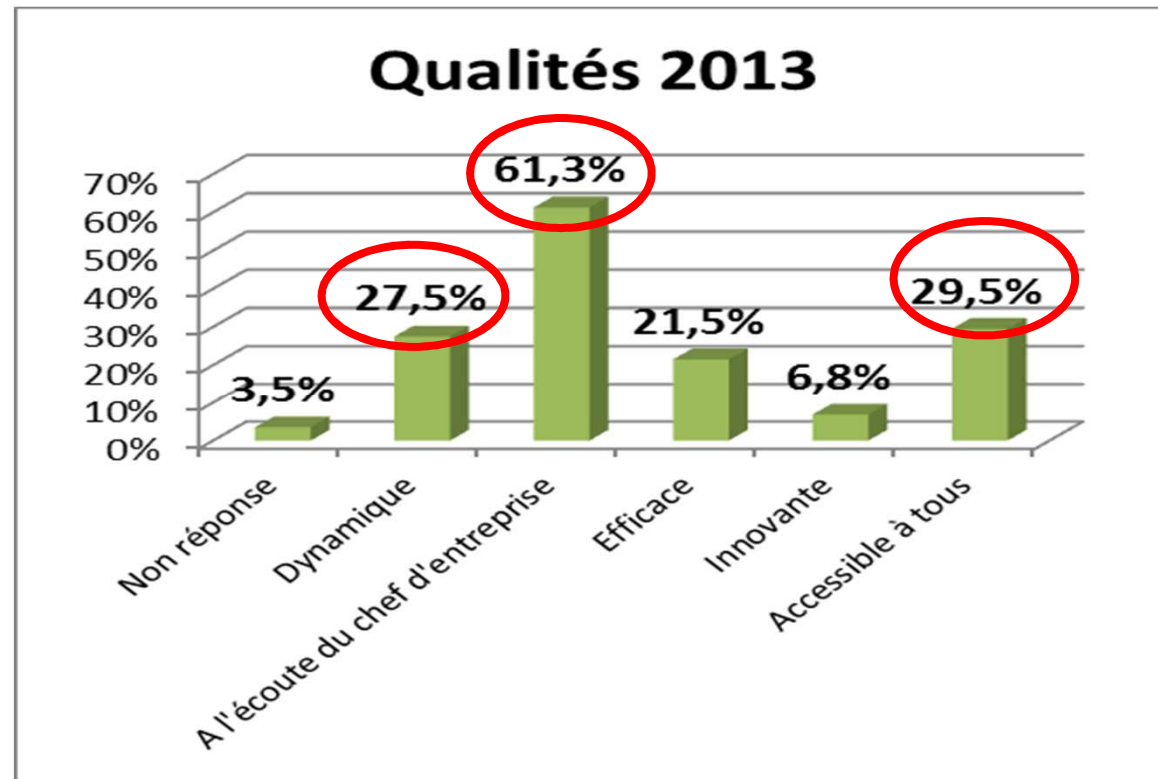
## A noter

> 76% des répondants ont noté **entre 8 et 10**.

> **Les clients hors plan de visite** ont apporté la note la plus élevée avec une moyenne de 9.39 sur 10

# Qualités

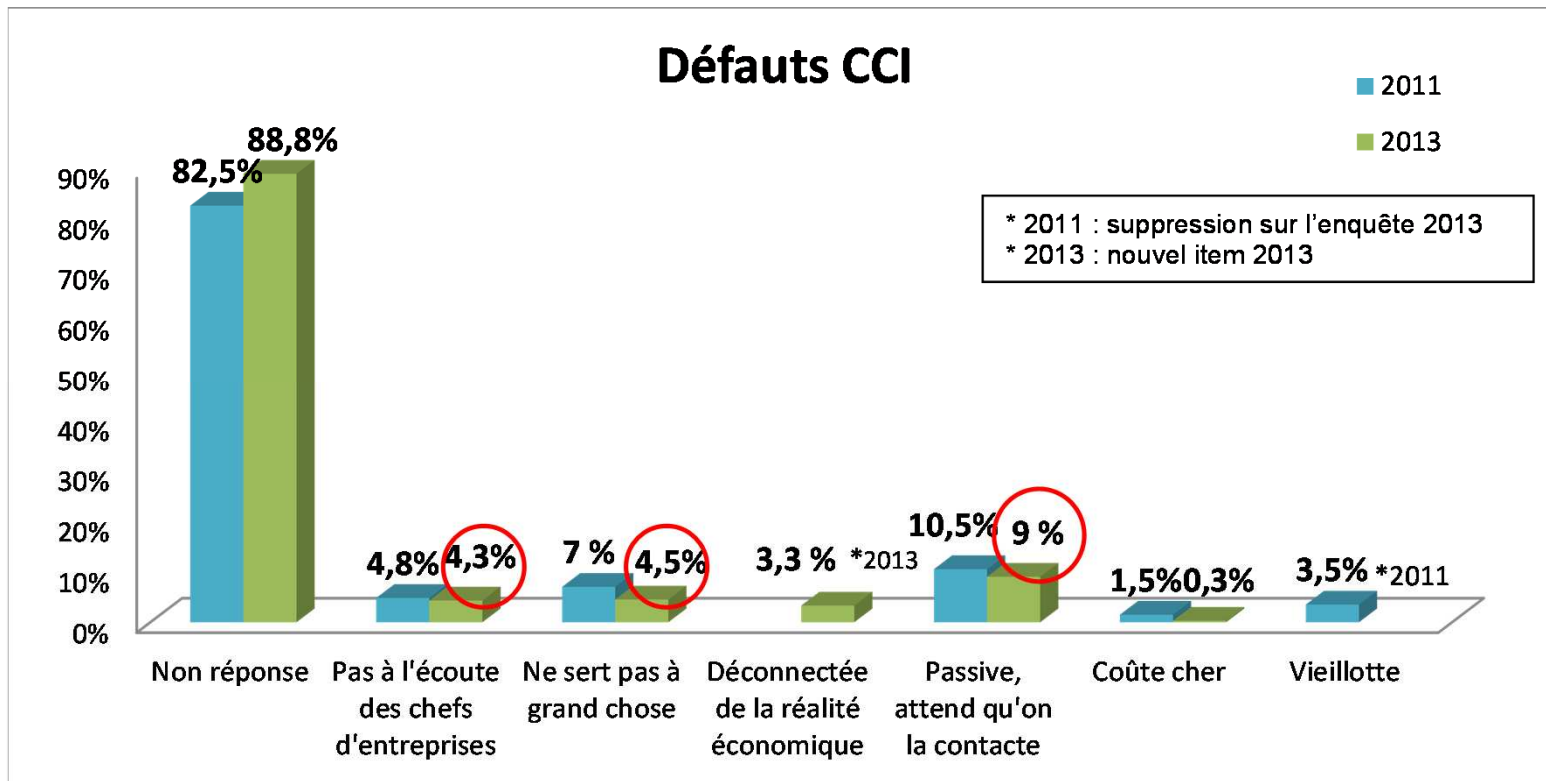
Parmi les qualités citées, quelles sont pour vous les plus représentatives de la CCI ? 386 répondants



- La première qualité attribuée à la CCI est d'être « à l'écoute du chef d'entreprise » et ce depuis 2007

# Défauts

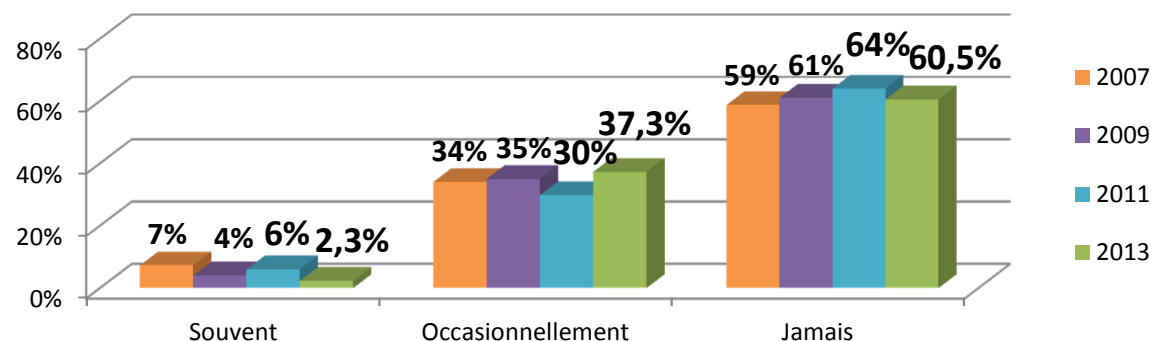
Parmi les défauts cités, quels sont pour vous les plus représentatifs de la CCI ? - 45 répondants



- 11% de la population interrogée ont donné un défaut à la CCI.
- L'image de la CCI qui s'était améliorée entre 2009 et 2011, a continué sa lancée depuis et conserve un positionnement qualitatif.

# Moyens de communication

- La fréquentation du site Internet de la CCI a augmenté depuis 2011(+10%) avec 39,6%% de la population qui le consultent souvent ou occasionnellement. 400 répondants

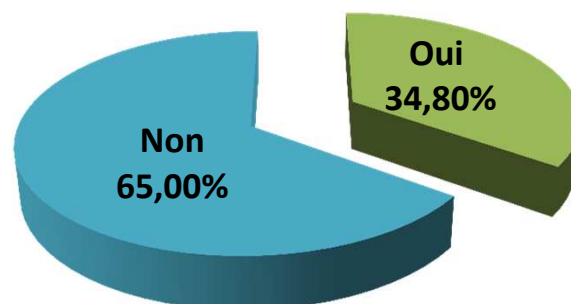


- Le site internet de l'aéroport est moins consulté qu'en 2011 (-20%) avec 12,8% des clients qui le consultent.
- La lettre d'information de la CCI et le magazine Actions sont toujours autant lus avec respectivement 95% et 85% de lecteurs mais la fréquence de lecture change, ils consultent ces outils moins souvent ou de manière moins approfondie.

# Moyens de communication

**Avez-vous déjà consulté le catalogue des formations CCI 2014, envoyé avec le magazine Actions de septembre ? 399 répondants**

Lecture Catalogue formations CCI



- **Le catalogue des formations est consulté par 35% des interrogés et près de 40% des clients** recevant le magazine Actions hors porteurs de projet.

# L'avenir et la CCI

*399 répondants à la question « Qu'attendez-vous de la CCI pour votre entreprise dans les prochaines années ? » Dont 232 soit 58% utiles (or « pas d'avis » et « rien de particulier »).*

Les entreprises estiment que les priorités de la Chambre doivent être :

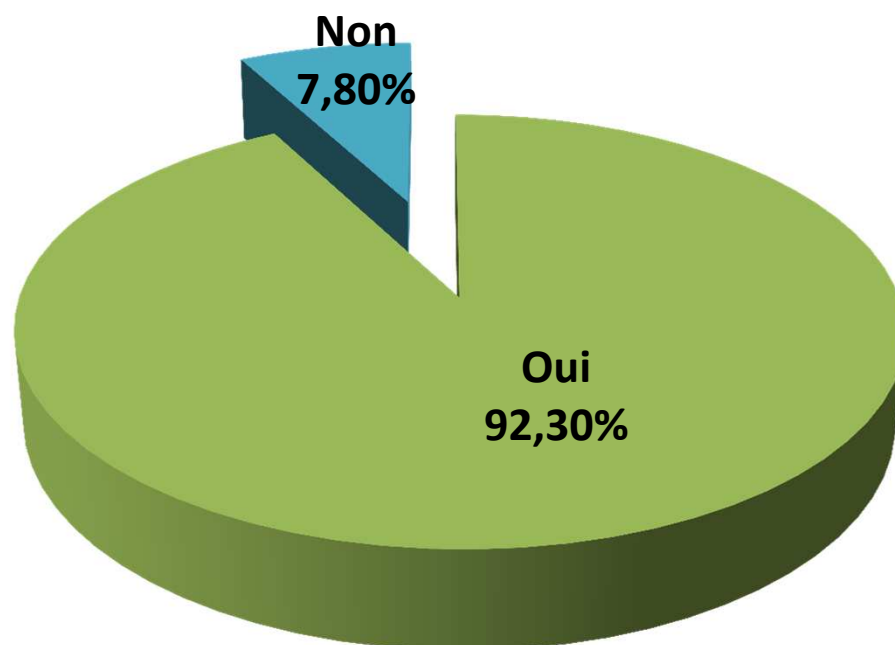
- **L'accompagnement et le soutien au développement des entreprises,**
- **Une écoute privilégiée,**
- **Un relais d'informations,**
- **Des formations,**
- **Une aide spécifique pour la reprise et la transmission.**



# Recommandation

- **92,3% des interrogés recommanderaient la CCI (idem 2011) - 400 répondants**

Recommandation CCI



## A noter

Ils le feraient pour :

- son écoute pour 79%
- son efficacité pour 42%,
- sa fiabilité pour 21,3%
- 95% des porteurs de projet recommanderaient : plus fort pourcentage