



# Sondage sur la transformation de l'expérience client de l'assurance-emploi – Rapport méthodologique

## Sommaire

### Préparé par Emploi et Développement social Canada

Nom du fournisseur : Angus Reid Group Inc.

Valeur du contrat : 30 849,00 \$ (taxes incluses)

Date d'attribution du contrat : 22 septembre 2023

Pour en savoir plus sur ce rapport, veuillez communiquer avec EDSC à l'adresse [nc-por-rop-gd@hrsdc-rhdcc.gc.ca](mailto:nc-por-rop-gd@hrsdc-rhdcc.gc.ca)

*This report is also available in English on request.*





## Sondage sur la transformation de l'expérience client de l'assurance-emploi – Rapport méthodologique

Préparé par l'équipe de la Modernisation du versement des prestations de l'assurance-emploi (MVP de l'AE) de Service Canada au sein d'Emploi et Développement social Canada

La reproduction de cette publication est autorisée à des fins personnelles ou publiques non commerciales. Pour toute autre utilisation, une autorisation écrite préalable doit être obtenue auprès d'EDSC. Pour de plus amples renseignements, veuillez envoyer un courriel à l'adresse [droitdauteur.copyright@HRSDC-RHDCC.gc.ca](mailto:droitdauteur.copyright@HRSDC-RHDCC.gc.ca).

**Numéro de catalogue :**

SG5-104/2024F-PDF

**ISBN :**

978-0-660-71368-7

Also available in English under the title: Employment Insurance Client Experience Transformation Survey - Methodology Report

**Catalogue Number :**

SG5-104/2024E-PDF

**ISBN :**

978-0-660-71367-0

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre des Services aux citoyens, 2024.





## I. Résumé

### **But et objectifs de la recherche**

Le Programme de modernisation du versement des prestations (MVP) est une transformation à grande échelle conçue pour offrir aux clients une expérience améliorée pour les programmes d'assurance-emploi, de la Sécurité de la vieillesse et du Régime de pensions du Canada et d'autres prestations grâce à une plateforme technologique moderne qui simplifie le traitement des prestations, des services numériques axés sur les clients et des capacités de gestion de services améliorées. Le succès de la MVP repose sur les recherches menées auprès des clients de Service Canada, qui permettent de mieux comprendre les irritants suscités par l'expérience client, de valider les hypothèses de conception et de co-créeer et tester des solutions potentielles.

En octobre 2023, une enquête axée sur une approche mixte a été réalisée auprès de personnes qui ont envisagé de participer au régime d'assurance-emploi (AE) au cours des 24 derniers mois ou qui s'y sont intéressées d'une manière ou d'une autre. Le Sondage sur la transformation de l'expérience client visait à mieux comprendre le parcours de l'AE, en mettant l'accent sur l'expérience des personnes vulnérables et mal desservies.

S'appuyant sur les travaux de recherche antérieurs au sein de la MVP, le Sondage sur la transformation de l'expérience client cherchait à explorer l'expérience d'AE de bout en bout, par exemple, la façon dont les personnes sont informées de l'existence de l'AE et de leur admissibilité, les moyens utilisés pour faire une demande de prestations ou pour demander de l'aide et leur avis par rapport à l'expérience globale du service. Le sondage explorait également les obstacles à l'accès dans le cadre de l'expérience client, ce qui a permis aux chercheurs de cerner plusieurs occasions de transformation future.

Ce rapport présente la méthodologie utilisée pour la réalisation du sondage en ligne conçue par l'équipe de MVP de l'AE de Service Canada et la collecte des données a été effectuée par Angus Reid Group (ARG) Inc.

### **Description de la méthodologie**

La collecte des données du Sondage sur la transformation de l'expérience client a été réalisée par Angus Reid Group (ARG) Inc. au moyen d'un sondage en ligne réalisé du 4 au 31 octobre 2023. Au total, 358 personnes ont répondu au sondage.

La sensibilisation initiale par l'intermédiaire de la plateforme en ligne d'Angus Reid a consisté en une enquête par panel nationale en ligne auprès de personnes qui ont envisagé de participer au régime d'AE au cours des 24 derniers mois ou qui s'y sont intéressées d'une manière ou d'une autre, y compris les personnes qui ont présenté une demande d'AE, qui étaient admissibles et qui ne l'étaient pas, et celles qui n'ont pas présenté de demande.

Comme le taux d'incidence était faible après la première campagne de sensibilisation, ARG a mené une série d'actions de sensibilisation supplémentaires afin d'accroître la participation des segments vulnérables de la clientèle. Cet échantillon ciblé supplémentaire comprenait des Autochtones, des personnes en situation de handicap, de nouveaux arrivants et des travailleurs indépendants.





L'échantillon supplémentaire a permis de saisir l'expérience des communautés qui ont été auparavant mal desservies et de créer un canal pour le recrutement d'entretiens qualitatifs. Sur les 358 répondants à l'enquête, 50 % représentaient au moins un segment de clientèle vulnérable ciblé (ou échantillon supplémentaire).

### **Application des résultats**

Les résultats du Sondage sur la transformation de l'expérience client seront utilisés pour éclairer la future stratégie de conception de produits et de services dans le cadre du programme de MVP. Le sondage, qui comptait 358 répondants, a également contribué à orienter l'approche méthodologique de la recherche qualitative (entretiens individuels avec des groupes de clients mal desservis). Les résultats du Sondage sur la transformation de l'expérience client et des activités de recherche qualitative ont mis en évidence des domaines d'optimisation et de transformation pour améliorer l'expérience client de l'AE.

### **Limites des résultats**

Étant donné que la méthodologie du sondage en ligne repose sur un échantillonnage non probabiliste et que les proportions démographiques spécifiques de l'univers du public cible sont inconnues, les données recueillies ne peuvent pas être extrapolées à l'ensemble de la population. Les résultats doivent être considérés comme indicatifs pour aider les chercheurs à comprendre l'expérience de l'AE d'une manière plus qualitative.

### **Valeur du contrat de l'étude de recherche sur l'opinion publique**

Valeur du contrat : 30 849,00 \$ (taxes incluses)

Date d'attribution du contrat : 22 septembre 2023

