

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

.....000.....

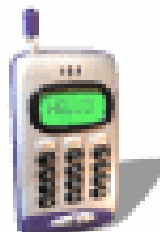
Autorité de régulation de la poste et des télécommunications

.....000.....

Direction Economie et Concurrence



**Sondage sur la téléphonie mobile
Mai 2003.**



Sommaire

1) Introduction.....	1
2) Les objectifs du sondage.....	2
3) L'échantillon du sondage.....	2
4) Champ du sondage.....	3
5) Procédure du sondage et le traitement de l'information.....	3
6) Constat préliminaire du sondage.....	3
7) Principaux résultats de l'enquête.....	4

Résultats détaillés.....

8) Le profil de l'utilisateur de la téléphonie mobile sondé.....	6-15
--	------

9) La perception de l'utilisateur à l'égard de la qualité de service.....	16-21
---	-------

9-1 Choix de l'opérateur.....	16
9-2 Les services supplémentaires.....	17
9-3 Les agences commerciales.....	18-19
9-4 Les clauses des contrats d'abonnement.....	20
9-5 La disponibilité du champ du réseau.....	21

10) La relation entre l'utilisateur et l'opérateur.....	22-30
---	-------

10-1 Les problèmes techniques	22-23
10-2 Le service clientèle.....	24-25
10-3 La Perception des usagers à l'égard du service clientèle.....	26
10-4 Les réclamations enregistrées par les usagers.....	27-30

11) La perception de l'utilisateur à l'égard de la tarification.....	31-34
--	-------

11-1 Connaissance des tarifs appliqués.....	31
11-2 La perception des usagers à l'égard des tarifs de communications.....	32- 33
11-3 Mode de paiement des factures.....	34

12) Les attentes de l'utilisateur de la téléphonie mobile.....	35-36
--	-------

12-1 La fidélité des usagers à l'égard de leur opérateur.....	35
12-2 les attentes des usagers de leur opérateurs.....	36

13) Annexe (questionnaire).....	37
---------------------------------	----



Sondage sur la téléphonie mobile.

I- Introduction

La loi 2000-03 du 05 août fixant les règles générales relatives à la poste et télécommunications a consacré l'ouverture du marché des télécommunications à la concurrence.

Cette ouverture s'est concrétisée par l'attribution d'une licence d'exploitation d'un réseau mobile du type **GSM**, à l'opérateur **Orascom Telecom Algérie** dont la vente des lignes sur le marché a démarré en février 2002.

Dans le cadre des prérogatives que lui confère la loi 2000-03 du 5 août, l'**ARPT** veille à l'application des normes de la concurrence loyale entre les opérateurs et notamment le respect des intérêts des utilisateurs.

« Art.13.L'Autorite de régulation a pour mission de veiller à l'existence d'une concurrence effective et loyale sur les marchés postal et des télécommunications en prenant toutes les mesures nécessaires afin de promouvoir ou de rétablir la concurrence sur ces marchés »

Pour ce faire l'Autorité doit disposer d'une information fiable et objective sur les pratiques des opérateurs vis à vis des utilisateurs, et la perception des utilisateurs de ces pratiques.

A cet effet un sondage téléphonique a été effectué par les services de la direction économie et concurrence de l'**ARPT**, auprès des usagers de la téléphonie mobile des deux opérateurs mobiles, Algérie Telecom (**AT**) et Orascom Telecom Algérie (**OTA**) durant la période allant de 03 mai 2003 à 19 mai 2003.



II- Les objectifs du sondage :

Les principaux objectifs du sondage consistent à :

- Dégager le profil de l'utilisateur de la téléphonie mobile en Algérie.
- Evaluer la perception par l'utilisateur de la qualité de service offerte par les opérateurs du mobile.
- Evaluer la relation entre l'utilisateur et l'opérateur.
- Evaluer la perception par l'utilisateur à l'égard de la tarification.
- Appréhender les motivations et les attentes de l'utilisateur de la téléphonie mobile.

III- L'échantillon du sondage :

La population cible est constituée de tous les abonnés de la téléphonie mobile, dont le nombre atteint 790.000 à la fin Mai 2003.

L'un des impératifs principaux de chaque sondage est de parvenir à réaliser une bonne couverture de la population concernée, à travers un échantillon représentatif.

Ce pendant ces impératifs de la représentativité doivent être fondés selon les caractéristiques de la population mère, à savoir les abonnés de la téléphonie mobile des deux opérateurs.

Des contraintes liées à la disponibilité de l'information souhaitée auprès des opérateurs, du fait qu'ils ne disposent pas de base de sondage selon les caractéristiques de leurs abonnés, n'ont pas permis de dégager un échantillon représentatif et ont conduit les services de l'ARPT à utiliser des listes nominatives sélectionnées d'une manière aléatoire ne répondant pas aux conditions de la stratification du sondage.

Avec un taux de sondage de 1/1000, on a procédé à un échantillonnage aléatoire, c'est donc essentiellement un tirage au sort où chaque élément de la population a la même chance de faire partie de l'échantillon.

La réalisation de ce sondage s'est faite sur la base d'un questionnaire composé de quatre (04) rubriques et 16 questions fermées à travers lesquelles sont matérialisées tous les objectifs du sondage.

Les abonnés sondés ont été sélectionnés en fonction du poids de chaque opérateur sur le marché, la répartition des abonnés pour les deux opérateurs est comme suit :

+



Algérie Telecom : 140.000 soit une part de marché de **18 %**.

Orascom Telecom Algérie : 650.000 soit une part de marché de **82 %**.

IV- Champ du sondage :

Le sondage a couvert les abonnés de toutes wilayas couvertes, à travers un échantillon de 700 abonnés.

Taille de l'échantillon pour : **AT** (n = 200).

OTA (n = 500 dont 350 utilisateurs du prepaid).

V- Procédure du sondage et le traitement de l'information:

L'opération du sondage s'est effectuée sous forme d'appels téléphoniques, dans les bureaux de l'**ARPT**, et ce pendant 10 jours pour l'étape des appels et 20 jours pour la saisie des questionnaires et les traitements dans la base de données à l'aide d'une application en Access.

VI- Constat préliminaire du sondage :

La perception des participants vis à vis du sondage est jugée satisfaisante dans l'ensemble. En effet ,les personnes contactées étaient surprises et méfiantes au début du contact, mais finissent par répondre aux questions, dès qu'on leur explique la mission de l'**ARPT** et les objectifs du sondage.

Sur les 700 abonnés contactés, nous avons obtenu les résultats suivants :

+



572 appels ayant abouti soit **81,7 %** du total.
 128 appels n'ayant pas abouti soit **18,2 %** du total.

Les 128 appels n'ayant pas abouti se décomposent comme suit :

- 37 appels n'ayant pas répondu aux questionnaires pour refus ou non disponibilité au moment de l'appel soit **5,3 %**.
- 57 dont les postes étaient éteints ou hors zone de couverture soit **8,1 %**.
- 34 appels non autorisés surtout pour les abonnés de pré payé soit **4,8 %**.

VII - Principaux résultats de l'enquête :

- ✓ La majorité des participants à l'enquête est constituée par des abonnés résidentiels (**94%**), âgés entre 19 et 40 ans (**70%**), a un niveau scolaire secondaire ou supérieur (**74%**), exerce dans le commerce (**28%**) ou occupe des fonctions de cadres (**27%**) ou fonctionnaires (**15%**) , son revenu mensuel se situe entre 10.000 et plus de 30.000 DA ,et (**59%**) d'entre eux sont mariés.
- ✓ Le choix de l'opérateur est motivé par la disponibilité du service auprès de l'opérateur (**74%**), et l'utilisation des services supplémentaires de la téléphonie mobile reste limitée à l'afficheur (**85%**), la messagerie (**48%**), le renvoi d'appel (**44%**), SMS et le double appel (**37%**) chacun.
- ✓ Plus de quatre abonnés sur dix ayant participé au sondage ont une perception positive concernant les agences commerciales de leurs opérateurs.
- ✓ La majorité des répondants ne connaît pas les clauses et le contenu de leurs contrats à plus de (**80%**).
- ✓ La disponibilité du champ du réseau des deux opérateurs est moyennement appréciée.



- ✓ Les problèmes techniques les plus souvent rencontrés sont les coupures de communications (59%) et le signal réseau qui est insuffisant (53%) ou absent (38%).
- ✓ Les participants au sondage (46%) ont déjà sollicité le service clientèle, pour essentiellement des problèmes de facturation (60%).
- ✓ Le service clientèle des deux opérateurs est bien apprécié pour sa disponibilité (54%), sa qualité d'écoute (58%), son efficacité (53%) par les répondants.
- ✓ La majorité des participants n'a jamais fait de réclamations auprès de leur opérateur (76%).
- ✓ Le traitement des réclamations est jugé moyennement satisfaisant par les clients des deux opérateurs (52%).
- ✓ Les réclamations sont rarement induites en litiges pour les participants (16%).
- ✓ La plus part des répondants n'est pas informée de l'ensemble des tarifs pratiqués par leurs opérateurs (86%).
- ✓ L'accès au service de la téléphonie mobile est jugé abordable pour (35%) des utilisateurs, par contre l'abonnement mensuel est considéré cher (52%).
- ✓ Les utilisateurs ayant participé à l'enquête, considèrent que les tarifs pratiqués par leurs opérateurs sont moyennement chers, toutefois, le tarif des communications dans le même réseau est jugé abordable (44%).
- ✓ Le paiement par espèces est le mode le plus utilisé par les participants (92%).
- ✓ Plus de la moitié des répondants (55%) ne pense pas à un changement d'opérateur à l'heure actuelle sauf dans le cas d'introduction d'un nouvel opérateur sur le marché.
- ✓ La majorité des répondants estime que leur opérateur doit améliorer dans l'avenir : ses tarifs (75%), sa couverture (70%), sa qualité de service



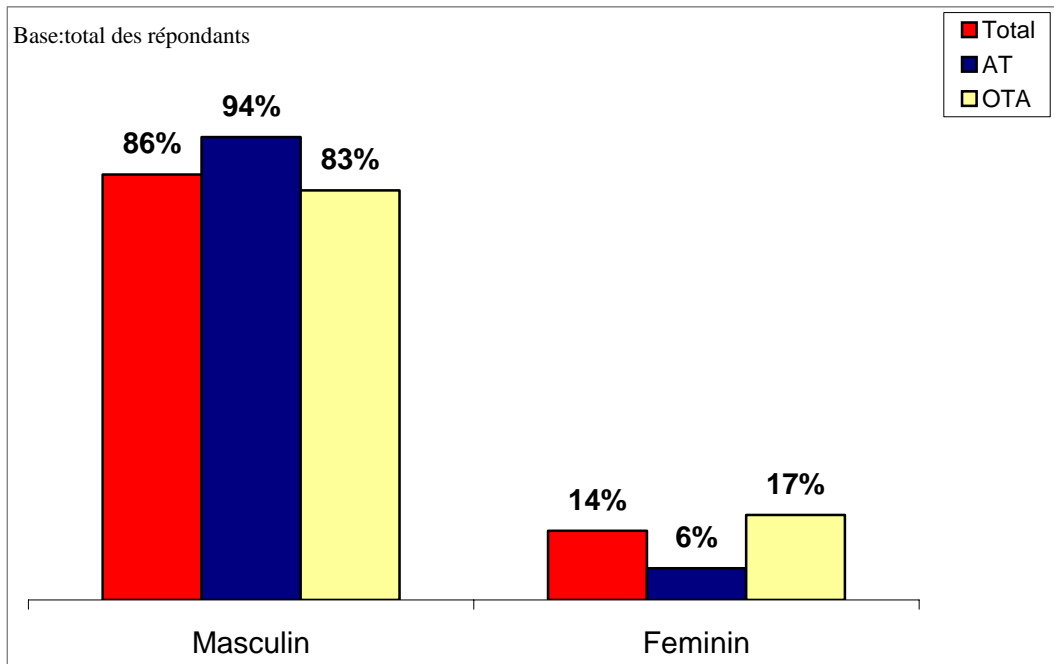
Le profil de l'utilisateur de la téléphonie mobile sondé .

N=572 (total)

n=171 (AT)

n=401 (OTA dont 272 prepaid)

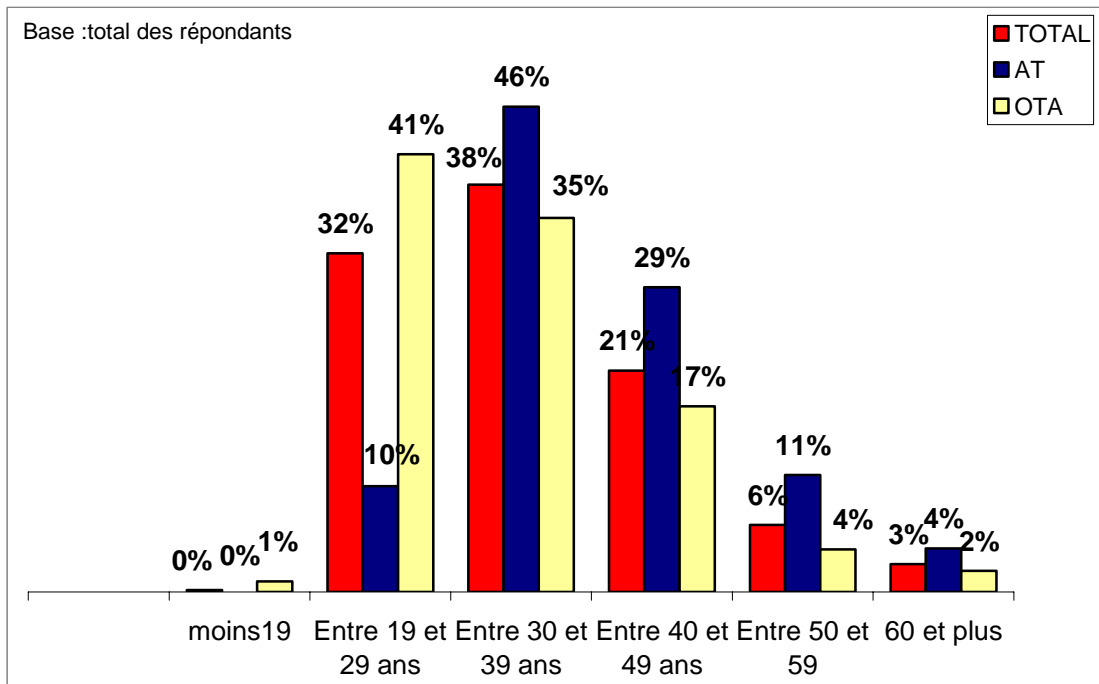
1)- Sexe :



- La majorité des utilisateurs du mobile ayant participé au sondage est constituée par des hommes (86 %).
- Les hommes sont largement majoritaires (94%) dans le réseau de **AT**.
- Les femmes participantes au sondage sont de l'ordre de 14 % .



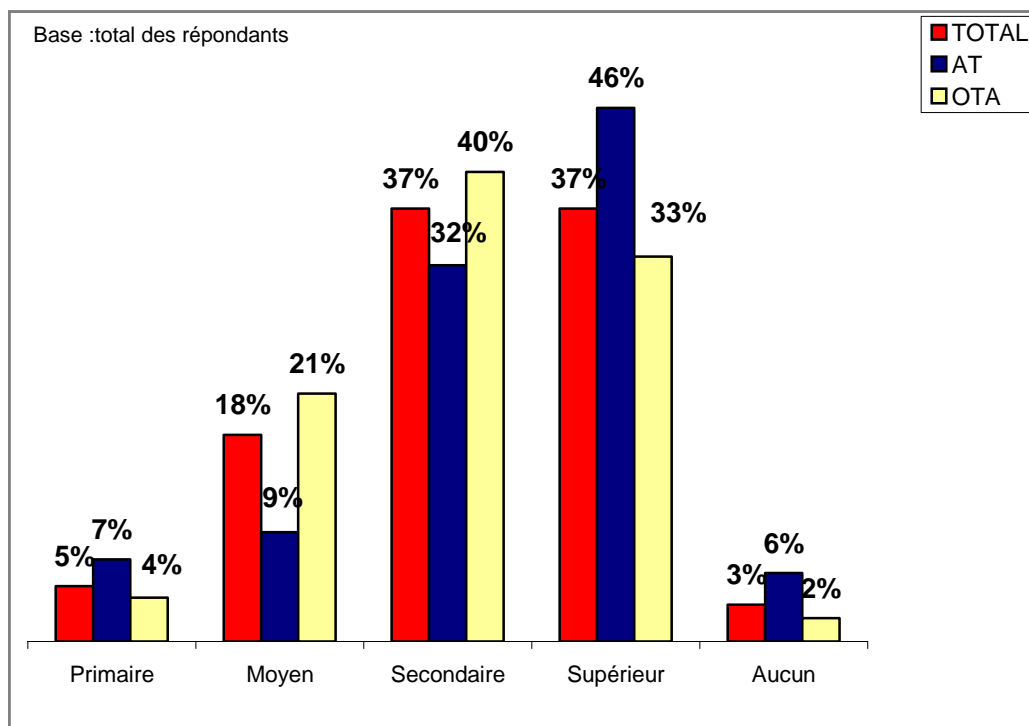
2)-Age :



- La tranche d'âge la plus concernée par le mobile est entre 30 et 39 ans ,elle représente (**38 %**) de l'ensemble des répondants.
- Par ailleurs les tranches de moins de 19 ans et plus de 60 ans semblent moins concernées par ce service (3%).
- 5 sur 10 des personnes interrogées, étant clients de l'opérateur **AT** ont moins de 40 ans.
- La plus grande part des clients de l'opérateur **OTA** (76%) ont moins de 40 ans, ça concerne plus les utilisateurs du **prépaid** (79%).



3)-Niveau scolaire :

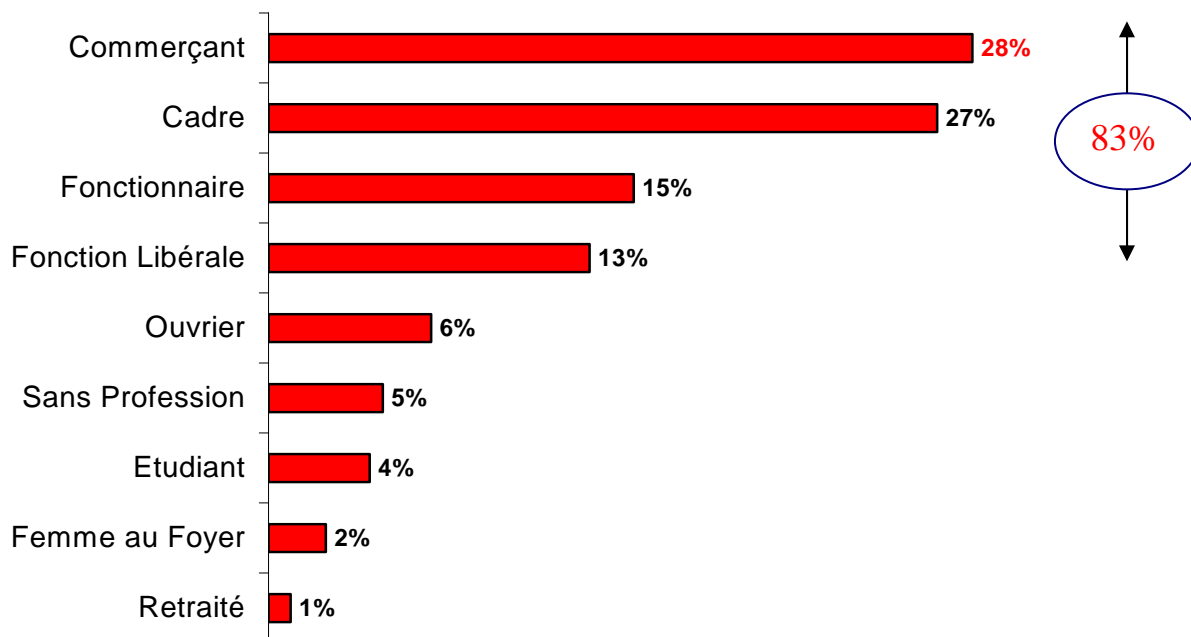


- Plus de 7 personnes interrogées sur 10 ont un niveau scolaire secondaire ou supérieur.
- Près de la moitié (46%) des clients de l'opérateur **AT** a un niveau supérieur.
- Les clients de **OTA** ont un niveau secondaire à (40%), ils représentent (43%) des utilisateurs du **prépaïd**



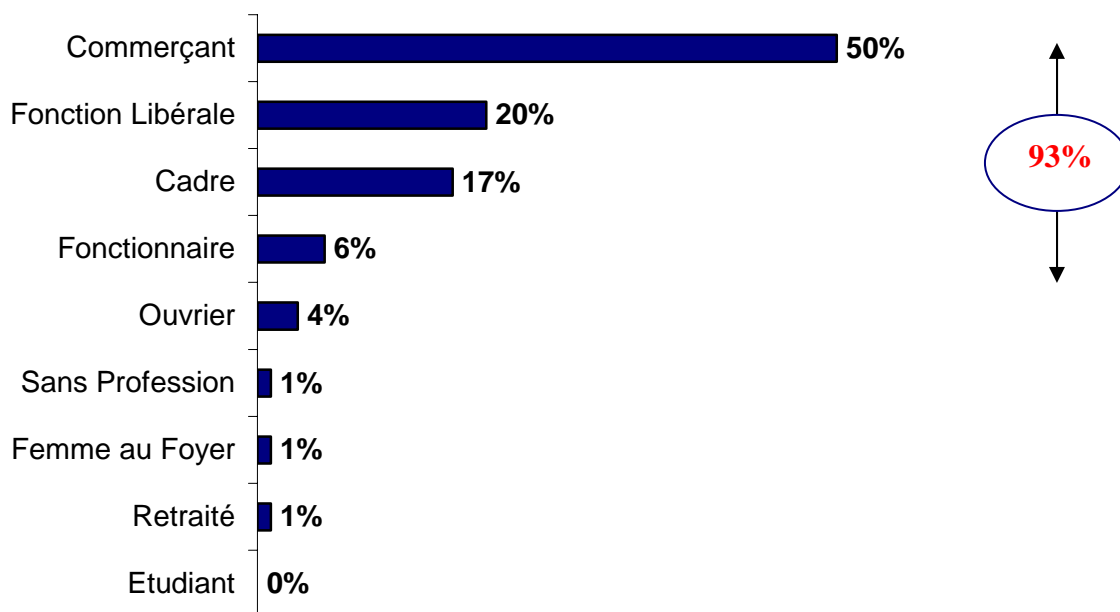
4)- Profession des abonnés :

a)-Total des répondants :



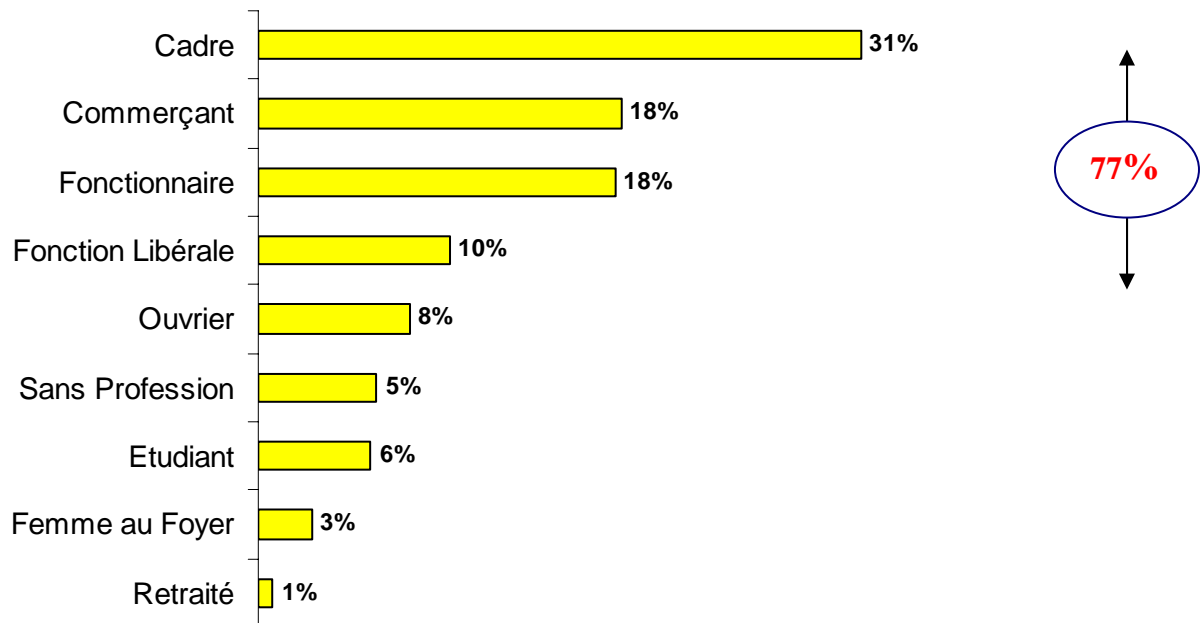
- Les utilisateurs de la téléphonie mobile ayant participé au sondage sont essentiellement des commerçants ,cadres ,occupants des fonctions libérales et fonctionnaires à (**83%**).

b)- AT :



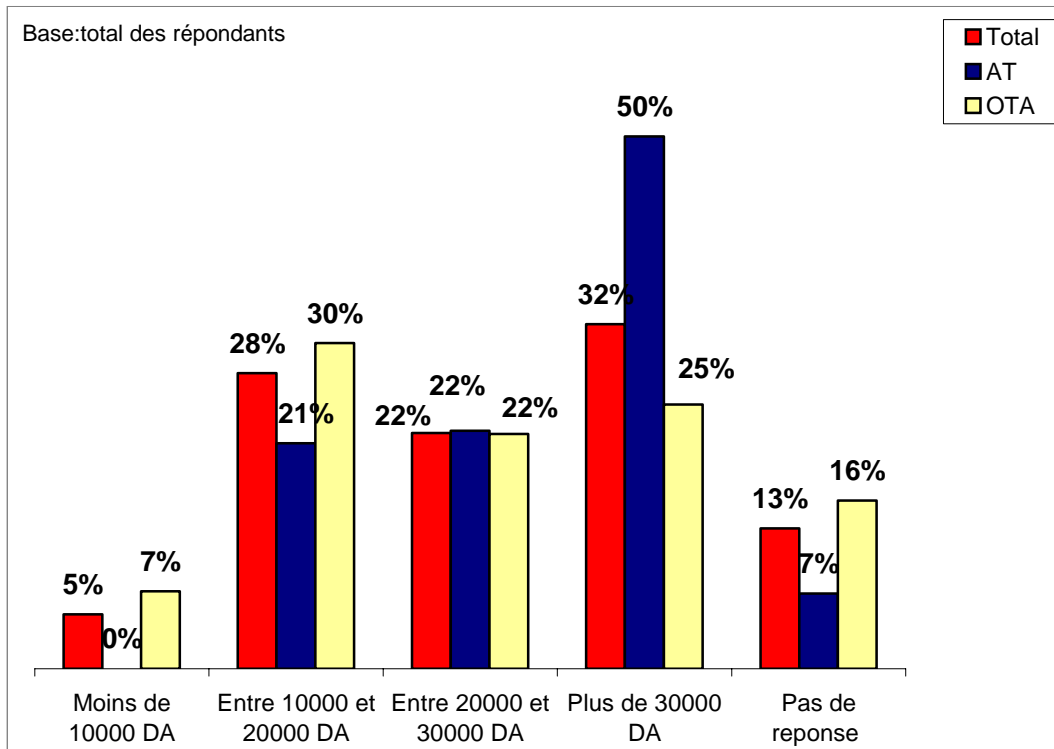
- La moitié des les clients de **AT** sont des commerçants , tandis que (20%) occupent des fonctions libérales et (17%) sont des cadres.

c)-OTA :



- La répartition des clients par profession pour l'opérateur **OTA** ,touche aussi la même catégorie des professions (77%) et également , les ouvriers (8%),étudiants et les sans professions(6%) chacun.

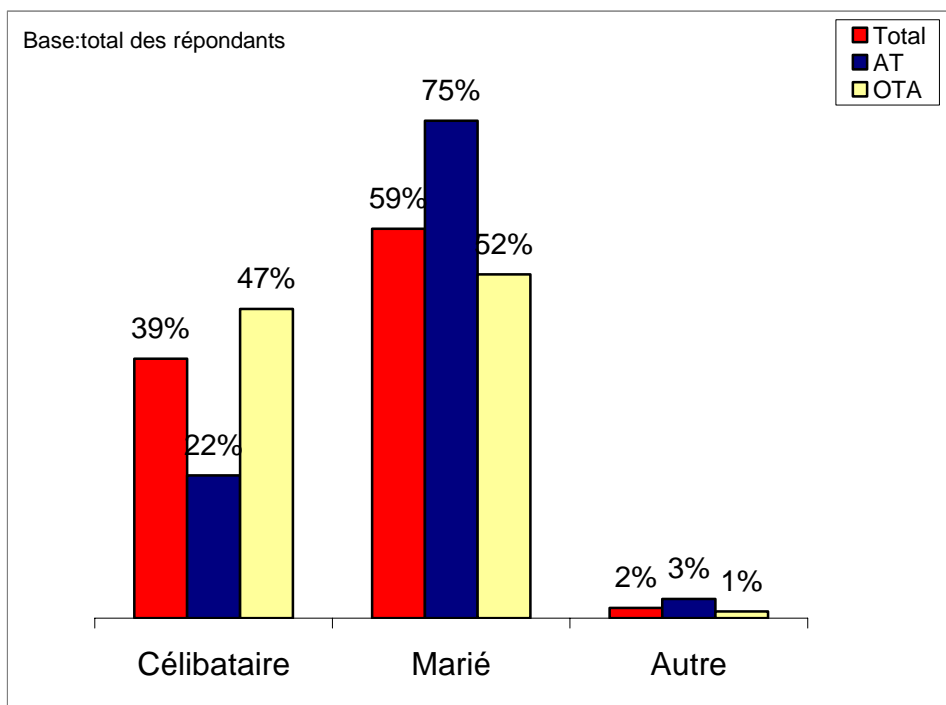
5)- Revenu mensuel des abonnés :



- Prés de 3 utilisateurs du mobile sur 10 ayant participé au sondage ont un revenu de plus 30.000 DA et (**50%**) parmi eux déclarent avoir un revenu qui varie entre 10.000 et 30.000DA.
- La moitié des clients de **AT** ont un revenu supérieur à 30.000 DA.
- Plus de (**50%**)des clients de **OTA** ont un revenu qui varie entre 10.0000 et 30.000 DA.
- Pus de (**70%**) des clients de **OTA** concernés par cette tranche de revenu sont des utilisateurs du prepaid.



6)-Situation d'état civil.



- Près de deux tiers des répondants sont mariés (59%).
- (75%) des clients de **AT** ont le statut de marié ,quand aux clients de **OTA**, ils représentent (47%).
- Plus de 5 personnes sur 10 parmi les utilisateurs du prepaid sont célibataires.



7)-Répartition des abonnés par zones géographiques

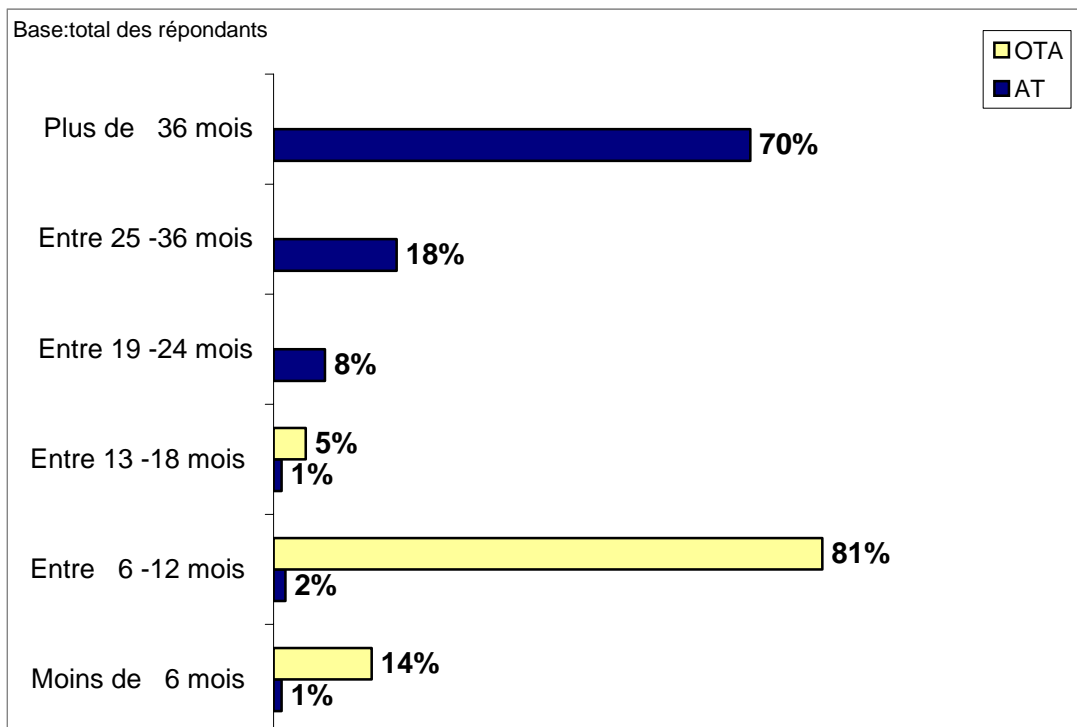
Zones géographiques	TOTAL N=572	AT N=171	OTA N=401
Centre	42%	36%	41%
Alger	25%	35%	20%
Tizi ousou	4%	0%	6%
Blida	3%	0%	4%
Boumerdes	2%	1%	2%
Tipaza	2%	0%	2%
Béjaia	4%	0%	5%
Médéa	2%	0%	2%
EST	22%	34%	16%
Constantine	13%	30%	7%
Annaba	2%	1%	2%
Skikda	2%	1%	2%
Sétif	3%	2%	4%
Batna	1%	0%	1%
M'sila	0%	0%	0%
Jijel	1%	1%	0%
Ouest	32%	30%	37%
Oran	25%	26%	25%
Tlemcen	3%	1%	4%
Mascara	0%	1%	1%
Relizane	0%	0%	1%
Ain Temouchent	1%	2%	0%
Mostaganem	1%	0%	4%
Sidi Bel Abbes	1%	0%	1%
Chlef	1%	0%	1%
SUD	4%	0%	6%
Ouargla	4%	0%	5%
Biskra	0%	0%	1%
Laghouat	0%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%

- ❖ Remarque : La répartition des clients par zones géographiques est représentative des listes fournies par les deux opérateurs.
- ❖ Les répondants sont majoritaires dans le Centre et l'Ouest (42%) et (32%)

+



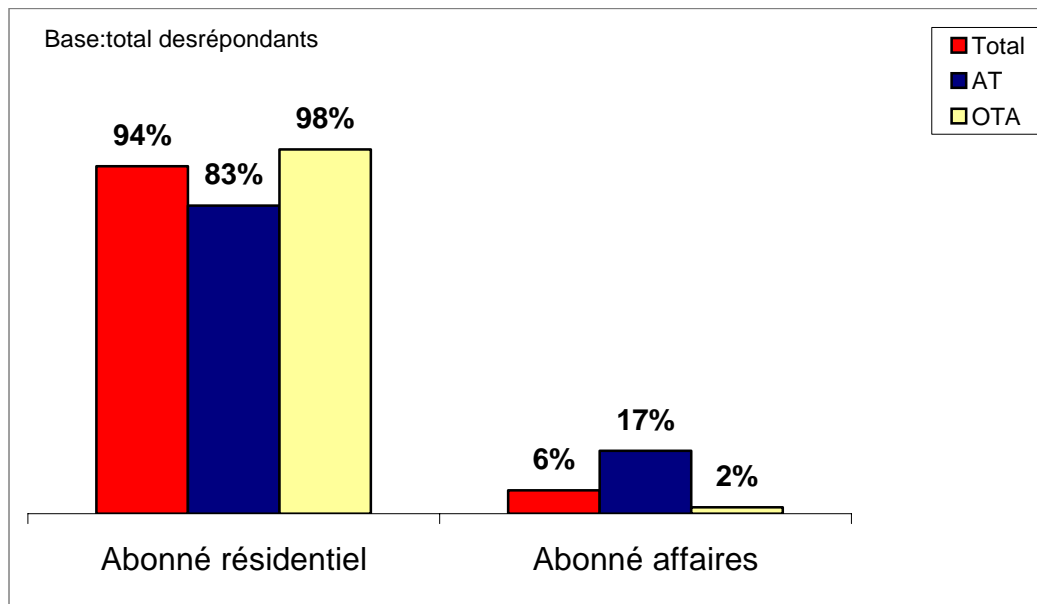
8) -La durée du contrat :



- Plus de la moitié (**58%**) des répondants utilise le téléphone mobile depuis 6 à 12 mois.
- Du fait que l'opérateur **AT** était le seul fournisseur du téléphone mobile pendant une période de plus de 5ans ,la durée du contrat de ses clients est plus longue , en effet (70 %) des répondants ont la ligne du mobile de **AT** depuis plus de 3 ans.
- 81 % des clients de **OTA** utilisent le mobile depuis 6 et 12 mois.
- 82 % des clients de **OTA** utilisent le mobile en formule **prépaid** entre 6 et 12 mois.



9) Types de contrat :



- Les abonnés résidentiels sont majoritaires (94%) parmi les participants au sondage.
- 17% des clients de **AT** sont des abonnés d'affaires



I- La perception de l'utilisateur à l'égard de la qualité de service offert.

Le choix de l'opérateur.

Q1-Avez-vous choisi cet opérateur pour les raisons suivantes ?

Les raisons du choix de l'opérateur	Total (n=572)	AT (n=171)	OTA (n=401)
▪ Prix attractifs	22%	6%	28%
▪ Principe de la tarification simple	20%	2%	28%
▪ Publicité attractive	9%	0%	13%
▪ Meilleures relations commerciales	13%	9%	15%
▪ Services innovants	9%	9%	9%
▪ Rareté du produit	74%	95%	65%
▪ Problème rencontré avec l'autre opérateur	19%	0%	27%

*Le total en colonnes peut excéder 100 % ,les répondants ayant droit à plusieurs choix.

- D'une manière générale, le principal critère du choix de l'opérateur cité est la rareté du produit pour (74%) de l'ensemble des répondants.
- Concernant l'opérateur historique **AT**, cette proportion est plus importante (95%) ,ce ci est expliqué par le fait que **AT** était le seul opérateur sur le marché .
- Ce critère est aussi mentionné par les clients de **OTA** à (65%) ,alors que (28%) estiment que leur choix pour l'opérateur est motivé par les prix attractifs et le principe de la tarification simple. (27%) citent le critère du problème rencontré avec l'autre opérateur.
- Toutefois les utilisateurs du **prepaid** citent, d'une part, le critère de la rareté du produit (57%) , et d'autre part , les prix attractifs (33%) , et le principe de la tarification simple (36%).
- Ce constat révèle la prématurité du marché du mobile en Algérie et l'inexistence d'une concurrence réelle entre les deux opérateurs.



Les services supplémentaires.

Q2- Quels sont les principaux services supplémentaires de la téléphonie mobile que vous utilisez ?

Les services de la téléphonie mobile les plus utilisés.	Total (n=572)	AT (n=171)	OTA (n=401)
▪ Téléphone	100%	100%	100%
▪ Messagerie (boite vocale)	48%	26%	57%
▪ Identification de l'abonné appelant (afficheur)	85%	79%	88%
▪ SMS (mini message)	37%	13%	47%
▪ Double appel	44%	17%	55%
▪ Renvoi d'appel	37%	15%	47%
▪ Interdiction de l'affichage du numéro (clir)	14%	8%	17%
▪ Consultation de solde	22%	0%	31%
▪ Transmission de photocopie (fax)	3%	0%	5%
▪ Roaming (nombre de pays)	14%	9%	16%
▪ Multiconférence	1%	0%	1%
▪ Transmission de données	2%	1%	2%
▪ Changement de numéro	1%	1%	0%
▪ Facturation détaillée	3%	2%	3%
▪ Aucun service	9%	13%	6%

*Le total en colonnes peut excéder 100 % ,les répondants ayant droit à plusieurs mentions.

- L'identification de l'abonné appelant (afficheur) est largement le service le plus utilisé par les participants au sondage (85%).
- Parmi les services supplémentaires les plus utilisés pour les usagers de **AT** ,l'afficheur vient toujours en tête avec (79%) contrairement aux autres services dont les proportions sont moins importantes (26%) pour la messagerie et (17%) pour le double appel.
- Les clients de **OTA** semblent plus concernés par les services supplémentaires dont les proportions sont nettement plus importantes : l'afficheur (88%), la messagerie (57%) , le double appel (55%) , le renvoi d'appel et le SMS (47%) chacun.



Les agences commerciales.

Q3-Appréciez-vous la qualité de service dans les agences commerciales de votre opérateur concernant :

La qualité d'accueil	Total (n=572)	AT (n=171)	OTA (n=401)
Bonne	49%	33%	56%
Moyenne	22%	22%	22%
Mauvaise	25%	38%	20%
Ne sait pas / refus	4%	7%	2%
La qualité d'information diffusée (dépliant, spots publicitaires)	Total	AT	OTA
Bonne	45%	29%	52%
Moyenne	25%	19%	28%
Mauvaise	24%	40%	17%
Ne sait pas / refus	6%	12%	3%
La qualité d'informations des clauses du contrat et des conditions de sa résiliation.	Total	AT	OTA
Bonne	35%	25%	40%
Moyenne	28%	28%	28%
Mauvaise	17%	26%	14%
Ne sait pas / refus	20%	21%	18%

- Près de la moitié (49%) des personnes interrogées lors du sondage , apprécient bien la qualité d'accueil dans les agences commerciales de leurs opérateurs alors que (25%) la jugent mauvaise.
- Les avis sont très partagés pour les clients de **AT** .En effet l'accueil est qualifié de mauvais à (38 %) et bon à (33 %).
- Plus de la moitié des personnes interrogées considère que leur opérateur **OTA** offre une bonne qualité d'accueil dans ses agences commerciales, alors que près de 22 % l'estime tout juste moyenne.



- La proportion des répondants qui estiment que la qualité d'information diffusées par les deux opérateurs bonne est de (45%).
- Par ailleurs (40%) des abonnés de **AT** trouvent que leur opérateur ne fournit pas d'efforts concernant la diffusion de l'information.
- Il est constaté que la qualité d'informations diffusée par l'opérateur **OTA** est bien appréciée par plus de la moitié de ses clients (52%).

- Au total, (35%) des participants au sondage, estiment que la qualité d'information des clauses du contrat et les conditions de sa résiliation est bonne par contre (28%) la jugent moyenne.
- Les abonnés de **AT** sont assez partagés en ce qui concerne leur opinion sur la qualité d'information des clauses de leur contrat.
- 4 clients sur 10 de l'opérateur **OTA** trouvent que ce dernier leur fournit une bonne qualité d'information concernant les clauses de leur contrat.



Les clauses des contrats d'abonnement.

Q4-Connaissez- vous suffisamment les clauses de votre contrat d'abonnement en ce qui concerne :

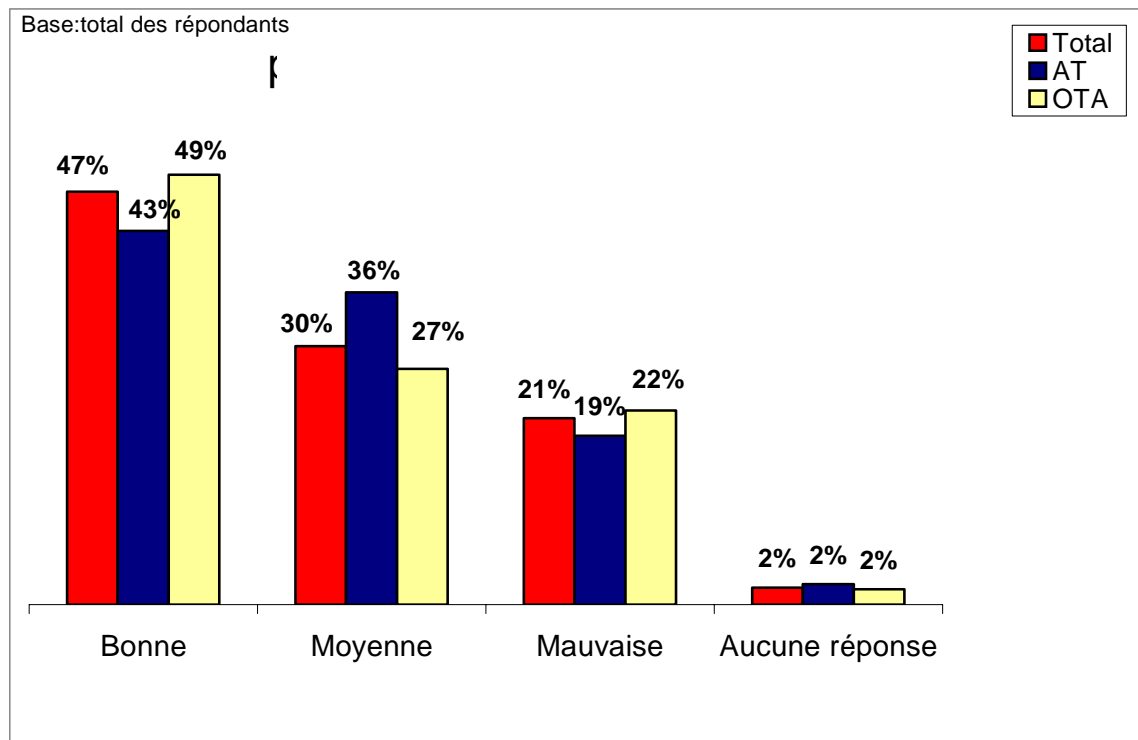
Service offert	Total (n=572)	AT (n=171)	OTA (n=401)
Oui	19%	15%	21%
Non	67%	70%	65%
Ne sait pas/ refus	14%	15%	14%
Tarifification	Total	AT	OTA
Oui	19%	15%	20%
Non	67%	70%	65%
Ne sait pas / refus	15%	15%	15%
Couverture géographique	Total	AT	OTA
Oui	18%	14%	19%
Non	67%	70%	66%
Ne sait pas / refus	15%	16%	15%
Les options	Total	AT	OTA
Oui	20%	18%	21%
Non	64%	66%	63%
Ne sait pas / refus	16%	16%	16%

- La grande majorité des personnes interrogées , semble ignorer les clauses et les informations concernant leur contrat. Ceci peut être expliqué par le fait que les abonnés des deux opérateurs ne donnent pas de l'importance pour la lecture du contrat ou par le fait que les opérateurs ne s'engagent pas suffisamment à produire une qualité d'information lisible et complète pour les usagers.



La disponibilité du champ du réseau.

Q5- Appréciez-vous la disponibilité du champ du réseau de votre opérateur ?



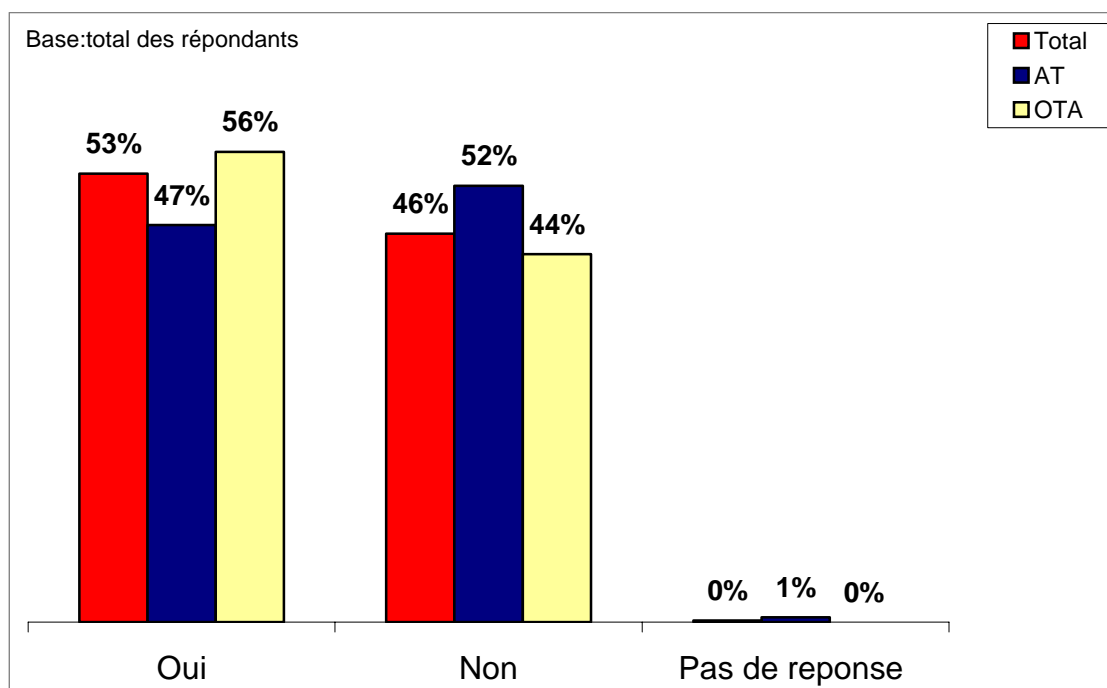
- La disponibilité du champ du réseau est bien appréciée pour (47%) des répondants.
- Les utilisateurs du réseau mobile de l'opérateur **AT** estiment que la disponibilité du champ est bonne à (43 %) et moyenne à (36 %).
- La disponibilité du champ du réseau de l'opérateur **OTA** est jugée bonne selon (49%) des personnes interrogées, alors que (36 %) d'entre eux jugent qu'elle est moyenne



II- la relation entre l'utilisateur et l'opérateur.

Les problèmes techniques.

Q6- Avez vous enregistré des problèmes techniques avec votre opérateur ?



- La proportion des répondants ayant rencontré des problèmes techniques est de (53%) pour les clients des deux opérateurs.
- Toutefois (52 %) des abonnés de l'opérateur **AT** ayant répondu à cette question n'ont jamais rencontré de problèmes techniques.
- Plus de la moitié (56%) des clients de l'opérateur **OTA** a déjà enregistré des problèmes techniques , aussi bien pour le **pré payé** que pour le **post payé** .



Q7-Quel type de problème technique avez vous eu à faire ?

Base :les répondants ayant rencontré des problèmes techniques.

Types de problèmes	Total (n=306)	AT (n=81)	OTA (n=225)
▪ Absence du signal réseau	38%	28%	41%
▪ Coupures	59%	64%	57%
▪ Signal réseau insuffisant	53%	46%	56%
▪ Appel vers GSM de même opérateur non abouti	15%	16%	15%
▪ Appel vers GSM d'un autre opérateur	20%	15%	22%
▪ Appel vers fixe non abouti	19%	9%	22%

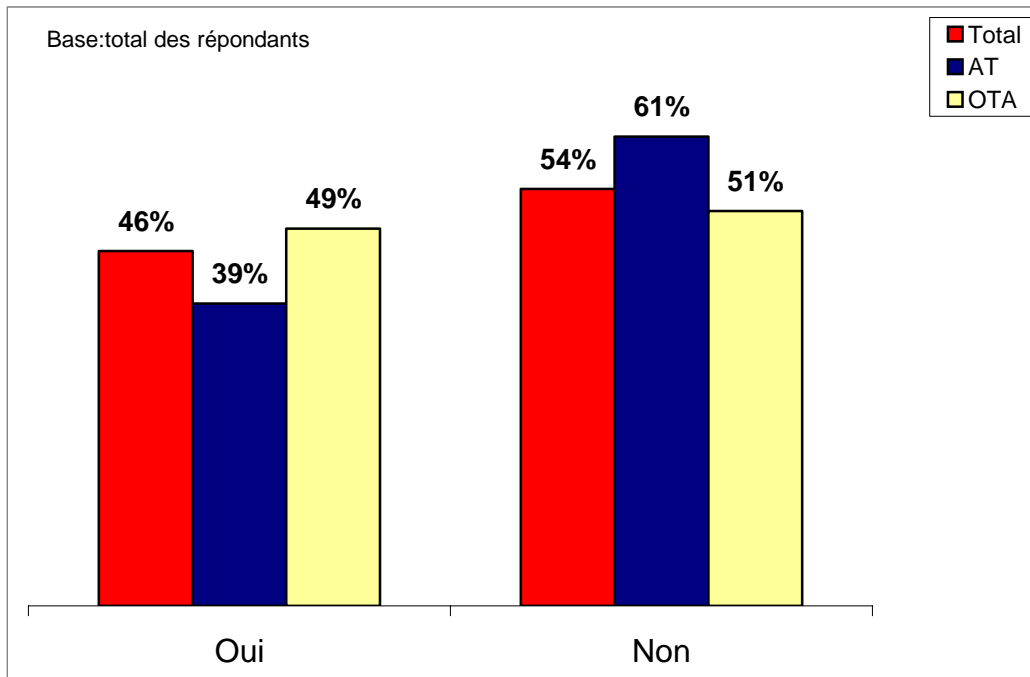
*Le total en colonnes peut excéder 100 % ,les répondants ayant droit à plusieurs mentions.

- Les principaux problèmes soulevés par les répondants sont les coupures (59%) , le signal réseau insuffisant (53%) et l'absence de signal réseau (38%).
- Les problèmes techniques les plus cités pas les abonnés de **AT** sont essentiellement les coupures (64%) et le signal réseau insuffisant (46%).
- Par ailleurs les clients de **OTA** abordent les mêmes problèmes à (57%) et (65%) respectivement .



Le service clientèle.

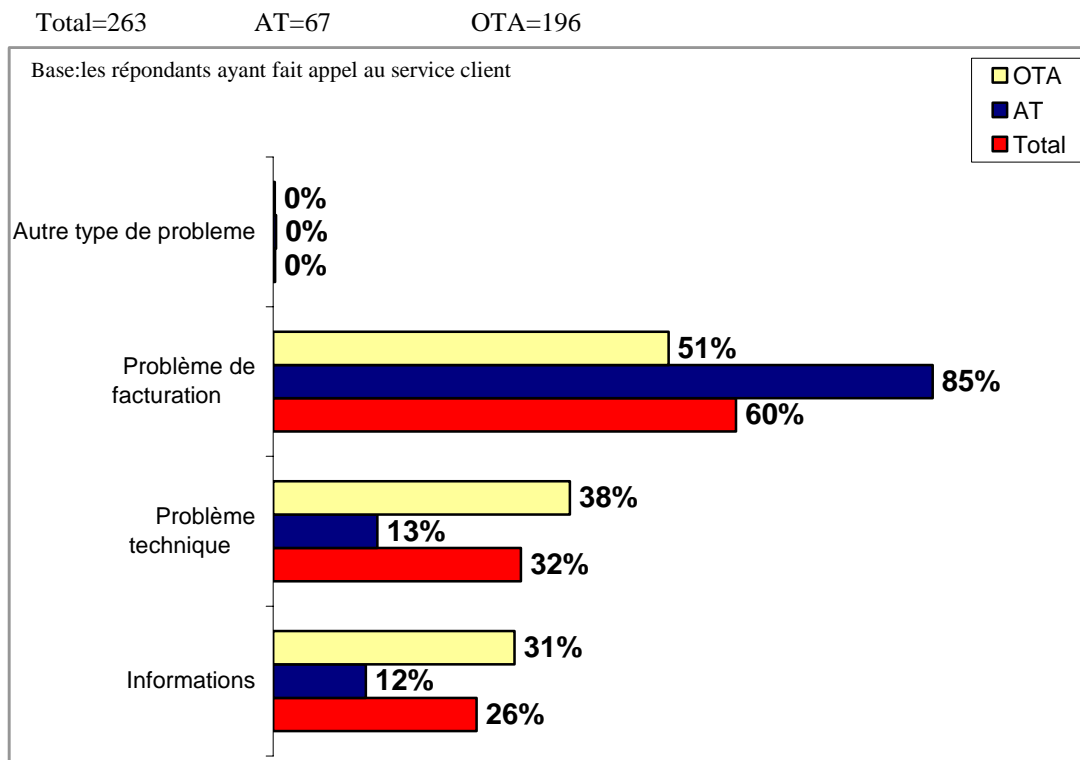
Q8-Avez vous déjà fait appel au service client de votre opérateur ?



- Plus de la moitié (**54%**) de l'ensemble des clients ayant répondu à cette question n'a jamais eu recours au service client des deux opérateurs.
- Par ailleurs, les clients de **AT** sont plus importants à confirmer cette tendance, en effet (**61%**) d'entre eux affirment n'avoir jamais eu affaire au service client de leur opérateur.
- La moitié des clients interrogés de l'opérateur **OTA** n'a jamais fait appel au service client de son l'opérateur, il est à signaler que les utilisateurs de la formule **post paid** (**71%**) sont significativement plus nombreux à faire appel au service client (problèmes liés à la facturation et au recouvrement).
- L'absence des structures commerciales locales et la non disponibilité des opérateurs au niveau des centres d'appel pour les clients de **OTA** sont les causes majeures de ne pas réclamer souvent.



Q9- Motifs d'appel au service clientèle :



*Le total peut excéder 100 % ,les répondants ayant droit à plusieurs mentions.

- D'une manière générale, les utilisateurs ont sollicité le service client de leur opérateur pour cause de : problèmes de facturation (60%), des problèmes techniques essentiellement des coupures et les cartes grillées (32%), et pour obtention de l' informations (26 %).
- Près de la majorité des clients (**85%**) de l'opérateur **AT**, a déjà éprouvé des difficultés en relation avec la facturation .
- Par ailleurs, les utilisateurs du réseau de l'opérateur **OTA** sollicitent le service client pour les problèmes de facturation à (51%), les problèmes techniques à (38%), et pour obtention de l'information à (31%)
- Plus précisément les utilisateurs de la formule **prepaid** rencontrent plus de problèmes techniques (54%) . Les demandeurs de l'information pour ce type de service se situent à (39%) .



La perception par les usagers à l'égard du service clientèle.

Q10- Appéciez-vous le service clientèle de votre opérateur pour :

Base :les répondants ayant fait appel au services client.

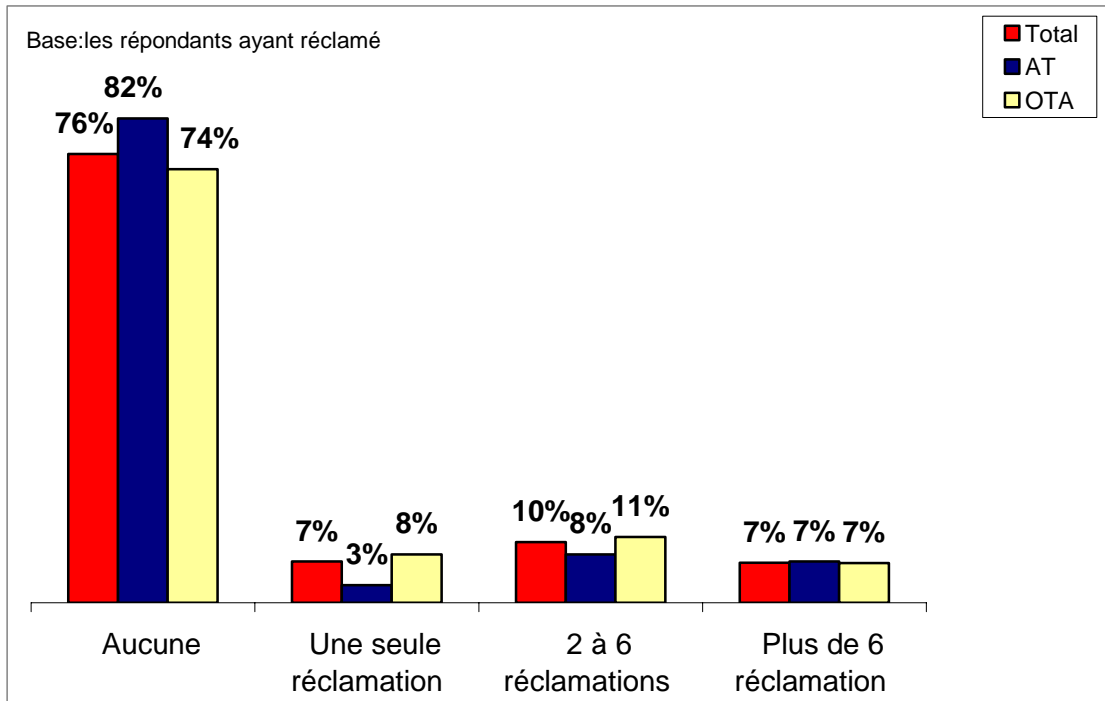
La disponibilité	Total (n=263)	AT (n=67)	OTA (n=196)
Bonne	54%	40%	59%
Moyenne	17%	22%	15%
Mauvaise	29%	38%	26%
La qualité d'écoute	Total	AT	OTA
Bonne	58%	43%	63%
Moyenne	18%	20%	17%
Mauvaise	24%	37%	20%
L'efficacité	Total	AT	OTA
Bonne	53%	47%	55%
Moyenne	20%	19%	21%
Mauvaise	27%	34%	24%

- Globalement , plus de 5 utilisateurs sur 10 ayant déjà fait appel au service client de leur opérateur perçoivent de façon positive la disponibilité du service à (54%), sa qualité d 'écoute à (58%) et son efficacité à (53%), néanmoins on notera que près de (30%) des utilisateurs ne partagent pas cet avis.
- D' une manière générale , les abonnés de **AT** ont des avis partagés, cependant plus de (40%) estiment que la qualité de service client de leur opérateur est bonne, près de (40%) la jugent mauvaise.
- Les clients de **OTA** constatent que leur service client , leur est disponible à (59%) ,dispose d'une bonne qualité d'écoute à (63 %) et une bonne efficacité à (55%).



Les réclamations enregistrées par les usagers

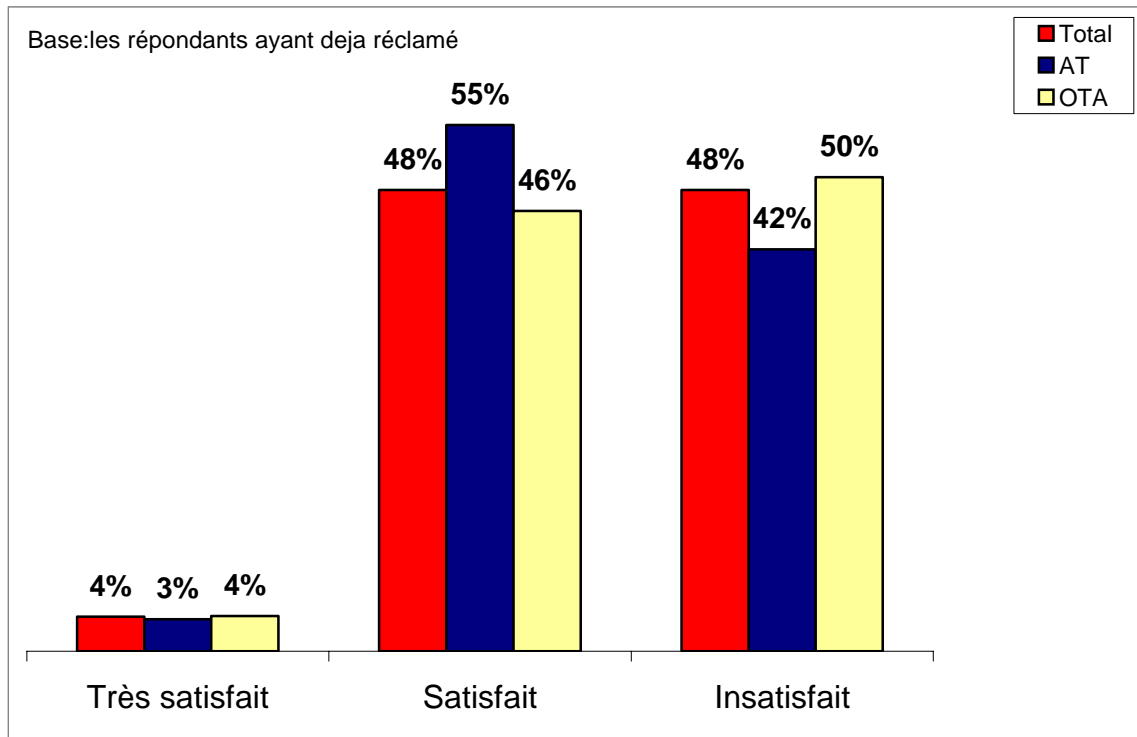
Q11-Combien de réclamations avez vous fait auprès de votre opérateur ?



- Près de 8 utilisateurs sur 10 n'ont jamais réclamé auprès de leur opérateur.
- Seulement (18%)des abonnés interrogés appartenant à **AT** , ont déjà réclamé auprès de leur opérateur.
- Prés de (30%) des clients de l'opérateur **OTA** ont réclamé auprès de leur opérateur entre 1 à 6 fois.
- Soulignons que les abonnés de **OTA** ont tendance à réclamer plus souvent (49%) que ceux ayant la formule **prepaid** (15%).



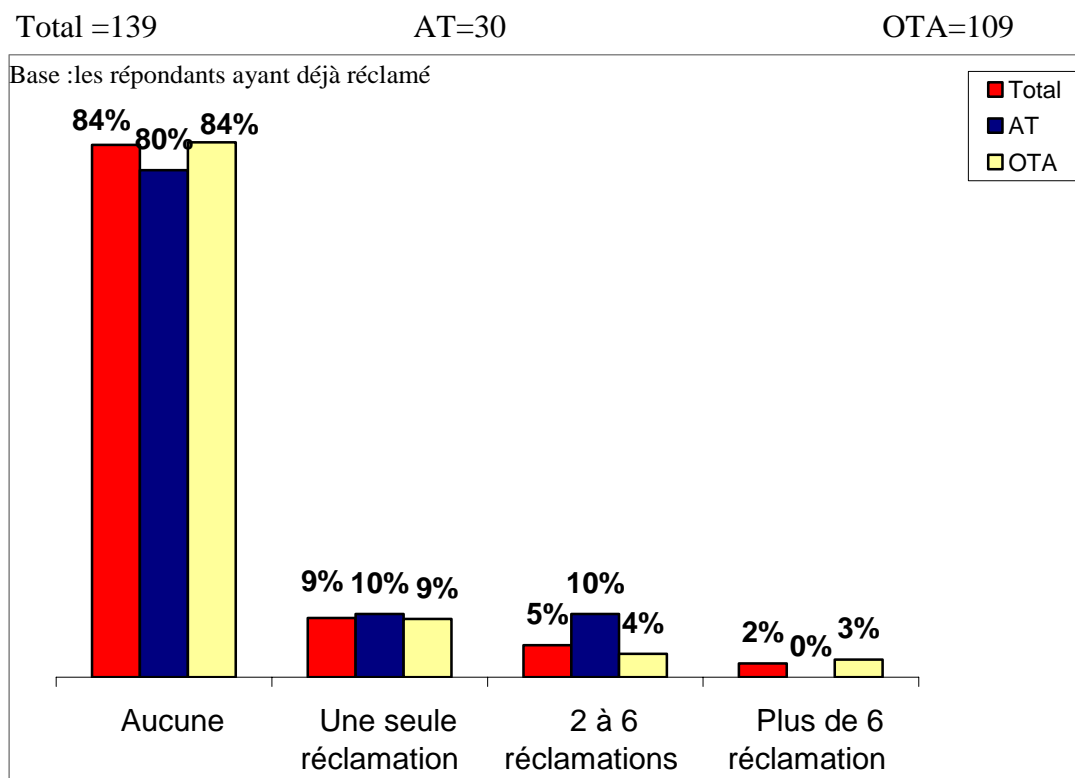
Q12-Etes-vous satisfait du traitement de vos réclamations par le service concerné :



- Parmi les personnes ayant déjà réclamé, (52%) se disent satisfaites du traitement de leur réclamations , contre (48%) qui en sont insatisfaites.
- Le traitement des réclamations est jugé satisfaisant à (58%) pour les clients de **AT**.
- Par ailleurs, la moitié, (50%) des réclamants, reste insatisfait au sujet du traitement de leur réclamations auprès de l'opérateur **OTA**.



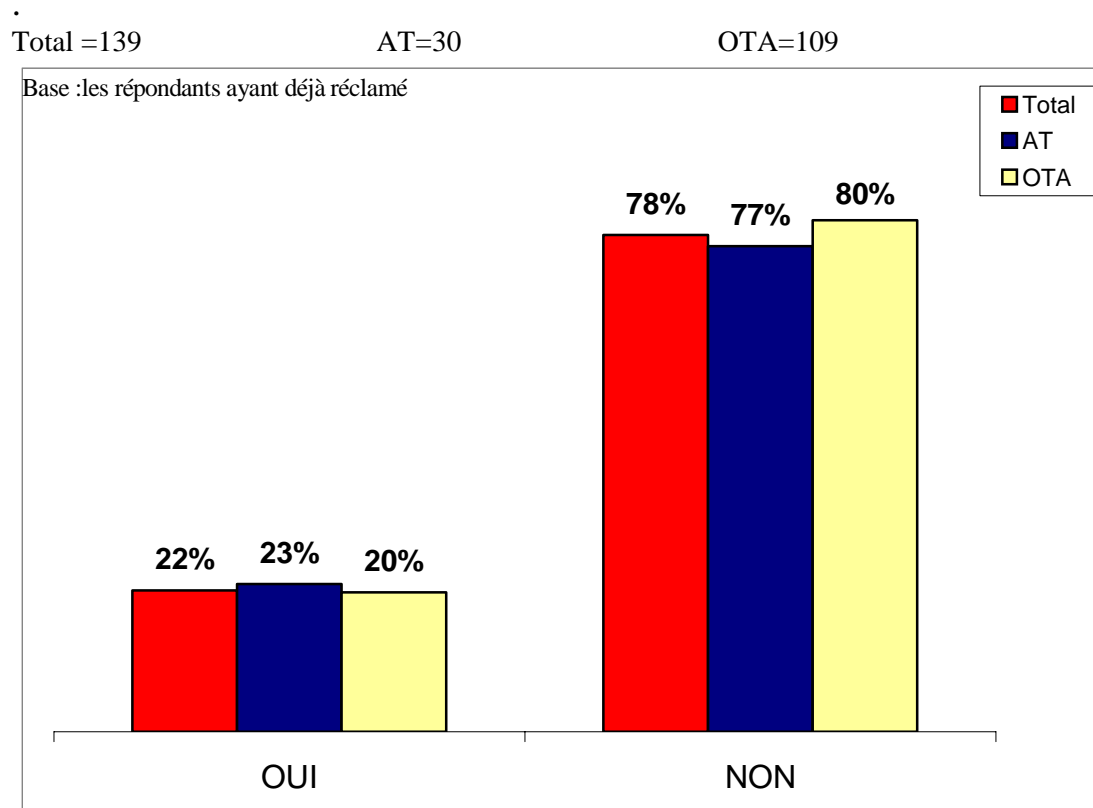
Q13-Combien de réclamations ont conduit à des litiges avec votre opérateur :



- La plus part des répondants des deux opérateurs déclarent ne pas avoir de litiges avec leur opérateur suite à leurs réclamations (84%).
- Seulement (2%) des répondants ayant fait plus de 6 réclamations auprès de leurs opérateurs ont déjà eu des litiges avec eux.



Q14 -En cas de litige ,savez vous à qui vous adressez ?



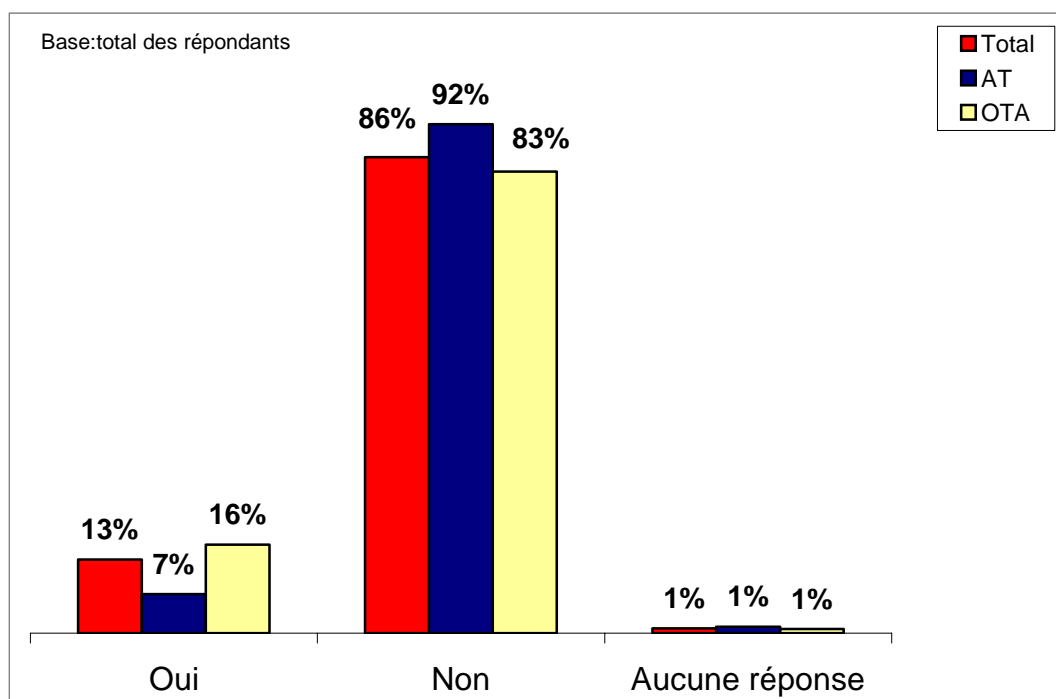
- La majorité des clients ayant répondu à cette question , (78%),ne connaît pas à qui s'adresser en cas de litige avec leur opérateur.



II -La perception par l' usager à l'égard de la tarification.

Connaissance des tarifs appliqués

Q15-Etes-vous informé de l'ensemble des tarifs pratiqués par votre opérateur ?



- Globalement les utilisateurs du mobile ne sont pas informés sur l'ensemble des tarifs pratiqués par leur opérateur .En effet ils représentent (86%) de l'ensemble des participants.
- Cette tendance est relativement importante pour les clients de **AT** (92%) ,contrairement aux clients de **OTA** qui sont à (83%).



La perception par les usagers à l'égard de la tarification

Q16- Parmi les tarifs de service de téléphonie mobile trouvez-vous :

La mise en service	Total (n=572)	AT (n=171)	OTA (n=401)
Très chère	12%	13%	11%
Chère	31%	44%	26%
Abordable	35%	41%	32%
Ne sait pas / refus	22%	2%	31%
L'abonnement mensuel	Total N=300	AT N=171	OTA N=129
Très cher	15%	17%	12%
Cher	52%	57%	46%
Abordable	31%	23%	41%
Ne sait pas / refus	2%	3%	1%
La minute communication nationale	Total N=572	AT N=171	OTA N=401
Très chère	10%	4%	12%
Chère	48%	28%	57%
Abordable	27%	54%	15%
Ne sait pas / refus	15%	14%	16%
La minute communication internationale	Total N=572	AT N=171	OTA N=401
Très chère	13%	12%	13%
Chère	13%	19%	11%
Abordable	5%	11%	3%
Ne sait pas / refus	69%	58%	73%
La minute communication Roaming	Total N=572	AT N=171	OTA N=401
Très chère	6%	2%	7%
Chère	4%	5%	4%
Abordable	2%	2%	1%
Ne sait pas / refus	88%	91%	88%
La minute communication même opérateur	Total N=572	AT N=171	OTA N=401
Très chère	5%	1%	7%
Chère	31%	23%	34%
Abordable	44%	63%	36%
Ne sait pas / refus	20%	12%	23%

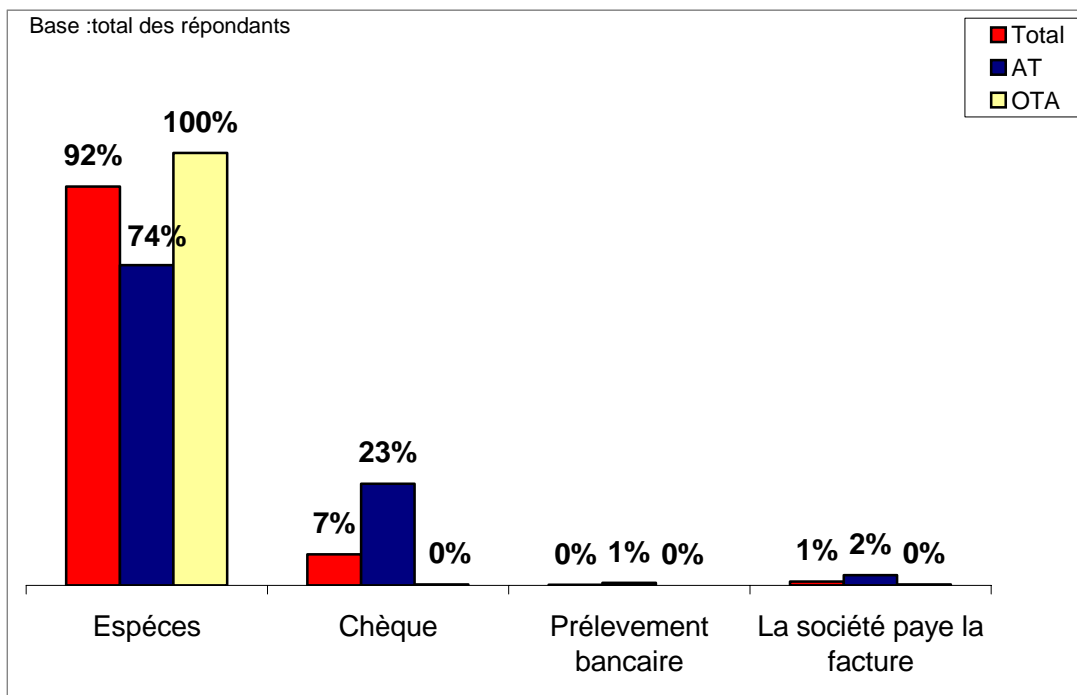


La minute communication différent opérateur	Total N=572	AT N=171	OTA N=401
Très chère	26%	39%	20%
Chère	38%	27%	43%
Abordable	12%	21%	9%
Ne sait pas / refus	23%	13%	28%
La minute communication vers le fixe	Total N=572	AT N=171	OTA N=401
Très chère	25%	13%	30%
Chère	34%	30%	35%
Abordable	22%	46%	12%
Ne sait pas / refus	19%	11%	23%
La carte pré paid	Total N=272	AT N=0	OTA N=272
Très chère	17%		17%
Chère	50%		50%
Abordable	32%		32%
Ne sait pas / refus	1%		1%
La recharge carte	Total N=272	AT N=0	OTA N=272
Très cher	15%		15%
Cher	49%		49%
Abordable	31%		31%
Ne sait pas / refus	5%		5%



Le mode de paiement des factures

Q17-Quel est le moyen que vous utilisez pour payer vos factures de téléphone mobile ?



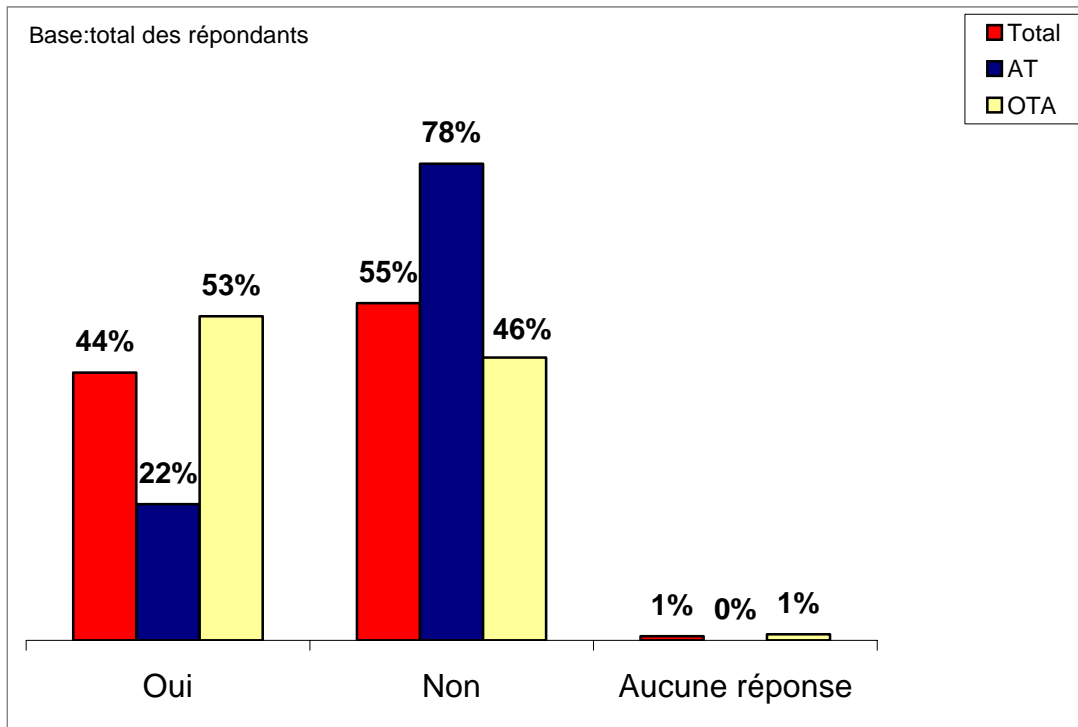
- Le paiement par espèces constitue le mode le plus souvent utilisé par les clients des deux opérateurs (92%).
- Parmi les abonnés de **AT** ayant participé au sondage (74%) payent leurs factures en espèces, contre (23%) seulement par chèque.
- La totalité des abonnés de l'opérateur **OTA** paye sa facture en espèces.



VI- Les attentes de l'utilisateur de la téléphonie mobile.

La fidélité des usagers pour leur opérateur.

Q18- Pensez-vous à un changement d'opérateur ?

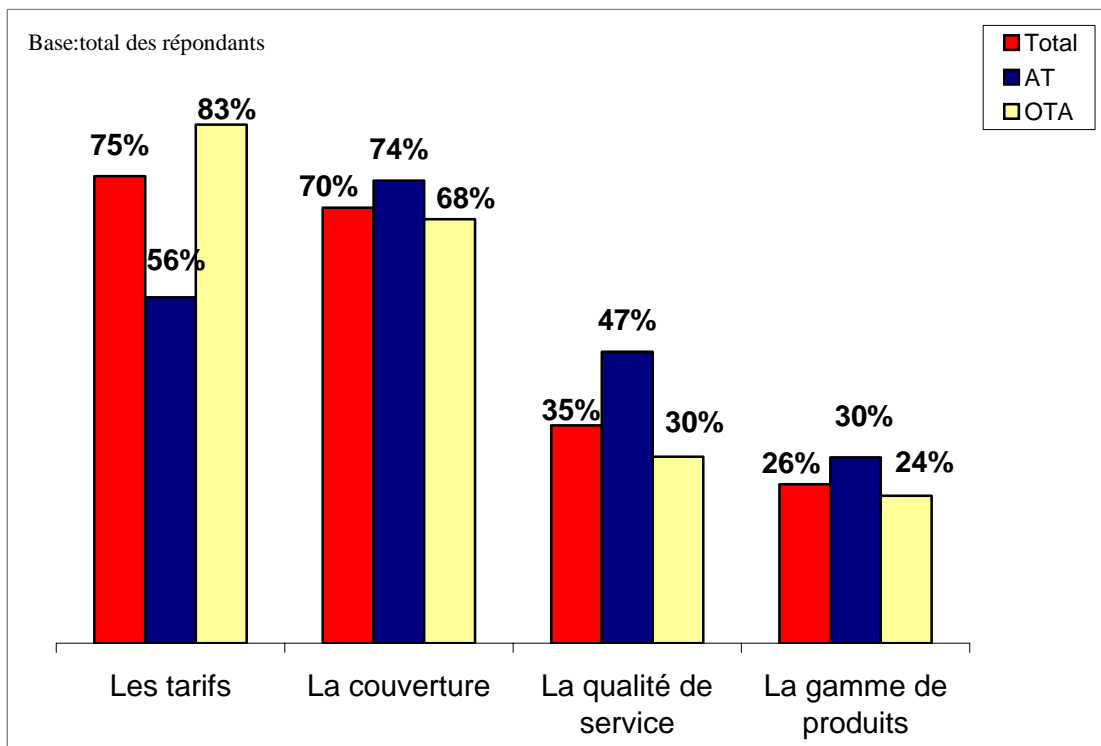


- Plus de la moitié (55%) des répondants n'a pas l'intention de changer son opérateur de la téléphonie mobile.
- En effet (78%) des clients de **AT** ne pensent pas à changer leur opérateur actuel.
- Les clients de l'opérateur **OTA** semblent plus mitigés concernant le changement d'opérateur. En effet ,(53 %) d'entre eux envisagent un changement d'opérateur dans le futur, contre (46%) qui restent fidèles à leur opérateur



Les attentes des usagers de leurs opérateurs.

Q19- Pensez-vous que votre opérateur doit améliorer dans les années à venir plus :



- D'une manière générale, les utilisateurs ayant répondu à cette question estiment que leur opérateur doit améliorer plus les tarifs (75 %), suivi de la couverture (70%), la qualité de service à (35%) et la gamme de produits à (26 %).
- Les abonnés de l'opérateur **AT** souhaitent que leur opérateur améliore plus sa couverture à (74%), ses tarifs à (56%), sa qualité de service à (47%) et sa gamme de produits à (30%).
- Plus de 8 abonnés sur 10 de l'opérateur **OTA** citent l'amélioration des tarifs, toute fois (68%) et (30%) des répondants jugent respectivement que la couverture et la qualité de service doivent être améliorées.



Le questionnaire

Le profil de l'utilisateur de la téléphonie mobile de l'enquête.

n°téléphone

Nom :

Prénom :

➤ **Sexe :** Masculin Féminin➤ **Age :** moins de 19 ans Entre 19 et 29ans Entre 30 et 39ans Entre 40 et 49ans Entre 50 et 59ans 60 et plus➤ **Niveau scolaire :** primaire secondaire moyen supérieur aucun➤ **profession :** commerçant ouvrier fonctionnaire cadre fonctions libérales retraité étudiant femme au foyer sans profession➤ **Revenu mensuel :** 10 000 DA et moins Entre 10 000 DA et 20 000 DA Entre 20 000 DA et 30 000 DA 30 000 DA et plus

▪ **Situation d'état civil :**

- Célibataire.
- Marié
- Autre(précisez)

LE QUESTIONNAIRE

I- La perception de l'utilisateur à l'égard de la qualité de service offert.

1. Quel est votre opérateur pour le service mobile ?

- Algérie telecom (AMN)
- Orascom telecom Algérie (Djezzy):
 - Post –payée (abonnement)
 - Pré- payée (carte)

2. Depuis combien de mois êtes vous client de cet opérateur ?

.....

3. êtes-vous ?

- Abonné résidentiel (particulier)
- Abonné d'affaires (professionnel)

4. Avez-vous choisi cet opérateur pour les raisons suivantes :

- Prix attractifs
- Principes de tarification simple
- Publicité attractive
- Meilleurs relations commerciales
- Services innovants
- Rareté du produit
- Problème rencontré avec l'autre opérateur

5. Quels sont les principaux services supplémentaires de la téléphonie mobile que vous utilisez :

- Téléphone
- Messagerie (boite vocale)
- Identification de l'abonné appelant (afficheur)
- SMS (mini message)
- Double appel
- Renvoi d'appel

+



- Interdiction de l'affichage du numéro (clir)
- Consultation de solde
- Transmission de photocopie (fax)
- Roaming (nombre de pays)
- Multiconférence
- Transmission de données
- Changement de numéro
- Facturation détaillée
- Restriction d'accès à l'international commandé
- Restriction d'appel sortant sauf au réseau algérien
- Aucun service

6.Appréciez-vous la qualité d'accueil dans les agences commerciales de votre opérateur :

- Bonne Moyenne Mauvaise

7.Appréciez-vous la qualité d'informations diffusées par votre opérateur (dépliant, spots publicitaires)

- Bonne Moyenne Mauvaise

8. Appréciez-vous la qualité d'informations des clauses de votre contrat et des conditions de sa résiliation :

- Bonne Moyenne Mauvaise

9. connaissez- vous suffisamment les clauses de votre contrat d'abonnement en ce qui concerne :

9.1 les service offert :

- Oui Non

9.2 La tarification :

- Oui Non

9.3 la couverture géographique :

- Oui Non

9.4 options

- Oui Non



10. Appréciez-vous la disponibilité du champs du réseau de votre opérateur :

- Bonne Moyenne Mauvaise

II- la relation entre l'utilisateur et l'opérateur.

11. Avez vous enregistré des problèmes techniques avec votre opérateur :

- Oui Non

11.1 Quel type de problème technique avez vous eu à faire :

- Absence du signal réseau
 Coupures
 Signal réseau insuffisant
 Appel vers GSM de même opérateur non aboutis
 Appel vers GSM d'un autre opérateur
 Appel vers fixe non aboutis

12. Avez vous déjà fait appel au service client de votre opérateur ?

- Oui
 Non (allez à Q14)

12.1. Si oui Pourquoi ?

- Informations
 Problème technique
 Problème de facturation
 Autre type de problème

12.2 . Appréciez-vous le service clientèle de votre opérateur pour :

12.2.1. sa disponibilité : bonne moyenne mauvaise

12.2.2 . sa qualité d'écoute : bonne moyenne mauvaise

12.2.3. son efficacité : Efficace Moyenne Pas efficace

13. Combien de réclamations avez vous faites auprès de votre opérateurs ?

+



- Aucune (allez à Q14)
- Une seule réclamation
- 2 à 6 réclamations
- Plus de 6 réclamation

13.1 . Etes-vous satisfait du traitement de vos réclamations par le service concerné:

- Très satisfait Satisfait Insatisfait

13.2 . Combien de réclamations ont conduit à des litiges avec votre opérateur :

- Aucune
- Une seule réclamation
- 2 à 6 réclamations
- Plus de 6 réclamation

13.3. En cas de litige ,savez vous à qui s'adressez :

- Oui Non

III- La perception par l' usager à l'égard de la tarification.

14. Etes-vous informé de l'ensemble des tarifs exercés par votre opérateur ?

- Oui Non

15. Parmi les tarifs de service de téléphonie mobile trouvez-vous :

15.1. la mise en service :

- très cher cher abordable

15.2. l'abonnement mensuel :

- très cher cher abordable

15.3. minute de communication nationale :

- très cher cher abordable

15.4. minute de communication internationale :

- très cher cher abordable

+



15.5. minute de communication en roaming :

très cher cher abordable

15.6. minute de communication mobile à mobile de même opérateur:

très cher cher abordable

15.7. minute de communication mobile à mobile de l'opérateur différent :

très cher cher abordable

15.8. minute de communication mobile vers le fixe :

très cher cher abordable

15.9. la carte prépayée :

très cher cher abordable

15.10. la recharge de la carte prépayée

très cher cher abordable

16. Quel est le moyen que vous utilisez pour payer vos factures de téléphone mobile ?

- Espèces
- Chèque
- Prélèvement bancaire
- La société paye la facture

VI- Les attentes de l'utilisateur de la téléphonie mobile.**17. Pensez-vous à un changement d'opérateur ?**

Oui Non

18. Pensez-vous que votre opérateur doit améliorer dans les années à venir plus :

- Ses tarifs
- Sa couverture
- Qualité du service commercial et technique
- Gamme de produits

+



