

LKC  
HF  
54.52  
.C2  
C3614  
2007

IC

N° de recherche sur l'opinion publique (ROP) : 257-06

N° de contrat : U6530-061822-001-CY

Date d'attribution : 2006-11-14

**Réseau Entreprises Canada**  
**Sondage sur la satisfaction des clients – 2007**

**Préparé pour le compte d'Industrie Canada**

Pour toute question concernant le rapport, veuillez communiquer avec :

Direction générale des communications et du marketing

235, rue Queen, pièce 204<sup>E</sup>

Ottawa, Ontario, K1A-0H5

Canada

Téléphone: 613-943-2545 Télécopieur 613-952-5162

Courriel : [ResearchAdvertising\\_RecherchePublicite@ic.gc.ca](mailto:ResearchAdvertising_RecherchePublicite@ic.gc.ca)

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

*Mars 2007*



**Phoenix Strategic Perspectives Inc.**

1678, rue Bank, bureau 2, Ottawa (Ontario) K1V 7Y6

Tél. : (613) 260-1700 Téléc. : (613) 260-1300 Courriel : [info@phoenixspi.ca](mailto:info@phoenixspi.ca)

[www.phoenixspi.ca](http://www.phoenixspi.ca)



N° de recherche sur l'opinion publique (ROP) : 257-06

N° de contrat : U6530-061822-001-CY

Date d'attribution : 2006-11-14

**Réseau Entreprises Canada**  
**Sondage sur la satisfaction des clients – 2007**

**Préparé pour le compte d'Industrie Canada**

Pour toute question concernant le rapport, veuillez communiquer avec :

Direction générale des communications et du marketing

235, rue Queen, pièce 204<sup>E</sup>

Ottawa, Ontario, K1A-0H5

Canada

Téléphone: 613-943-2545 Télécopieur 613-952-5162

Courriel : [ResearchAdvertising\\_RecherchePublicite@ic.gc.ca](mailto:ResearchAdvertising_RecherchePublicite@ic.gc.ca)

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

*Mars 2007*



**Phoenix Strategic Perspectives Inc.**

**1678, rue Bank, bureau 2, Ottawa (Ontario) K1V 7Y6**

**Tél. : (613) 260-1700 Téléc. : (613) 260-1300 Courriel : [info@phoenixspi.ca](mailto:info@phoenixspi.ca)**

**[www.phoenixspi.ca](http://www.phoenixspi.ca)**

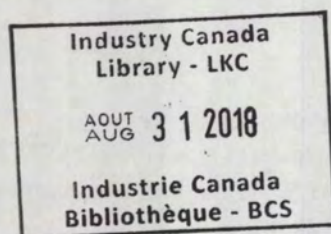


## TABLE DES MATIÈRES

|  |    |
|--|----|
| Sommaire .....   | i  |
| Introduction.....  | 1  |
| Interactions liées au service .....                              | 9  |
| Satisfaction à l'égard du service en général .....               | 14 |
| Satisfaction à l'égard des canaux de prestation de service ..... | 19 |
| Perceptions à l'égard de l'information obtenue du REC .....      | 30 |
| Utilisation et évaluation des produits et des services.....      | 35 |
| Suggestions pour améliorer le service .....                      | 39 |
| Profil des clients ayant répondu au sondage .....                | 40 |
| Variations au sein des sous-groupes .....                        | 44 |

### Annexes

- Documents de recrutement
- Questionnaire
- Invitation au moyen d'une page Web interstitielle
- Invitation à participer au sondage et rappel





## SOMMAIRE

Les services de Phoenix SPI ont été retenus par Industrie Canada afin que l'entreprise réalise un sondage auprès de la clientèle du Réseau Entreprises Canada pour évaluer le niveau de satisfaction de la clientèle à l'égard du service reçu durant les six mois précédents. À cette fin, un sondage auprès de 719 clients du Réseau Entreprises Canada (REC) a été réalisé à l'aide d'une méthode mixte qui incluait le téléphone, les sondages en ligne et la collecte de données au passage sur le Web en tant que méthodes. En tout, 277 clients ont répondu au sondage par téléphone, 219 en ligne et 223 par l'entremise de la collecte de données au passage sur le Web. Avec un échantillon de cette taille, les résultats peuvent être considérés comme exacts à l'intérieur d'un intervalle de plus ou moins 3,6 %, 19 fois sur 20 (pour les questions qui s'appliquaient à l'ensemble de l'échantillon). Le travail sur le terrain a été réalisé entre le 30 novembre 2006 et le 19 février 2007.

Les résultats indiquent que la majorité des clients ont été très satisfaits du service qu'ils ont reçu de la part du REC ainsi qu'à l'égard de l'information, des produits et du service. Ils ont également donné des cotes positives à l'égard des différents canaux de services, de l'information fournie ainsi que des divers produits et services d'Entreprises Canada qu'ils ont utilisés. Ils ont été satisfaits de la qualité globale du service et ont également donné des cotes positives aux différents canaux de services utilisés, à l'information fournie et aux produits et services d'Entreprises Canada qu'ils ont utilisés. Une proportion de 83 % d'entre eux se sont dits satisfaits de la qualité globale du service reçu de la part du REC, tandis que deux tiers (65 %) ont dit qu'en bout de ligne, ils ont obtenu tout ce dont ils avaient besoin (25 % des répondants ont obtenu une partie de ce qu'ils voulaient) et une très faible proportion d'entre eux (8 %) ont éprouvé des problèmes de service. Cette satisfaction met en lumière le fait que certains aspects de la prestation de services avaient également tendance à être cotés de manière positive. Une proportion dépassant largement les trois quarts (de 79 à 81 %) des répondants ont donné des évaluations positives de tous les aspects du service et, sous chaque aspect, la probabilité que la satisfaction soit forte a été plus élevée (de 57 à 83 %) que modérée (de 7 à 22 %).

Pour ce qui est des interactions liées aux services, les clients ont eu tendance à communiquer avec Entreprises Canada trois ou quatre fois (50 %), ont eu surtout tendance à procéder par téléphone (53 %) ou à utiliser le site Web (47 %) et ont surtout été enclins à utiliser seulement un des cinq canaux dans les six mois précédents (66 %). Le degré global de satisfaction de la clientèle à l'égard du service a été élevé et il l'a également été à l'égard des canaux de services utilisés par les clients. De fortes majorités des participants au sondage ont exprimé un degré de satisfaction relativement élevé à l'égard de chacun des canaux utilisés. En plus d'être le canal le plus fréquemment utilisé, le téléphone a également été le canal de services qui a reçu la cote la plus élevée. Une proportion de 90 % des répondants qui ont communiqué avec Entreprises Canada par téléphone ont été satisfaits du service qu'ils ont reçu. La plupart d'entre eux se sont dits d'avis qu'ils ont reçu ce qui était nécessaire (89 %), que les heures auxquelles les services étaient offerts étaient pratiques (87 %), qu'il était facile de parler à un agent (86 %), de trouver le numéro de téléphone (82 %) et d'utiliser le système automatisé (77 %). Au deuxième rang, après le téléphone, 88 % des répondants ont été satisfaits de la qualité du service reçu dans un bureau du REC, 82 %, du service reçu par l'entremise du site Web national, provincial ou territorial et 74 %, du service par courriel. Comme dans le cas des différents aspects du



service par téléphone, les répondants ont donné une cote positive à tous les aspects du service reçu en personne, par l'entremise du site Web et par courriel.

Malgré ces évaluations positives, Entreprises Canada pourrait envisager de cibler les aspects du service auxquels les clients ont attribué les taux d'insatisfaction les plus élevés. Bien que, dans la plupart des cas, un nombre relativement peu élevé de répondants se soient dits insatisfaits de la qualité du service, cette insatisfaction constitue une occasion d'apporter des améliorations. En ce qui concerne le service global, cela signifie qu'il faut s'efforcer de s'assurer que les clients sont informés de tout ce qui est nécessaire pour obtenir du service. Dans le cas des canaux de services, cela signifie qu'il faut tenter de rendre le système téléphonique automatisé plus facile à utiliser, s'assurer que l'information sur le site Web est plus facile à trouver, rendre l'adresse de courriel du REC plus facile à trouver et faire en sorte que les délais d'attente et les heures de service des bureaux du REC soient améliorés.

Pour ce qui est de l'information qu'il est possible d'obtenir auprès d'Entreprises Canada, 60 % des clients qui ont répondu au sondage ont communiqué avec le REC pour obtenir des renseignements sur le lancement d'une entreprise. Loin au deuxième rang des motifs de communiquer avec Entreprises Canada, on retrouvait la recherche d'information sur le financement d'entreprises (33 %), les autres questions concernant le gouvernement (27 %) et les secteurs d'activité ou secteurs d'affaires (27 %). Le genre de renseignements que les clients avaient de la difficulté à trouver incluait l'information gouvernementale destinée aux entreprises, l'information sur le financement d'entreprises et l'information sectorielle, les renseignements sur la fiscalité et les sources et contacts dans les associations. Bien qu'une partie de l'information soit difficile à localiser (plus des deux tiers des répondants n'ont pas trouvé *tout* ce qu'ils cherchaient), l'information que les répondants ont réussi à trouver a obtenu une cote élevée; 89 % des répondants ont dit qu'elle répondait à leurs attentes ou les dépassait. Fait notable, les répondants qui envisageaient de lancer une entreprise ont eu davantage tendance à trouver ce qu'ils cherchaient que les répondants d'entreprises existantes, pour ce qui était d'avoir trouvé toute l'information nécessaire.

L'information a répondu aux besoins des clients et, de plus, la grande majorité d'entre eux ont dit qu'ils ont utilisé cette information. Au moment du sondage, 81 % des répondants avaient utilisé l'information et la plupart de ceux qui ne l'avaient pas fait (72 %) ont dit qu'ils avaient l'intention de le faire dans l'avenir. De plus, le degré de satisfaction à l'égard d'aspects précis de cette information était uniformément élevé et plus de quatre répondants sur cinq (de 82 à 84 %) ont dit qu'ils étaient satisfaits de sa précision, de sa pertinence, de son accessibilité et de sa clarté. Surtout, le degré de satisfaction sous chacun de ces aspects était, là aussi, plus fréquemment élevé que modéré. Autrement dit, la majorité des répondants étaient très satisfaits à l'égard de la qualité de l'information reçue de la part du Réseau Entreprises Canada.

En plus de l'information, les produits et services offerts par l'entremise du Réseau Entreprises Canada ont reçu des cotes de satisfaction élevées. Bien que de nombreux clients ayant participé au sondage aient utilisé les divers produits et services, les documents imprimés (48 %) et l'aide personnelle de la part d'un agent (43 %) sont apparus comme étant les produits ou services les plus utilisés. Les trousseaux d'information sont arrivés ensuite, à 36 %, et la bibliothèque de recherche (25 %) est venue compléter le groupe des quatre premiers moyens. Le degré de satisfaction a été le plus élevé en ce qui



concernait l'aide personnelle reçue d'un agent (90 %; 65 % des répondants ont été *très* satisfaits), mais tous les autres produits et services ont reçu des évaluations favorables.

En plus de ces produits et services, 51 % des répondants ont été aiguillés vers une organisation ou une personne de qui ils pouvaient obtenir de l'information. Presque tous ces clients avaient déjà (61 %) ou prévoyaient (31 %) communiquer avec la personne ou l'organisme vers qui on les avait aiguillés. Les répondants qui l'avaient déjà fait ont été généralement satisfaits de la qualité de l'aiguillage (83 %) et ont jugé que l'information était utile (85 %). Autre signe que les produits et services, ainsi que l'information, fournis par Entreprises Canada ont répondu aux besoins des clients, plus de la moitié (55 %) des répondants ont déclaré que l'information ou les services les ont aidés à lancer une entreprise, tandis que exactement 50 % des répondants ont déclaré que ces renseignements les ont aidés à effectuer une recherche générale.

Il existait des différences entre sous-groupes à l'égard de bon nombre des questions analysées dans la présente étude, mais ces différences ont en bonne partie été limitées à des points particuliers et la plupart ne suivaient pas une tendance uniforme. Cela dit, il est possible de dégager un certain nombre de tendances générales à l'égard de la nature de ces variations. Les résidents du Canada atlantique et les Québécois ont eu tendance à donner des réponses semblables à bien des égards, tandis que ceux de l'Ontario et des provinces de l'Ouest ont donné des réponses correspondant de plus près aux résultats globaux du sondage. De plus, les répondants francophones et ceux qui représentaient des entreprises en démarrage ont été davantage enclins à donner une rétroaction positive, tandis que ceux qui ont utilisé trois canaux de services ou plus ont eu tendance à avoir une attitude davantage négative à l'égard de l'ensemble du service comparativement à ceux qui avaient utilisé un moins grand nombre de méthodes.

On peut donc conclure qu'Entreprises Canada semble bien servir ses clients. En plus de fournir un service compétent et courtois ainsi que de l'information, des produits et des services de haute qualité, le REC a aidé plus de la moitié des répondants à lancer une entreprise. Cette constatation de même que le reste des résultats du sondage confirment qu'Entreprises Canada s'acquitte d'une bonne partie de son mandat, qui est d'être la principale source d'information d'affaires à jour et exacte pour les entreprises et les gens d'affaires qui veulent lancer une entreprise. En plus de maintenir ce niveau de service à la clientèle et d'offrir de l'information, des produits et des services de haute qualité, il est possible de relever un petit nombre de tendances des données qui indiquent les aspects sur lesquels Entreprises Canada pourrait concentrer ses efforts d'amélioration. Bien que l'information reçue du REC ait obtenu des cotes élevées et ait été considérée comme étant utile, il n'a pas toujours été facile pour les clients de la trouver. Entreprises Canada aurait intérêt à trouver des façons d'aider les clients à repérer et à obtenir de l'information plus facilement.

De plus, étant donné que les entreprises en démarrage sont le principal public cible d'Entreprises Canada, les entreprises existantes ont représenté un quart de celles qui ont communiqué avec le REC durant les six mois précédents, et ces clients ont formulé des commentaires moins positifs. Ceux-ci laissent croire qu'il est nécessaire de fournir de l'information, des produits et des services adaptés aux entreprises existantes.



Enfin, Entreprises Canada pourrait envisager de cibler les aspects du service pour lesquels le degré d'insatisfaction a été le plus élevé. Dans le cas des canaux de services, cela signifie qu'il faut informer les clients de tout ce qui est nécessaire, tenter de rendre le système téléphonique automatisé plus facile à utiliser, s'assurer que l'information sur le site Web est plus facile à trouver, rendre l'adresse de courriel du REC plus facile à trouver et faire en sorte que les délais d'attente et les heures de service des bureaux du REC soient améliorés.

**Pour plus de renseignements :**

**Nom du fournisseur :** Phoenix Strategic Perspectives Inc.

**N° de contrat de TPSGC :** U6530-061822-001-CY

**Date d'attribution :** 2006-11-14



## INTRODUCTION

Les services de Phoenix Strategic Perspectives ont été retenus par Industrie Canada afin que l'entreprise réalise un sondage auprès de la clientèle d'Entreprises Canada pour évaluer le degré de satisfaction de la clientèle à l'égard du service reçu durant les six mois précédents.

### Contexte et objectifs

Entreprises Canada est un service d'information du gouvernement destiné aux entreprises et aux gens d'affaires qui souhaitent lancer une entreprise au Canada. Cet organisme favorise l'entrepreneuriat en jouant le rôle de principale source d'information d'affaires à jour et exacte de même qu'en aiguillant les clients vers des programmes et des services ainsi que vers la réglementation dans toutes les régions du pays. La mission d'Entreprises Canada est :

- d'améliorer les taux de démarrage, de survie et de croissance des petites et moyennes entreprises en offrant aux entrepreneurs de partout au Canada l'accès à des renseignements et à de l'aiguillage précis, pertinents et en temps opportun;
- de réduire la complexité inhérente au fait d'avoir affaire à divers ordres de gouvernement en regroupant les renseignements, à partir du point de vue de la clientèle, en un seul service pratique;
- de permettre à la clientèle de prendre des décisions d'affaires éclairées dans un contexte d'économie mondiale;
- de favoriser la réussite des entreprises grâce à la planification d'entreprise et aux études de marché éclairées et grâce à l'utilisation de renseignements commerciaux stratégiques.

Les services d'Entreprises Canada sont offerts par l'entremise de quatre canaux de services : sur le Web, par téléphone, par courriel et en personne.

En mars 2005, Industrie Canada a réalisé un sondage sur le degré de satisfaction de la clientèle auprès des visiteurs de quatre emplacements d'Entreprises Canada. En 2007, Entreprises Canada a décidé de réaliser un sondage sur le degré de satisfaction de la clientèle de l'ensemble de son réseau. Le réseau Entreprises Canada (REC) inclut les 13 centres de services suivants :

1. Centre de services aux entreprises Canada – Ontario
2. Centre de services aux entreprises du Canada – Manitoba
3. Centre de services aux entreprises du Canada – Saskatchewan
4. Centre de services aux entreprises Canada – Alberta (Liaison Entreprise)
5. Centre de services aux entreprises Canada – Colombie-Britannique
6. Centre de services aux entreprises Canada – Terre-Neuve-et-Labrador
7. Centre de services aux entreprises Canada – Nouvelle-Écosse
8. Centre de services aux entreprises Canada – Nouveau-Brunswick
9. Centre de services aux entreprises Canada – Île-du-Prince-Édouard
10. Centre de services aux entreprises Canada – Québec (Info entrepreneurs)
11. Centre de services aux entreprises du Canada – Yukon
12. Centre de services aux entreprises du Canada – Nunavut



### 13. Centre de services aux entreprises Canada – Territoires du Nord-Ouest

Le but principal de la recherche était d'assurer la collecte continue et systématique, le maintien et la communication d'information axée sur la clientèle afin de faciliter la prise de décision de la direction. Les objectifs particuliers de la recherche étaient les suivants :

- déterminer les besoins en information de la clientèle et leur degré de satisfaction à l'égard des produits et des services;
- mesurer la prestation des produits et des services en fonction des besoins des préférences des clients;
- mettre au point un profil de la clientèle;
- faire un suivi du rendement au fil du temps<sup>1</sup>.

Cette recherche utilise comme point de départ les conclusions du sondage de 2005 et a pour but d'établir un niveau de référence pour les sondages ultérieurs.

#### Activités de recherche

Afin d'évaluer le degré de satisfaction de la clientèle parmi les personnes qui ont communiqué avec Entreprises Canada, nous avons utilisé une méthode mixte. Cette méthode combinait le recrutement de répondants au passage et une collecte subséquente de données réalisée en ligne et par téléphone. En tout, 719 clients d'Entreprises Canada ont répondu au sondage selon l'un de ces modes<sup>2</sup>. Avec un échantillon de cette taille, les résultats peuvent être considérés comme exacts à l'intérieur d'un intervalle de plus ou moins 3,6 %, 19 fois sur 20 (pour les questions qui s'appliquaient à l'échantillon entier). Le travail sur le terrain a été réalisé entre le 30 novembre 2006 et 19 février 2007. Les différentes activités de recherche sont décrites en détail ci-dessous, y compris le recrutement et la collecte de données.

#### RECRUTEMENT

Le recrutement des répondants a été effectué au passage. Compte tenu du fait que les services d'Entreprises Canada sont offerts par l'entremise de quatre principaux canaux de services (sur le Web, par téléphone, par courriel et en personne), la méthode de recrutement a été différente selon le canal. Les clients qui ont communiqué avec un centre de services d'Entreprises Canada par téléphone ou en personne<sup>3</sup> ont été recrutés par les agents de services qui répondent aux demandes de services par téléphone ou au comptoir des bureaux. Pour ce faire, ils ont dû obtenir auprès des clients : 1° leur consentement à participer à la recherche et 2° leurs coordonnées afin de leur permettre de participer. Ceux

---

<sup>1</sup> Les données de 2005 et de 2007 ne sont pas entièrement comparables étant donné que les publics cibles étaient différents. Le sondage de 2005 incluait les clients des centres de services du Québec, de l'Ontario, du Manitoba et de la Saskatchewan seulement. De plus, des modifications ont été apportées au questionnaire et seulement deux modes de collecte de données ont été utilisés cette année : en ligne et par téléphone. En 2005, on a également donné aux répondants la possibilité de remplir un questionnaire papier.

<sup>2</sup> De plus, un client a rempli un questionnaire papier qui a été retourné à Phoenix par la poste.

<sup>3</sup> À certains des bureaux d'Entreprises Canada, les ordinateurs étaient mis à la disposition des clients. Dans ces bureaux, les agents de services offraient également à certains des clients qui consentaient à participer à la recherche de remplir le sondage à l'un de ses ordinateurs. Ces clients avaient la possibilité d'accéder au sondage par l'entremise du site Web, qui contenait des invitations à remplir le sondage. C'était la base du recrutement Internet.



qui ont consenti à participer ont eu la possibilité de répondre au sondage par téléphone ou en ligne (mais on les a encouragés à répondre au sondage en ligne).

On a demandé aux clients qui ont utilisé le canal du courriel ou celui d'Internet de remplir le sondage en ligne. On a envoyé aux personnes qui demandaient des renseignements à Entreprises Canada par courriel un courriel de recrutement après l'envoi du courriel qui répondait à leurs questions. Ainsi, on s'est assuré que le recrutement ne nuisait pas à la prestation de services, et cette méthode permettait que du temps s'écoule entre la demande de renseignements et la réponse d'Entreprises Canada de manière à ce que les clients puissent commenter de manière adéquate la qualité du service ou de l'information. Les clients qui accédaient au site Web national ou à l'un des sites provinciaux ou territoriaux durant la recherche étaient recrutés afin qu'ils prennent part au sondage par l'entremise d'une demande de participation au passage qui utilisait des pages interstitielles et non des fenêtres flash. Les pages Web interstitielles arrêtaient les visiteurs du site Web au passage et leur demandaient s'ils étaient d'accord pour participer à la recherche.

Le recrutement s'est poursuivi durant la plus grande partie du travail sur le terrain, commençant le 17 octobre 2006 et se terminant le 31 janvier 2007. La totalité des 13 centres de services du Réseau Entreprises Canada ont participé au recrutement. Le nombre cible de participants recrutés était de 5 000 (en fonction d'un rapport de 4:1 entre les personnes recrutées et les sondages remplis). Étant donné que la fréquentation des canaux d'Entreprises Canada varie selon l'emplacement, le nombre de personnes recrutées a varié lui aussi. Au total, cependant, seulement 1 712 clients ont été recrutés par téléphone, en personne ou par courriel pour prendre part à la recherche. Pour ce qui est du canal de service Internet, 223 visiteurs ont été recrutés pour répondre au sondage au moyen de demandes de participation au passage sur le site Web. Les tableaux 1 et 2 ci-dessous donnent les détails des personnes recrutées pour chaque canal de service, puis pour chaque région.

**Tableau 1**

|   | CANAL DE SERVICE             |              |              |
|---|------------------------------|--------------|--------------|
|   | Par téléphone ou en personne | Par courriel | Par Internet |
| N <sup>bre</sup> de personnes recrutées | 1 687*                       | 25           | 223**        |

\*Exclut les clients recrutés pour qui les coordonnées n'étaient pas valides.

\*\*Le sondage a été effectué à l'aide d'une demande au passage sur le site Web; par conséquent, le nombre de sondages remplis est la seule statistique disponible.

**Tableau 2**

| Province ou territoire | RÉGION   |
|------------------------|--|
|                        | N <sup>bre</sup> de personnes recrutées pour chaque canal de service (exclut Internet) |
| Alberta                | 374  |
| Colombie-Britannique   | 161  |
| Manitoba               | 52   |
| Nouveau-Brunswick      | 137  |



## Réseau Entreprises Canada : Sondage 2007 sur la satisfaction des clients

|                           |              |
|---------------------------|--------------|
| Terre-Neuve-et-Labrador   | 12           |
| Nouvelle-Écosse           | 125          |
| Territoires du Nord-Ouest | 8            |
| Nunavut                   | 2            |
| Ontario                   | 385          |
| Île-du-Prince-Édouard     | 9            |
| Québec                    | 380          |
| Saskatchewan              | 61           |
| Inconnu                   | 6            |
| <b>Grand total</b>        | <b>1 712</b> |

\*Exclut les clients recrutés pour qui les coordonnées n'étaient pas valides.

### QUESTIONNAIRE

Le questionnaire était basé sur la version utilisée en 2005 afin de maximiser le suivi et la comparabilité. Cependant, des modifications importantes ont été nécessaires afin de s'assurer que la conception du questionnaire concordait avec la méthode utilisée. Par le passé, des questionnaires différents ont été utilisés pour chaque canal de service qui était évalué ainsi que pour chaque méthode choisie par le client afin de remplir le sondage (c.-à-d. que les clients ont eut le choix de répondre au sondage par téléphone, par Internet, par la poste ou par télécopieur). Cette année, afin de rationaliser le processus, un questionnaire comportant des *modules* pour chaque canal de service a été utilisé pour recueillir les données. On a demandé aux clients participant au sondage de répondre aux modules qui correspondaient à chaque canal de service qu'ils avaient utilisé durant les six mois précédents. Il fallait en moyenne 14 minutes pour répondre au questionnaire et le nombre de questions auxquelles chaque client devait répondre dépendait de la nature de leur interaction avec Entreprises Canada.

Le questionnaire incorporait des éléments de l'Outil de mesures communes (OMC) afin de permettre d'effectuer des comparaisons quant à la qualité du service entre les ministères et les organismes fédéraux. De plus, il incluait un certain nombre de questions personnalisées ainsi que les principales mesures relatives à la qualité du service pertinentes à chaque canal de service. Les questions de l'OMC incluaient celles se rapportant au degré global de satisfaction des clients quant à la qualité du service reçu de la part du Réseau Entreprises Canada (REC) et leurs perceptions de l'expérience de service, y compris la question de savoir s'ils ont obtenu ce qu'ils voulaient en bout de ligne ou s'ils avaient eu des problèmes en ce qui avait trait au service reçu de la part du REC.

### COLLECTE DE DONNÉES

Le tableau suivant présente le nombre de sondages remplis pour chaque mode de collecte de données ainsi que les spécifications pertinentes pour chaque méthode.

**Tableau 3**

|  | MODE DE COLLECTE DE DONNÉES            |                                       |  |
|--|--|---------------------------------------|--|
|  | Téléphone                              | En ligne                              | Interception Web                       |
| <b>Entrevues</b>                       | 277                                    | 219                                   | 223                                    |
| <b>Dates du travail sur le terrain</b> | Du 30 novembre 2006 au 19 février 2007 | Du 7 décembre 2006 au 19 février 2007 | Du 14 décembre 2006 au 19 février 2007 |



---

Réseau Entreprises Canada : Sondage 2007 sur la satisfaction des clients

---

|                        |              |              |              |
|------------------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Durée moyenne</b>   | 13,5 minutes | 11,8 minutes | 10,4 minutes |
| <b>Taux de réponse</b> | 66 %         | 18 %         | S. o.        |

### 1. Sondage en ligne

Voici les données relatives au sondage en ligne :

- Au total, 1 200 clients recrutés ont été invités à participer au sondage (à l'exception de ceux dont les adresses de courriel étaient non valides). Des réponses au sondage ont été obtenues de la part de 219 clients. Le taux de réponse correspondant est de 18 %.
- Le sondage était protégé par un mot de passe, offert dans les deux langues officielles et accessible au moyen d'un lien URL contenu dans l'invitation par courriel.
- À titre de rappel, un maximum de trois courriels a été envoyé aux clients recrutés qui n'avaient pas encore répondu au sondage. Les rappels ont été envoyés à des intervalles approximatifs d'une semaine.
- Il fallait en moyenne 11,8 minutes pour répondre au sondage, qui a été affiché en ligne du 7 décembre 2006 au 19 février 2007.



## 2. Sondage par téléphone

Les paramètres suivants s'appliquaient :

- Au total, 277 clients ont répondu à une entrevue téléphonique entre le 30 novembre 2006 et le 19 février 2007.
- Un prétest du sondage a été réalisé (sept entrevues en anglais et trois en français). La taille de l'échantillon au moment du prétest n'a pas permis de réaliser davantage d'entrevues de prétest.
- Tous les appels ont été effectués durant les heures de bureau normales et en soirée (les appels en soirée se sont avérés efficaces). Un minimum de huit rappels ont été tentés avant qu'un enregistrement ne soit retiré.
- La durée moyenne des entrevues a été de 13,5 minutes.
- Le taux de réponse pour ce mode de collecte de données a été de 66 %.

Le tableau ci-dessous présente de l'information détaillée sur l'issue des appels pour le sondage téléphonique ainsi que le calcul du taux de réponse au sondage téléphonique, déterminé à l'aide de la formule de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM).

| Sondage par téléphone   |                |
|---|----------------|
| <b>Nombre total de tentatives</b>                                 | <b>536</b>     |
| <b>Unités hors du champ d'enquête – non valides</b>               | <b>82</b>      |
| <b>Unités non résolues (UNR)</b>                                  | <b>54</b>      |
| <i>Pas de réponse / répondeur</i>                                 | 54             |
| <b>Dans le champ d'enquête – Unités non déclarantes (UND)</b>     | <b>14</b>      |
| <i>Barrière linguistique</i>                                      | 0              |
| <i>Incapables de répondre (personnes malades ou décédées)</i>     | 1              |
| <i>Rappel (répondant non disponible)</i>                          | 13             |
| <b>Nombre total de personnes à qui on a demandé de participer</b> | <b>386</b>     |
| <i>Personnes qui ont refusé</i>                                   | 91             |
| <i>Fin de communication</i>                                       | 7              |
| <b>Dans le champ d'enquête – Unités déclarantes (UD)</b>          | <b>288</b>     |
| <i>Non admissibles</i>  | 11             |
| <i>Ont participé à l'entrevue</i>                                 | 277            |
| <b>Taux de refus</b>  | <b>25,39 %</b> |
| <b>Taux de réponse</b>  | <b>65,45 %</b> |

## 3. Sondage au passage sur le site Web

Voici les données relatives au sondage en ligne :



- Au total, 223 clients ont répondu au sondage au passage entre le 14 décembre 2006 et le 19 février 2007.
- Le sondage au passage a été proposé en anglais et en français et accessible via les sites Web national, provinciaux et territoriaux d'Entreprises Canada. Chaque nouveau client qui a visité l'un des sites Web durant la période de la recherche a été invité à remplir le sondage à l'aide d'une page d'invitation interstitielle.
- L'invitation au sondage contenait de l'information au sujet du sondage, une promesse de confidentialité et un encouragement à participer. Si les clients acceptaient l'invitation, le sondage s'ouvrait dans une nouvelle fenêtre du navigateur. Si le client refusait, la fenêtre d'invitation se refermait et ne s'ouvrait plus pour lui durant le reste de la période du sondage.
- Il fallait en moyenne 10,4 minutes pour répondre au sondage.
- Il est impossible de déterminer le taux de réponse avec précision en raison des problèmes d'échantillonnage relatifs aux sondages effectués sur des sites Web en général.

#### ANALYSE

Les données recueillies à l'aide de chaque mode de sondage ont été combinés et analysées ensemble afin de produire les constatations globales. Aucune pondération n'a été appliquée aux données finales. Les données sur le trafic dans les centres de service du Réseau Entreprises Canada ne pouvaient être utilisées comme base pour élaborer une pondération. Les données régionales existantes n'étaient pas fiables. De plus, pour pouvoir calculer des pondérations exactes pour les données, il aurait fallu pouvoir répartir le trafic des centres de service entre les différents canaux de service utilisés pour les interactions liées au service. Étant donné que cette information n'existe pas, les données du sondage n'ont pas été pondérées.

#### Note au lecteur

- Afin de faciliter la lecture, les termes « répondants » et « clients » sont utilisés dans tout le rapport afin de désigner les participants au sondage. De plus, les termes « Réseau Entreprises Canada » et « Entreprises Canada » sont utilisés de manière interchangeable ainsi que le sigle REC.
- Dans certains passages du rapport, le rapport mentionne le nombre de participants (et non le pourcentage) qui ont répondu à certaines questions ou qui ont répondu d'une certaine manière. La méthode suivante est utilisée pour indiquer cette donnée :  $n = 100$  ce qui signifie que, dans ce cas, le nombre de répondants est de 100.
- Étant donné que des questions ont souvent été posées à des sous-échantillons de la population, le nombre de répondants change tout au long du rapport. Le lecteur doit être conscient de ce fait et interpréter avec prudence des résultats basés sur de plus petits nombres de répondants.
- Dans tout le rapport, pour les questions clés, les constatations font l'objet d'un suivi au fil du temps.

- Dans certains graphiques, les totaux n'arrivent pas à 100 % en raison de l'arrondissement.

On trouvera en annexe au rapport les documents suivants, dans les deux langues officielles :

- Documents de recrutement;
- Questionnaire;
- Invitation au moyen d'une page Web interstitielle;
- Invitation à participer au sondage et rappels.



## INTERACTIONS LIÉES AU SERVICE

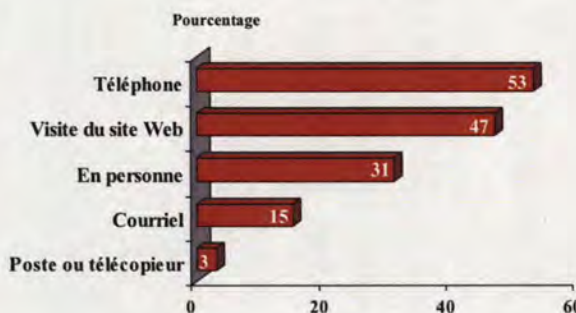
La présente section décrit l'utilisation faite par les clients des différents canaux de service mis à leur disposition pour leur permettre de communiquer avec le REC durant les six mois qui ont précédé le sondage.

### Téléphone, site Web – les canaux de service les plus utilisés

Le téléphone et le site Web ont été les deux canaux de service les plus susceptibles d'être utilisés par les clients qui ont répondu au sondage. Environ la moitié d'entre eux ont dit qu'ils ont utilisé le téléphone (53 %) ou le site Web (47 %) pour communiquer avec le REC durant les six mois précédents. Les autres canaux de service suivaient de loin : les visites en personne ont été utilisées par 31 % des répondants, le courriel par 15 % et la poste ou le télécopieur par seulement 3 % d'entre eux.

#### Canaux de service utilisés dans les six derniers mois

Q2. Par lequel des moyens suivants avez-vous communiqué avec le Réseau Entreprises Canada au cours des six derniers mois?



Phoenix SPI : Sondage 2007 sur la satisfaction de la clientèle du REC

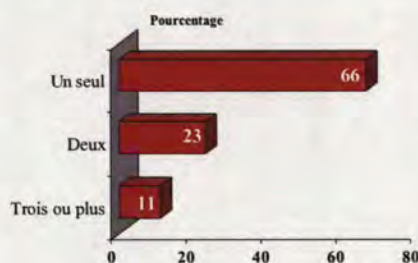
La situation n'a guère changé depuis 2005, période durant laquelle 55 % des répondants ont accédé aux services par téléphone et 48 % par Internet. Les seules différences dignes de mention se sont rapportées aux visites à un bureau du REC (40 % en 2005 contre 31 % en 2007) et au courriel (10 % en 2005 contre 15 % en 2007). **Pour ces données ainsi que pour toutes celles qui se rapportent au suivi, il ne faut pas oublier que le sondage de 2005 et celui de 2007 ne sont pas entièrement comparables en raison de différences dans la composition de l'échantillon ainsi que dans certains aspects de la recherche. Cette mise en garde ne sera pas répétée.**

### La plupart des clients n'utilisent pas plus d'un canal de service

Les deux tiers des personnes qui ont répondu au sondage n'ont utilisé qu'un seul canal de service pour communiquer avec le REC au cours des six mois précédents. Cela dit, 23 % d'entre elles ont utilisé deux des cinq canaux et tout juste 11 % en ont utilisé trois ou plus.

En 2007, une proportion plus élevée a accédé avec le REC en n'utilisant qu'un seul canal de service (66 % contre 60 % en 2005).

#### Nombre de canaux de service utilisés durant les six derniers mois



Phoenix SPI : Sondage 2007 sur la satisfaction de la clientèle du REC

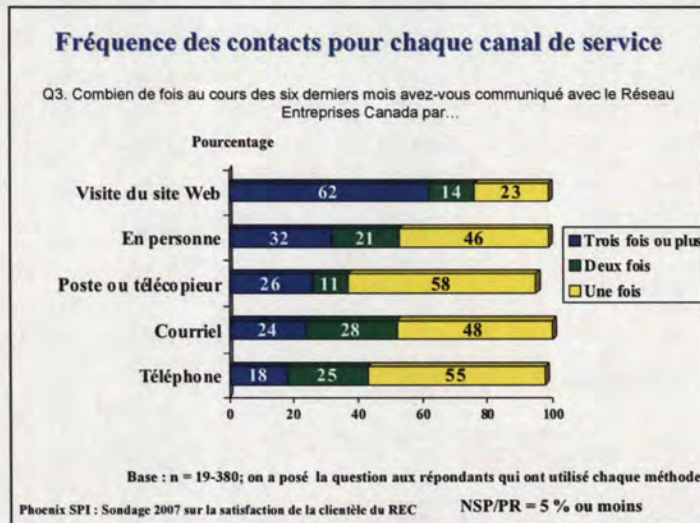






**Le site Web est fréquemment utilisé; les autres canaux le ne sont pas**

Dans l'ensemble, le site Web est de loin le canal de service le plus utilisé. Parmi les personnes qui avaient utilisé le site Web au cours des six mois précédents (n = 340), la plupart l'avaient visité plus d'une fois. Au total, 62 % des répondants ont visité le site trois fois ou plus tandis que 14 % l'ont visité deux fois. Aucun des autres canaux de service n'a été utilisé aussi souvent par une si grande proportion des répondants.

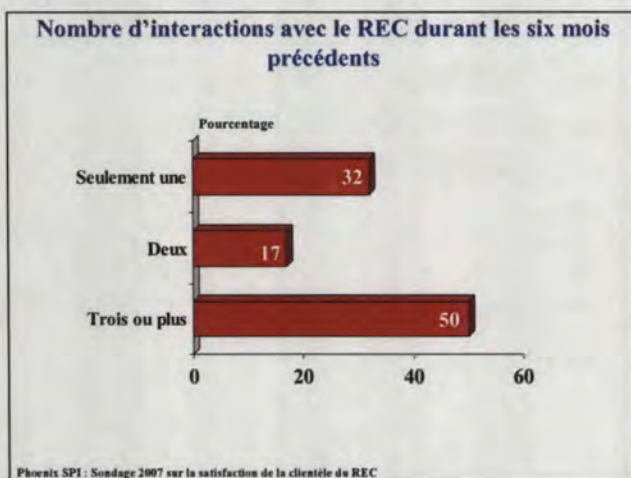


Pour ce qui est des autres canaux de service, la majorité des clients n'ont utilisé la poste ou le télécopieur (58 %) qu'une seule fois pour communiquer avec le Réseau Entreprises Canada. Bien que le téléphone ait été le canal de service le plus utilisé, il se retrouve derrière la plupart des autres méthodes en termes de fréquence d'utilisation. Seuls la poste ou le télécopieur ont été utilisés moins souvent. Parmi les répondants, 37 % ont communiqué avec le REC par la poste ou par télécopieur plus d'une fois, comparativement à 43 % de ceux qui ont utilisé le téléphone. Les clients qui ont visité un bureau du REC ou communiqué avec le REC par courriel ont été davantage susceptibles de le faire plusieurs fois qu'une seule fois. Plus de la moitié (52 ou 53 %) ont utilisé chacun de ces canaux de service plus d'une fois au cours des six mois précédents.



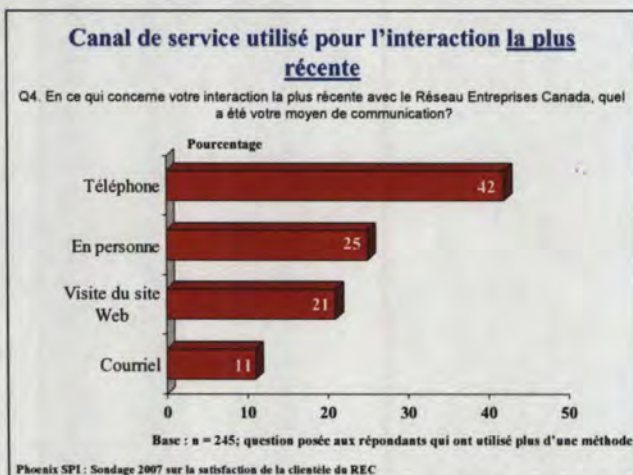
### La moitié des répondants ont communiqué avec le REC trois fois ou plus

De nombreux clients ayant participé au sondage ont communiqué avec le Réseau Entreprises Canada relativement souvent durant les six mois précédents. Exactement la moitié d'entre eux ont communiqué avec le REC trois fois ou plus, quel que soit le canal de service. Parmi le reste, 32 % l'ont fait une fois tandis que 17 % ont communiqué avec le REC deux fois. Cette année, les clients ont été plus susceptibles d'avoir de multiples interactions avec le REC; 32 % n'en ont eu qu'une seule en 2007, comparativement à 51 % en 2005. Parmi les personnes qui ont communiqué avec le REC trois fois ou plus, la plupart ont eu tendance à le faire cinq fois, quel que soit le canal de service utilisé. Cela dit, une très petite proportion de ces clients ont eu plus de six interactions concernant le service et ceux qui ont utilisé le site Web étaient les plus susceptibles de l'avoir visité plus fréquemment, un bon nombre d'entre eux l'ayant fait plus de 10 fois.



### La plupart des répondants ayant utilisé plus d'un canal ont communiqué avec le REC par téléphone

Les clients qui ont utilisé plus d'un canal de service au cours des six mois précédents (n = 245) ont été plus susceptibles d'avoir utilisé le téléphone pour leur plus récente interaction avec Entreprises Canada. Une minorité importante (42 %) d'entre eux avaient communiqué avec le REC par téléphone la dernière fois. Exactement un quart des répondants ont dit que leur dernière interaction était en personne tandis qu'une proportion légèrement inférieure (21 %) ont dit qu'ils avaient accédé au site Web. Un répondant sur 10 (11 %) a dit communiquer avec le REC par courriel. Aucun des clients qui a participé au sondage n'a utilisé la poste ou le télécopieur pour la plus



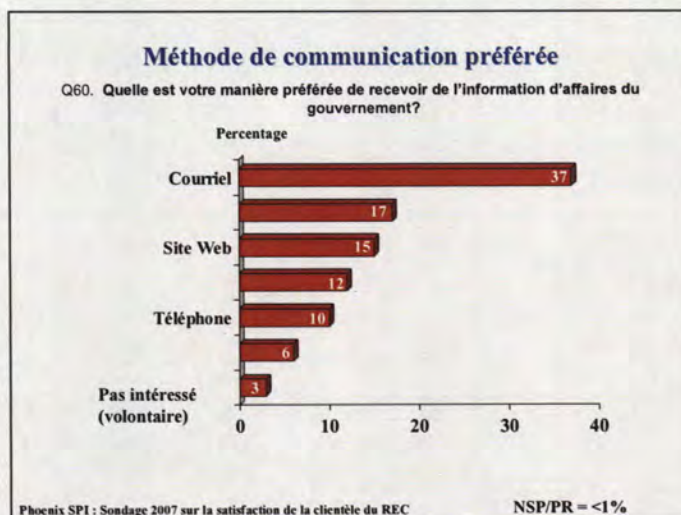


récente interaction relative au service<sup>4</sup>.

### Le courriel, méthode de communication préférée

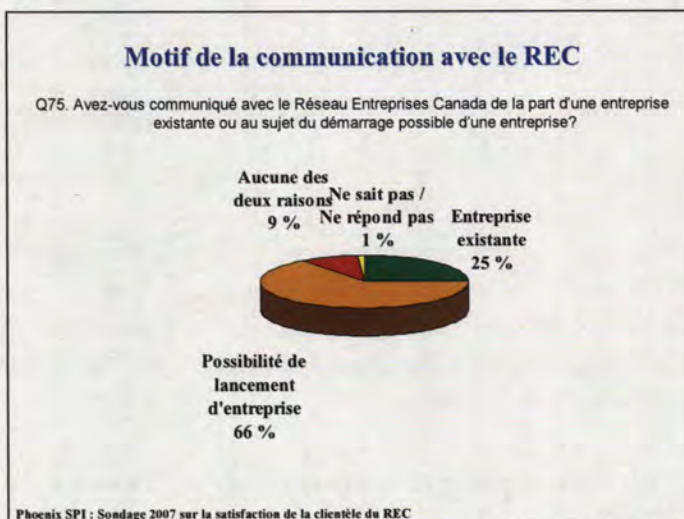
Le courriel a été de loin la méthode de communication préférée. Mentionné plus de deux fois plus souvent que tout autre canal, le courriel a été la méthode de communication préférée pour recevoir de l'information d'affaires de la part du gouvernement pour près de quatre répondants sur 10. Dix-sept pour cent des répondants ont dit qu'ils préféreraient la poste ou le télécopieur tandis que 15 % ont indiqué qu'ils préféreraient le site Web. Environ un répondant sur 10 aimait recevoir de l'information en personne ou par téléphone tandis que 6 % des répondants ont dit qu'ils n'avaient pas de préférence.

Trois pour cent des répondants ont dit qu'ils n'étaient pas intéressés à recevoir ce genre d'information de la part du gouvernement.



### Motif de la communication avec le REC

La plupart des clients ayant répondu au sondage ont communiqué avec le Réseau Entreprises Canada parce qu'ils songeaient à lancer une entreprise (66 %) tandis qu'un quart l'a fait pour une entreprise existante. Seulement 9 % des répondants ont communiqué avec le REC pour une autre raison.



<sup>4</sup> Étant donné qu'aucun des clients qui a participé au sondage n'a utilisé la poste ou le télécopieur pour son interaction la plus récente, ce canal ne fait pas partie de ceux qui ont été analysés en détail plus loin dans le rapport.

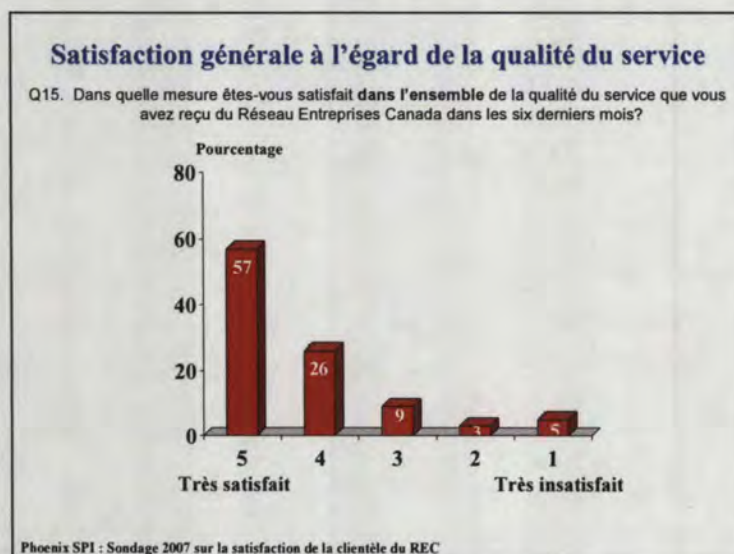


## SATISFACTION À L'ÉGARD DU SERVICE EN GÉNÉRAL

Cette section présente les niveaux de satisfaction des clients à l'égard du service reçu de la part d'Entreprises Canada durant les six mois précédents.

### Forte satisfaction généralisée à l'égard de la qualité globale du service

La satisfaction à l'égard de la qualité globale du service reçu de la part du Réseau Entreprises Canada était forte et généralisée. Plus de quatre répondants sur cinq (83 %) ont exprimé de la satisfaction à l'égard du service reçu durant les six mois précédents et 57 % d'entre eux ont dit qu'ils étaient *très* satisfaits. Parmi les répondants qui ont dit qu'ils n'étaient pas satisfaits, 9 % n'étaient ni satisfaits ni insatisfaits tandis que 8 % étaient insatisfaits du service reçu.



Les cotes de satisfaction sont demeurées fortes comparativement à 2005. Dans le sondage de 2005, 88 % des répondants avaient dit qu'ils étaient satisfaits de la qualité du service fourni par Entreprises Canada.

### Perception positive de différents aspects du service

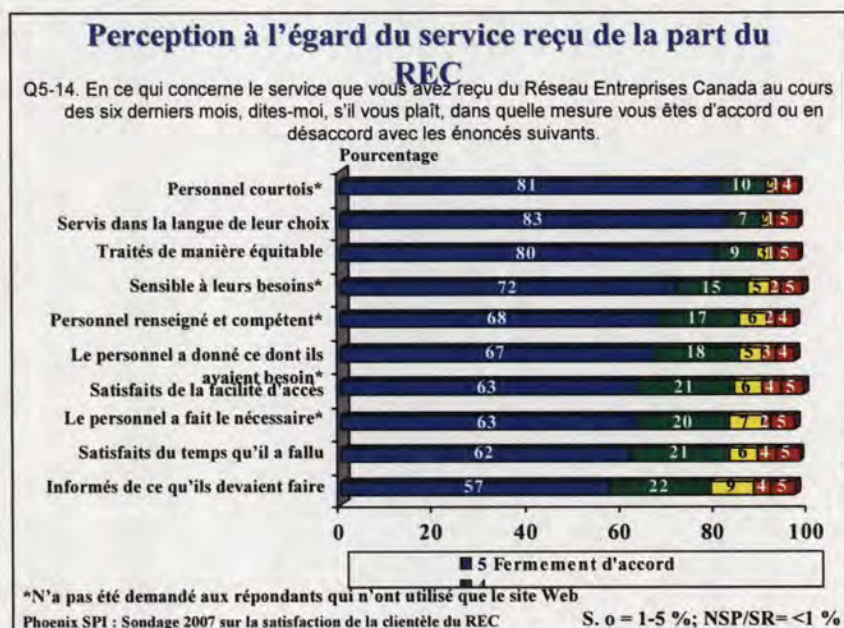
En plus de demander aux clients s'ils étaient satisfaits de la qualité globale du service, on leur a demandé de coter divers aspects du service qu'ils ont reçu du REC. En particulier, on leur a demandé leur opinion à l'égard des énoncés suivants :

- Le personnel était renseigné et compétent\*.



- Le personnel a été courtois\*.
- On les a traités de manière équitable\*.
- Le personnel a été sensible à leurs besoins\*.
- Le personnel a fait le nécessaire pour qu'ils obtiennent ce dont ils avaient besoin\*.
- Le personnel leur a donné ce dont ils avaient besoin ou les a orientés vers des personnes capables de les aider\*.
- On les a servis dans la langue officielle de leur choix (l'anglais ou le français).
- On les a informés de tout ce qu'ils devaient faire pour obtenir le service.
- Ils ont été satisfaits du temps qu'il a fallu pour obtenir le service.
- Ils ont été satisfaits de la facilité d'accès au service.

La satisfaction à l'égard de la qualité générale du service reçu a été également reflétée par le fait que de fortes majorités des clients (de 79 à 81 %) ont donné des évaluations positives de tous les aspects du service et que, sous chaque aspect, la probabilité que la satisfaction soit forte a été plus élevée (57 à 83 %) que modérée (7 à 22 %). Surtout, la proportion des répondants qui n'étaient pas d'accord avec ces énoncés relatifs au service n'a pas dépassé 9 %. Bref, le REC a reçu des évaluations très positives pour ce qui est du service fourni aux clients.



Les clients ont été plus susceptibles de dire que le personnel était courtois (91 %) et qu'ils avaient été servis dans la langue de leur choix (90 %). Une proportion presque aussi élevée des clients (89 %) ont été d'avis qu'ils avaient été traités de manière équitable et que le personnel avait été sensible à leurs besoins (87 %). Des majorités légèrement moins fortes ont dit que le personnel était renseigné et compétent, leur avait donné ce dont ils avaient besoin, avait fait le nécessaire pour qu'ils obtiennent ce dont ils avaient besoin et avait

\* On n'a pas posé cette question aux répondants qui ont utilisé le site Web seulement.

répondu dans un délai satisfaisant (83 à 85 %). De plus, 84 % des répondants ont été satisfaits de la facilité d'accès au service.

L'aspect du service qui a reçu la cote la moins positive a été la mesure dans laquelle les clients ont jugé qu'on les avait informés de tout ce que qu'ils devaient faire pour obtenir le service. Malgré tout, presque quatre répondants sur cinq (79 %) se sont dits d'avis qu'ils en avaient été informés.

Bien que les perceptions demeurent fortes au fil du temps, elles ont décliné légèrement sous certains des aspects analysés : service dans la langue officielle choisie (90 % en 2007 comparativement à 98 % en 2005), clients traités de manière équitable (89 % contre 95 %), personnel courtois (91 % contre 96 %), personnel renseigné et compétent (85 % contre 92 %), personnel qui a fait le nécessaire (83 % contre 85 %) et satisfaction à l'égard du temps qu'il a fallu pour obtenir le service (83 % contre 88 %).

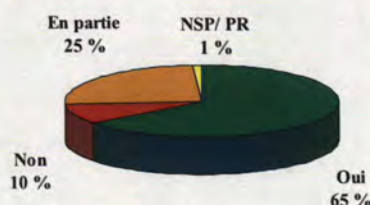


### Les clients sont très satisfaits du résultat du service

Presque deux tiers des clients qui ont répondu au sondage (65 %) ont dit qu'ils ont fini par obtenir tout ce dont ils avaient besoin de la part du Réseau Entreprises Canada. Un autre groupe de répondants (25 %) a obtenu une partie de ce qu'ils voulaient tandis que seulement 10 % d'entre eux ont dit qu'ils n'ont pas obtenu ce dont ils avaient besoin. Donc, 90 % des clients ont obtenu une partie ou la totalité de ce qu'ils voulaient lorsqu'ils ont communiqué avec le REC durant les six mois précédents.

#### Satisfaction à l'égard du résultat du service

Q16. Avez-vous fini par obtenir ce dont vous aviez besoin?



Phoenix SPI : Sondage 2007 sur la satisfaction de la clientèle du REC

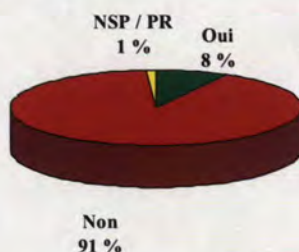
Compte tenu du degré de satisfaction globale uniformément élevé, il n'est pas étonnant qu'il n'y ait eu que peu de changement dans les perceptions des clients à l'égard de l'issue du service comparativement à 2005 : en 2007, 90 % des clients avaient obtenu la totalité ou une partie de ce dont ils avaient besoin comparativement à 93 % en 2005.

### Peu de clients ont eu des problèmes de service

Une proportion de 91 % des clients n'a eu aucun problème concernant le service qu'ils ont reçu du Réseau Entreprises Canada durant les six mois précédents. À l'opposé, 8 % des répondants ont dit qu'il ont eu au moins un problème concernant le service.

#### Problèmes de service

Q17. Au cours des six derniers mois, y a-t-il eu des problèmes touchant le service que vous avez reçu du Réseau Entreprises Canada?





**Le problème le plus fréquent : ne pas savoir où obtenir de l'information**

Les répondants qui ont déclaré avoir eu des problèmes de service (n = 60) étaient surtout susceptibles de dire qu'ils n'avaient pas su où obtenir de l'information. Au total, près d'un tiers d'entre eux (32 %) ont dit qu'ils n'avaient pas su où obtenir de l'information dont ils avaient besoin. Au deuxième rang (de loin) par ordre de fréquence, 18 % ont répondu avec une fréquence égale que personne n'avait pris le temps de leur donner des explications, qu'on les avait renvoyés d'une personne à l'autre ou qu'on leur avait donné des renseignements inexacts. Certains clients ont dit qu'on leur avait donné des renseignements inexacts mais, de plus, 13 % d'entre eux étaient d'avis qu'ils avaient reçu des renseignements ou des conseils contradictoires de diverses personnes ou sources.

**Problèmes éprouvés**

Q18. Quels problèmes avez-vous éprouvés?

| Problème                                 | %  | Problème                                 | %  |
|--|----|--|----|
| N'ont pas su où obtenir de l'information | 32 | Service de qualité médiocre              | 10 |
| Pas d'explication                        | 18 | Complications                            | 7  |
| Renvoyés d'une personne à l'autre        | 18 | Site Web en panne                        | 7  |
| Reçu de l'information inexacte           | 18 | Personnel prend trop de temps à répondre | 5  |
| Renseignements contradictoires           | 13 | Information périmée                      | 3  |
| Difficile de naviguer dans le site Web   | 12 | Trop longue distance à parcourir         | 3  |
| Lignes téléphoniques toujours occupées   | 12 | Autres                                   | 10 |

On a accepté plus d'une réponse

Base : n = 60; question posée à ceux qui ont eu des problèmes

Phoenix SPI : Sondage 2007 sur la satisfaction de la clientèle du REC

NSP = 5%

La difficulté à naviguer dans le site Web et les lignes téléphoniques occupées ont toutes deux été mentionnées par 12 % des répondant tandis que 10 % ont mentionné qu'ils avaient reçu un service médiocre.

De plus petits nombres de répondants ont mentionné des complications avec des clients, des problèmes liés au site Web (il n'était pas accessible, il était en panne ou il était tombé en panne pendant qu'ils s'y trouvaient), que le personnel a mis trop de temps à leur répondre, qu'ils ont reçu de l'information périmée où qu'ils ont dû parcourir une trop longue distance pour aller au centre de service. Un répondant sur 10 (six personnes) a mentionné un autre genre de problème.



## SATISFACTION À L'ÉGARD DES CANAUX DE PRESTATION DE SERVICE

Dans cette section, nous analysons la perception des clients à l'égard des différents canaux de service utilisés pour communiquer avec le Réseau Entreprises Canada durant les six mois précédents et leur degré de satisfaction à cet égard. Ceci inclut le téléphone, le ou les sites Web, le courriel et le service en personne.

### SERVICE PAR TÉLÉPHONE

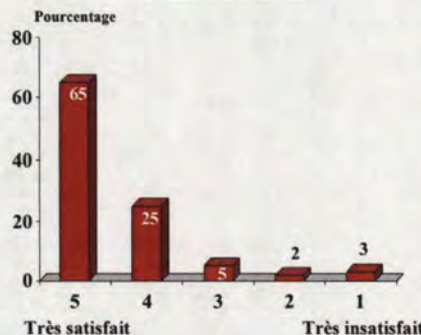
Au total, 371 participants au sondage ont répondu à des questions au sujet du service par téléphone (c.-à-d. des clients qui n'ont utilisé que ce canal de service et dont la plus récente interaction avec le REC a été par téléphone).

#### Satisfaction assez généralisée à l'égard du service par téléphone

La vaste majorité des clients qui ont communiqué avec le REC par téléphone (et qui ont participé à ce module du sondage) ont exprimé de la satisfaction à l'égard de la qualité générale du service reçu au moyen de ce canal au cours des six mois précédents. Une proportion de 90 % des clients a été satisfaite et 65 % se sont dits *très* satisfaits. Une très faible proportion d'entre eux (5 %) ont exprimé une insatisfaction quelconque.

#### Satisfaction globale à l'égard du service téléphonique

Q24. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait dans l'ensemble de la qualité du service que vous avez reçu lors de votre ou de vos appels téléphoniques au Réseau Entreprises Canada au cours des six derniers mois?



Base: n = 371; question posée aux répondants qui ont communiqué avec le REC par téléphone

Phoenix SPI : Sondage 2007 sur la satisfaction de la clientèle du REC

Le degré de satisfaction n'a pas changé au fil du temps : il a été de 90 % en 2007 et de 89 % en 2005.

Les répondants qui n'ont pas été satisfaits de la qualité du service reçu par téléphone (n = 19) ont surtout attribué cette insatisfaction au fait qu'on leur a donné des renseignements contradictoires ou inexacts, qu'on n'a pas pris le temps de tout leur expliquer ou que l'aiguillage n'était pas utile.

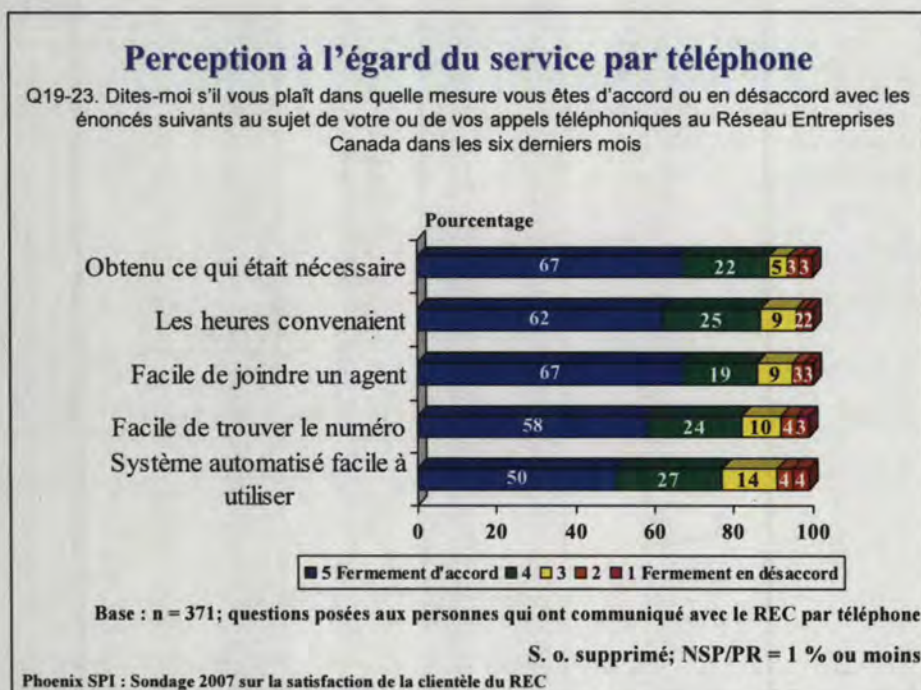


### Perception positive de certains aspects du service par téléphone

La satisfaction à l'égard de la qualité globale du service par téléphone a été mise en évidence par le fait que la plupart des clients ont coté de manière très positive différents aspects du service. Ces aspects incluaient les suivants :

- Il était facile de trouver le numéro de téléphone;
- Le système téléphonique automatisé était facile à utiliser;
- Les heures de service convenaient;
- Le client a pu joindre un agent sans difficulté;
- Le client a pu obtenir l'information dont il avait besoin.

Dans l'ensemble, les répondants étaient davantage susceptibles de dire qu'ils avaient obtenu l'information dont ils avaient besoin (89 %), que les heures de service convenaient (87 %) et qu'il était facile de joindre un agent (86 %). Une proportion légèrement moins grande d'entre eux ont jugé qu'il avait été facile de trouver le numéro de téléphone (82 %) et d'utiliser le service téléphonique automatisé (77 %). Surtout, les clients ont eu tendance à dire beaucoup plus souvent qu'ils étaient fermement d'accord (de 50 à 67 %) que modérément d'accord (de 19 à 27 %). Une proportion relativement faible a dit ne pas être d'accord (de 4 à 8 %).



Les répondants qui ont indiqué qu'une question ne s'appliquait pas à eux représentaient une proportion allant de 1 à 15 %. C'est pour l'énoncé *Le système téléphonique automatisé a été facile à utiliser* que cette proportion a été la plus élevée. Les répondants qui ont choisi l'énoncé « Sans objet » ont été retirés des calculs. Les pourcentages sont donc basés sur les personnes qui ont donné une réponse et non sur l'ensemble de l'échantillon.

Au fil du temps, un seul changement digne de mention est survenu pour cet aspect : les répondants ont été plus nombreux à dire qu'il était facile de trouver le numéro de téléphone (82 % en 2007 contre 60 % en 2005).

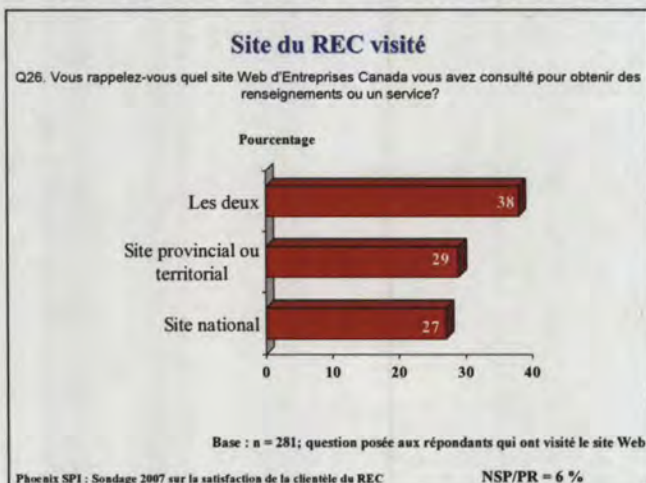


## SERVICE DU SITE WEB

Au total, 281 clients qui ont participé au sondage ont répondu à des questions dans cette section portant sur le ou les sites Web (soit les clients qui n'ont utilisé que le canal du site Web et ceux dont la plus récente interaction avec le REC a été une visite du site Web).

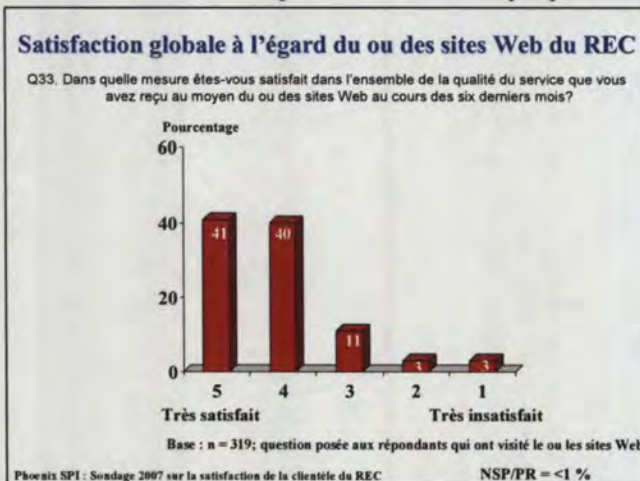
### Les clients ont été plus susceptibles d'avoir utilisé à la fois le site national et les sites provinciaux ou territoriaux

Parmi les clients ayant dit qu'ils avaient utilisé le site Web (et qui ont répondu à ce module du sondage), 38 % ont dit qu'ils avaient visité à la fois un site provincial ou territorial<sup>5</sup> et le site national. Le reste des répondants ont été partagés de manière pratiquement égale entre ceux qui n'ont visité que le site provincial ou territorial (29 %) et ceux qui n'ont visité que le site national (27 %).



### C'est de la qualité du service reçu par l'entremise du site Web que les clients ont été le plus satisfaits

Quatre répondants sur cinq (81 %) ont été satisfaits de la qualité globale du service reçu par l'entremise du site Web au cours des six mois précédents. Des proportions pratiquement identiques ont dit qu'ils étaient *très* (41 %) et *modérément* (40 %) satisfaits. Les répondants qui n'étaient pas satisfaits étaient plus susceptibles d'être neutres (11 %) qu'insatisfaits (6 %) de leur(s) visite(s) d'un site Web d'Entreprises Canada pour obtenir de l'information ou un service.



<sup>5</sup> Il existe 13 sites provinciaux et territoriaux qui correspondent à chacun des lieux de service d'Entreprises Canada.



Comparativement à 2005, il n'y a pas eu de changement significatif du degré de satisfaction à l'égard du service reçu par l'entremise du site Web : il a été de 81 % en 2007 alors qu'il avait été de 78 % en 2005.

Parmi les répondants, peu nombreux, qui ont dit qu'ils étaient insatisfaits du service reçu par l'entremise du site Web (n = 21), la plupart attribuent leur insatisfaction au fait qu'ils n'ont pu trouver l'information qu'ils cherchaient, tandis qu'un nombre plus faible ont dit que c'était parce qu'ils avaient trouvé difficile la navigation dans le site. Un répondant a dit que le site était en panne ou trop lent.

### **La perception des sites Web est en majorité positive**

On a demandé aux répondants de penser à l'utilisation qu'ils ont faite du site Web national et/ou d'un site provincial ou territorial d'Entreprises Canada durant les six mois précédents et de dire à quel point ils approuvaient une série d'énoncés concernant le service. Dans l'ensemble, les clients ont dit dans des proportions similaires qu'ils approuvaient les énoncés suivants :

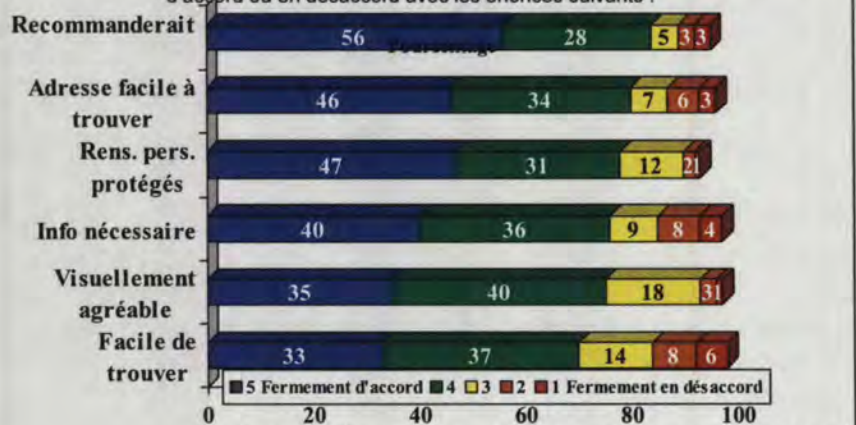
- Il a été facile de trouver l'adresse du site Web;
- Il a été facile de trouver ce qu'ils cherchaient;
- Le site était visuellement agréable;
- Le site renfermait les renseignements dont ils avaient besoin;
- Ils étaient persuadés de la protection pleine et entière de leurs renseignements personnels sur le site;
- Ils recommanderaient le site à un collègue ou un ami.

Les clients ont été davantage susceptibles de dire qu'ils recommanderaient le site à un ami (84 %), tandis que des proportions plus faibles mais semblables de répondants se sont dits d'avis qu'il était facile de trouver l'adresse (80 %) et que leurs renseignements personnels étaient protégés sur le site (78 %). Environ les trois quarts des répondants ont dit à la fois que le site contenait l'information dont ils avaient besoin et qu'il était visuellement agréable. À l'exception de ce qui touchait l'aspect visuel du site, les répondants étaient plus susceptibles d'être fermement d'accord que de l'être modérément. En d'autres mots, les clients qui ont eu une impression positive du ou des sites Web étaient plus susceptibles de répondre de manière catégorique dans leur évaluation et ont donné la cote la plus élevée possible.



### Perception à l'égard du ou des sites Web du REC

Q27-32. Pensez à votre utilisation de site(s) web nationaux et/ou provinciaux d'Entreprises Canada au cours des six derniers mois et dites-moi s'il vous plaît dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants :



Base : n = 319; questions posées aux répondants ayant visité le(s) site(s)

S. o. = 2 à 5 %; NSP/PR = 2 % ou moins

Phoenix SPI : Sondage 2007 sur la satisfaction de la clientèle du REC

L'aspect du ou des sites Web qui a reçu la cote la moins positive a été la mesure dans laquelle il était facile de trouver l'information. Néanmoins, une forte majorité de répondants (70 %), ont dit qu'il était facile de trouver ce qu'ils cherchaient sur le site. Cependant les répondants étaient modérément d'accord plutôt que fermement d'accord.

Un nombre relativement faible de répondants (de 3 à 14 %) ont dit qu'ils n'étaient pas d'accord avec les énoncés et c'est pour la facilité de trouver l'information ou les services qu'ils ont été les plus nombreux à dire qu'ils n'étaient pas d'accord. Ce résultat n'est pas surprenant compte tenu du fait que la plupart des répondants qui n'ont pas été satisfaits de la qualité du service reçu par l'entremise du site Web ont attribué leur insatisfaction au fait qu'ils n'avaient pas trouvé l'information qu'ils cherchaient.

Les perceptions à l'égard du site Web ont peu changé au fil du temps; le nombre de clients qui ont donné une rétroaction positive a varié de 4 % tout au plus en ce qui touche les aspects pour lesquels des données de suivi existaient. Les deux exceptions dignes de mention sont la certitude que les renseignements personnels sont protégés (78 % en 2007 contre 84 % en 2005) et la facilité de trouver l'adresse du site Web (80 % en 2007 comparativement à 71 % en 2007).

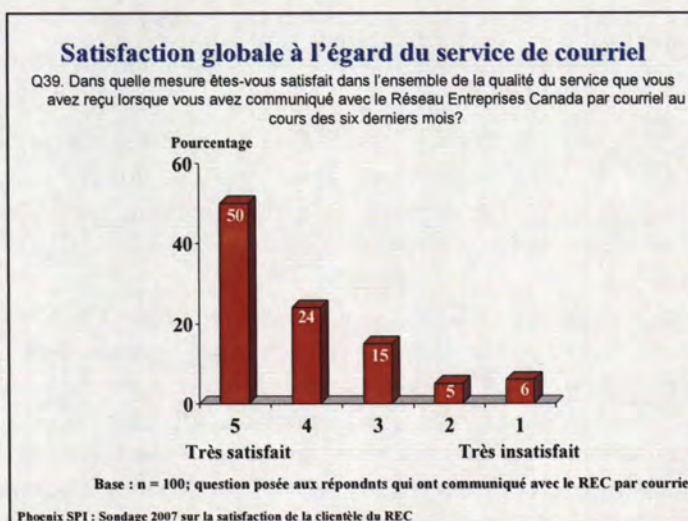
### SERVICE PAR COURRIEL

Au total, 100 clients ayant participé au sondage ont répondu à des questions dans cette section portant sur le service par courriel du REC (soit les clients qui n'ont utilisé que le canal du courriel et ceux dont la plus récente interaction avec le REC avait été par courriel).



### La majorité des répondants ont été satisfaits du service de courriel

Près des trois quarts (74 %) des répondants qui ont communiqué avec le REC par courriel afin d'obtenir de l'information (et qui ont répondu à ce module du sondage) ont été satisfaits de la qualité du service reçu et 50 % ont dit qu'ils avaient été *très* satisfaits. Pour le reste des répondants, 15 % ont donné une réponse neutre 11 % ont dit qu'ils étaient insatisfaits.



Dans le cas des 11 répondants qui ont été insatisfaits, environ la moitié d'entre eux ont dit qu'on leur avait donné des renseignements inexacts ou que personne ne leur avait répondu. Quelques répondants ont dit que trop de temps s'était écoulé avant qu'ils reçoivent une réponse, que la réponse était insuffisante ou inexacte ou qu'elle contredisait l'information donnée par une autre personne ou source. De plus, trois personnes ont mentionné que l'aiguillage qu'on leur avait donné n'avait pas été utile.

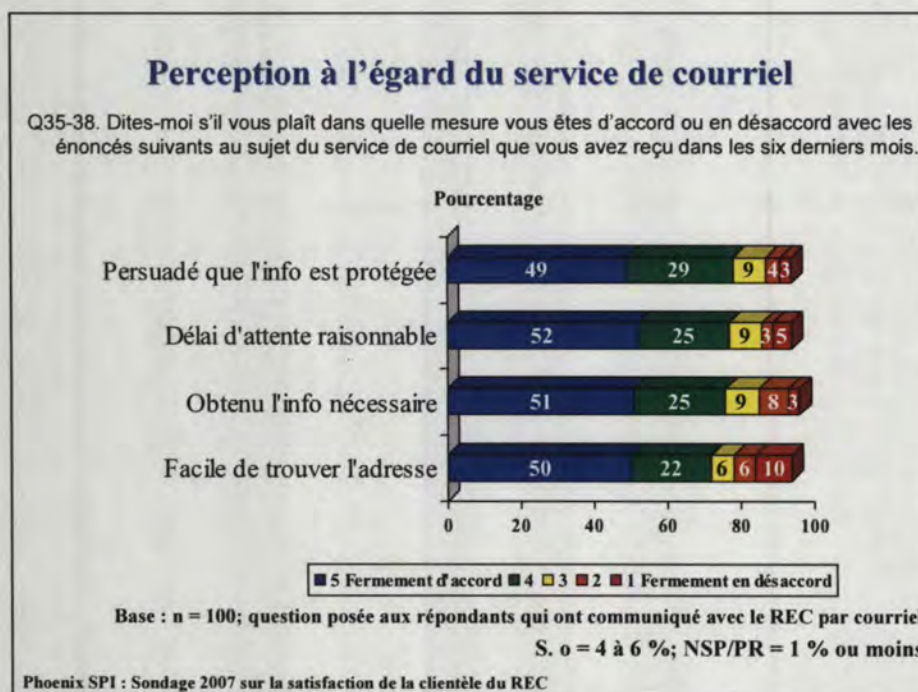


### La perception à l'égard du service de courriel est uniformément positive

La plupart des clients qui ont reçu du service de la part du Réseau Entreprises Canada ont dit qu'ils étaient d'accord avec chacun des énoncés suivants au sujet du service :

- Il a été facile de trouver l'adresse courriel;
- Le délai avant de recevoir une réponse a été raisonnable;
- Ils ont pu obtenir les renseignements dont ils avaient besoin;
- Ils ont été persuadés de la protection pleine et entière de leurs renseignements personnels.

En particulier, 78 % des répondants ont dit qu'ils étaient persuadés que leurs renseignements personnels ont été protégés quand il ont reçu du service par courriel, 77 % que le délai avant de recevoir une réponse a été raisonnable et 76 % qu'ils ont pu obtenir les renseignements dont ils avaient besoin. Une proportion légèrement plus faible (72 %), mais néanmoins une forte majorité des répondants ont dit qu'il avait été facile de trouver l'adresse de courriel. Tout comme les clients étaient beaucoup plus susceptibles de dire qu'ils avaient été très satisfaits à l'égard de la qualité globale du service de courriel, ils ont aussi été presque deux fois plus susceptibles d'être fermement d'accord avec chacun de ces énoncés relatifs au service.



Au total, de 7 à 16 % des répondants se sont dits insatisfaits de l'un des aspects du service qu'ils ont reçu par courriel au cours des six mois précédents. C'est pour la facilité de trouver l'adresse de courriel qu'elle a été la plus élevée.



## SERVICE EN PERSONNE

Au total, 216 clients ont répondu à des questions dans cette section portant sur le service en personne (c'est-à-dire les clients qui n'ont utilisé que le canal de service en personne et ceux dont l'interaction la plus récente avec le REC a eu lieu dans un bureau de l'organisme).

### Grande satisfaction à l'égard du service en personne

Au total, 88 % des répondants qui se sont rendus dans un bureau d'Entreprises Canada (et ont répondu à ce module du sondage) ont dit qu'ils étaient généralement satisfaits à l'égard du service reçu et 62 % ont dit qu'ils étaient *très* satisfaits. Très peu de répondants (7 %) ont exprimé une quelconque insatisfaction à l'égard du service (5 % ont donné une réponse neutre).



Cette année, les clients ont été légèrement moins nombreux à se déclarer satisfaits du service reçu dans un bureau du REC, soit 88 % comparativement à 94 % en 2005.

Les 16 répondants qui ont été insatisfaits du service qu'ils ont reçu ont eu tendance à dire que c'était parce qu'ils avaient reçu de l'information inexacte ou des renseignements/conseils contradictoires de diverses personnes/sources ou encore que les agents d'information n'ont pas été utiles. Les autres motifs d'insatisfaction mentionnés ont été le fait que personne n'ait pris le temps de leur donner des explications, la mauvaise qualité du service à la clientèle en général, la lenteur du service et les aiguillages qui n'ont pas été utiles.

### Évaluation positive de certains aspects du service en personne

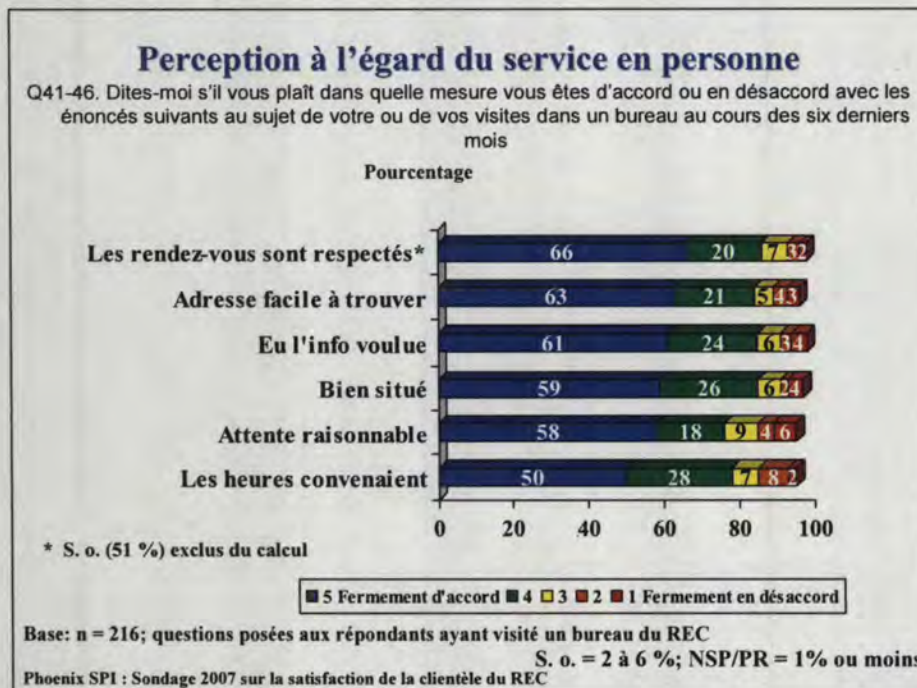
Les clients qui ont visité un bureau du Réseau Entreprises Canada pour obtenir de l'information dans les six mois qui ont précédé le sondage ont eu tendance à dire qu'ils étaient *fermement* d'accord avec les énoncés concernant divers aspects du service :

- Le délai avant d'être servi a été raisonnable;



- Le client avait un rendez-vous et il a été reçu en temps opportun;
- Il a pu obtenir les renseignements dont il avait besoin;
- Les heures de service lui convenaient;
- Le bureau était bien situé;
- Il a été facile de trouver l'adresse du bureau.

Ce sont les clients qui avaient un rendez-vous qui se sont dits les plus satisfaits<sup>6</sup>, c'est-à-dire que 86 % ont été reçus en temps opportun; 66 % ont dit qu'ils étaient fermement d'accord. De plus, des proportions importantes et semblables de répondants ont indiqué qu'ils ont reçu l'information dont ils avaient besoin (85 %), que le bureau était bien situé (85 %) et qu'il avait été facile de trouver l'adresse du bureau (84 %). Bien que les clients ont eu moins tendance à dire que le délai d'attente avait été raisonnable et que les heures de service leur convenaient, de fortes majorités (de 76 à 78 %) des répondants ont donné une cote positive à ces aspects du service en personne.



Là encore, pour chacun de ces aspects, les clients ont eu davantage tendance à se dire fermement d'accord (50 à 66 %) que modérément d'accord (de 18 à 28 %), tandis qu'une proportion relativement faible d'entre eux (5 à 10 %) ont exprimé un degré quelconque d'insatisfaction à l'égard des énoncés.

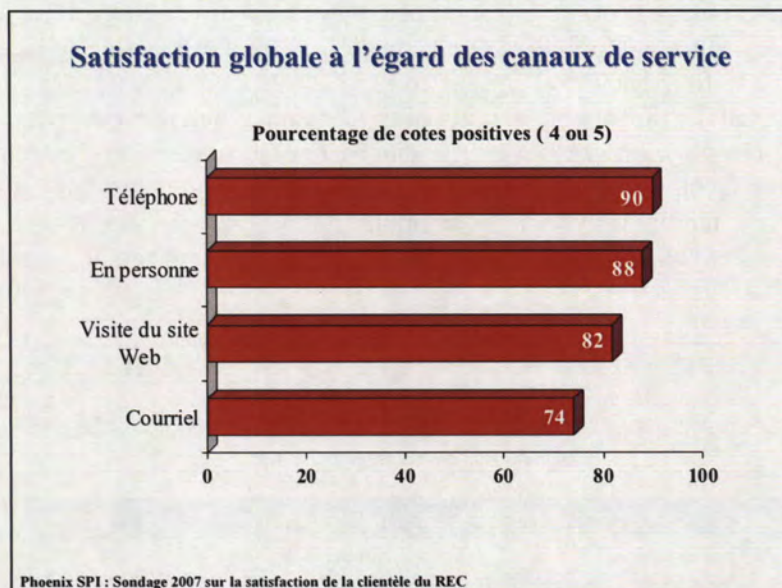
Comparativement à 2005, une proportion légèrement plus grande des clients ont dit qu'il était facile de trouver le bureau (84 % en 2007 contre 80 % en 2005).

<sup>6</sup> Les répondants qui ont dit que cet énoncé de s'appliquait pas à leur situation (Sans objet ou S. o.) ont été exclus du calcul. Le nombre de clients qui ont répondu à cette question est donc de 110.



### COTES DE SATISFACTION GLOBALES

En général, le degré de satisfaction à l'égard des différents canaux de service a été élevé chez un grand nombre de répondants. De plus et comparativement aux trois autres canaux de service, c'est celui qui a été reçu du REC par téléphone qui a obtenu les cotes de satisfaction les plus élevées. Le service en personne suivait de près et les visites au site Web venaient ensuite. Le service de courriel est arrivé au dernier rang, avec un taux de satisfaction de 74 %.





## PERCEPTIONS À L'ÉGARD DE L'INFORMATION OBTENUE DU REC

Dans la présente section, on trouve une analyse des perceptions de la clientèle à l'égard de l'information qu'on peut obtenir du REC.

### La plupart des clients comptent sur le REC pour obtenir de l'information sur le lancement d'une entreprise

Soixante pour cent des clients ont dit qu'ils ont tenté d'obtenir de l'information sur le lancement d'une entreprise auprès du Réseau Entreprises Canada dans les six mois qui ont précédé le sondage. Cette proportion est un peu plus faible qu'en 2005, alors que 70 % des répondants avaient dit avoir besoin de ce genre d'information.<sup>7</sup> Au deuxième rang venait l'information sur le financement d'entreprise (33 %), puis les autres genres d'information gouvernementale et l'information sur certains secteurs d'activité ou secteurs d'affaires (27 % chacun). De plus, un répondant sur cinq a tenté d'obtenir de l'information sur la fiscalité ou sur la façon de commercialiser ou de promouvoir des produits ou des services (de 20 à 21 %), tandis qu'un nombre moins élevé de répondants cherchaient de l'information sur l'expansion d'une entreprise ou des contacts au sein d'associations ou du gouvernement (14 % chacun).

### Genres d'information que les clients ont tenté d'obtenir du REC

Q49. Quelle sorte d'information avez-vous cherché à obtenir du Réseau Entreprises Canada au cours des six derniers mois?

| Information                           | %  | Information   | % |
|---------------------------------------|----|---|---|
| Démarrage d'une entreprise            | 60 | Importation   | 1 |
| Financement d'une entreprise          | 33 | Subventions   | 1 |
| Autre information gouvernementale     | 27 | Plans d'affaires  | 1 |
| Information sur un secteur d'affaires | 27 | Séminaires, cours, formation                            | 1 |
| Fiscalité                             | 21 | Statistiques / études de marché                         | 1 |
| Commercialisation/promotion           | 20 | Enregistrement ou changement d'une dénomination sociale | 1 |
| Expansion d'une entreprise            | 14 | Information juridique                                   | 1 |
| Contacts ou sources d'associations    | 14 | Propriété intellectuelle                                | 1 |
| Contacts ou sources au gouvernement   | 14 | Autres  | 3 |
| Exportation                           | 10 | N'ont pas obtenu d'information                          | 1 |
| Commerce électronique                 | 8  |   |   |

On acceptait les réponses multiples.

Phoenix SPI : Sondage 2007 sur la satisfaction de la clientèle du REC

NSP/PR = <1 %

Dix pour cent ou moins des répondants ont tenté d'obtenir de l'information sur l'exportation et le commerce électronique tandis que très peu de répondants étaient à la recherche d'information sur l'importation, les subventions, les plans d'affaires et la formation.

<sup>7</sup> Cette question a été modifiée en 2007. En 2005, on a demandé aux répondants de décrire l'information dont ils avaient besoin lorsqu'ils utilisaient les services du REC.

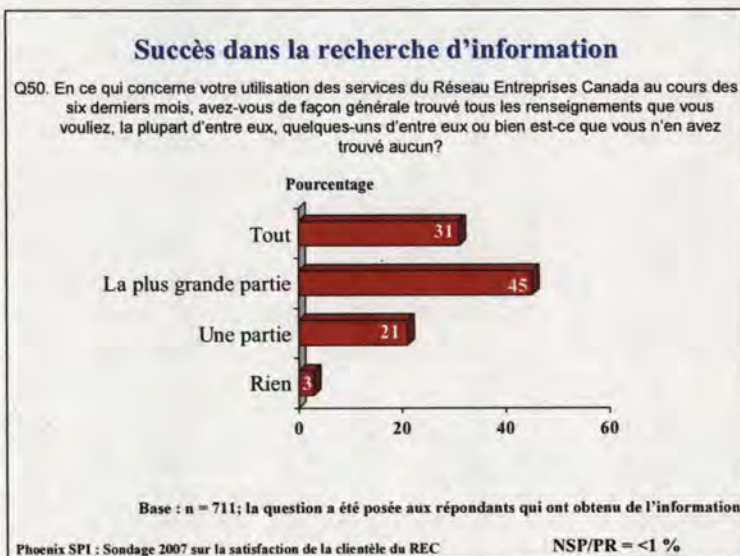


Lorsqu'on regroupe les réponses, il est possible de constater que les clients ont surtout été enclins à tenter d'obtenir une variété de renseignements sur le lancement d'une entreprise. En plus des renseignements généraux à ce sujet, les thèmes ont inclus de l'information sur le financement et les subventions, la commercialisation et la promotion, les plans d'affaires, les séminaires, les possibilités de cours et de formation, l'enregistrement ou la modification d'une dénomination sociale et les questions juridiques relatives au lancement d'une entreprise. D'autres répondants étaient à la recherche d'information gouvernementale, dont des renseignements sur les lois et les règlements, les programmes et les services, la fiscalité, les contacts et les sources et la propriété intellectuelle.

Pour ce qui est des genres de renseignements moins souvent recherchés, les répondants ont eu tendance à vouloir de l'information axée sur la recherche, par exemple de l'information sur les secteurs d'activités (secteurs d'affaires), l'information sur la manière d'élargir une entreprise, des noms de contacts et des sources dans les associations et des statistiques ou des études de marché. En dernier lieu, les thèmes suivants peuvent être regroupés comme des éléments de l'exploitation d'une entreprise : l'exportation, le commerce électronique et l'importation.

### La majorité des répondants a trouvé au moins une partie de l'information recherchée

Dans l'ensemble, les répondants ont eu tendance à réussir à trouver au moins une partie de l'information lorsqu'ils ont utilisé les services du Réseau Entreprises Canada durant les six mois précédant le sondage. Parmi les répondants qui ont tenté d'obtenir de l'information (n = 711), les trois quarts ont trouvé la plupart des renseignements qu'ils cherchaient (45 %) ou tout (31 %) ce qu'ils cherchaient. De plus, 21 % des répondants ont dit qu'ils ont trouvé une partie de ce qu'ils cherchaient. Seulement 3 % des répondants n'ont pas eu de succès et ont déclaré qu'ils n'ont trouvé aucun des renseignements qu'ils cherchaient.



Si l'on compare ces résultats et ceux de 2005, on voit qu'un moins grand nombre de clients ont trouvé tout ce qu'ils cherchaient lorsqu'ils ont recouru aux services du REC (31 % en 2007 contre 52 % en 2005). À l'opposé, un plus grand nombre de répondants ont trouvé une partie (21 % contre 15 % en 2005) ou la plus grande partie (45 % contre 30 % en 2005) de l'information qu'ils cherchaient.

### Le genre d'information que les répondants ne trouvent pas varie



Les répondants qui n'ont pas obtenu tout ce qu'ils cherchaient (n = 488) ont donné une longue liste d'éléments d'information qu'ils n'ont pas trouvés. Cependant, l'information gouvernementale a été la catégorie la plus fréquemment mentionnée (17 %). Venaient ensuite l'information sur le financement d'entreprise et l'information sectorielle (14 à 15 %). Environ un répondant sur 10 (de 8 à 10 %) a dit qu'il ne trouvait pas d'information sur la fiscalité, les contacts dans les associations et au gouvernement, l'information sur les entreprises en démarrage et celle sur la commercialisation et la promotion.

### Genre d'information que les répondants n'ont pas trouvé

Q51. Quelle sorte d'information n'avez-vous pas pu obtenir?

| Information                         | %  | Information                                      | % |
|-------------------------------------|----|--|---|
| Autre information gouvernementale   | 17 | Exportation                                      | 5 |
| Financement d'entreprise            | 15 | Statistiques ou études de marché                 | 4 |
| Information sectorielle             | 14 | Information juridique                            | 2 |
| Fiscalité                           | 10 | Information plus précise ou personnelle          | 2 |
| Contacts et sources d'associations  | 10 | Enregistrer ou modifier une dénomination sociale | 1 |
| Lancement d'une entreprise          | 9  | Plans d'affaires                                 | 1 |
| Commercialisation/promotion         | 8  | Importation                                      | 1 |
| Contacts et sources au gouvernement | 8  | Subventions                                      | 1 |
| Expansion d'une entreprise          | 7  | Autres   | 7 |
| Commerce électronique               | 5  |  |   |

On acceptait les réponses multiples Base : n = 488; on a posé la question aux répondants qui n'ont pas trouvé tout ce qu'ils cherchaient

Phoenix SPI : Sondage 2007 sur la satisfaction de la clientèle du REC

NSP/PR = 22 %

Un nombre moins élevé de répondants (de 5 à 7 %) ont été incapables d'obtenir de l'information sur l'expansion d'une entreprise, le commerce électronique et l'exportation, tandis qu'un petit nombre d'entre eux ont cherché des renseignements tels que des statistiques, de l'information juridique et des renseignements plus précis, mais n'ont pu les trouver. Le genre de réponses incluses dans la catégorie Autres inclut de l'information sur les entreprises autochtones, la Banque de développement du Canada, les dons de bienfaisance, les sociétés internationales et l'embauche, entre autres.

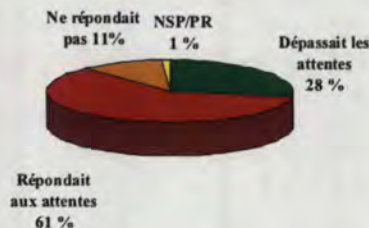
### La qualité de l'information répond aux attentes ou les dépasse

Neuf clients sur 10 (89 %) qui ont obtenu de l'information (n = 692) ont dit qu'elle répondait à leurs attentes en termes de qualité (61 %) ou les dépassait (28 %). Seulement 11 % des répondants ont dit que l'information reçue de la part du Réseau Entreprises Canada ne répondait pas à leurs attentes.

La situation n'a guère changé depuis

### Qualité de l'information et attentes

Q52. Diriez-vous que les renseignements que vous avez reçus du Réseau Entreprises Canada ont dépassé vos attentes, qu'ils ont répondu à vos attentes ou n'ont pas du tout répondu à vos attentes?



Base : n = 692; on a posé la question à ceux qui ont obtenu de l'information

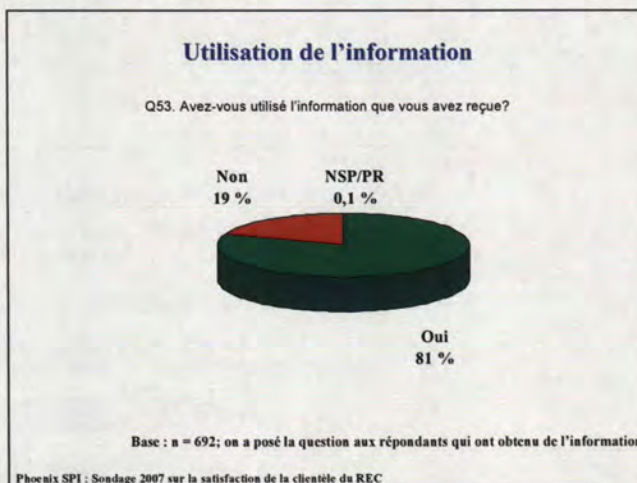
Phoenix SPI : Sondage 2007 sur la satisfaction de la clientèle du REC



2005. Le sondage effectué cette année-là a montré que 87 % des répondants avaient jugé que l'information répondait à leurs attentes (62 %) ou les dépassait (25 %).

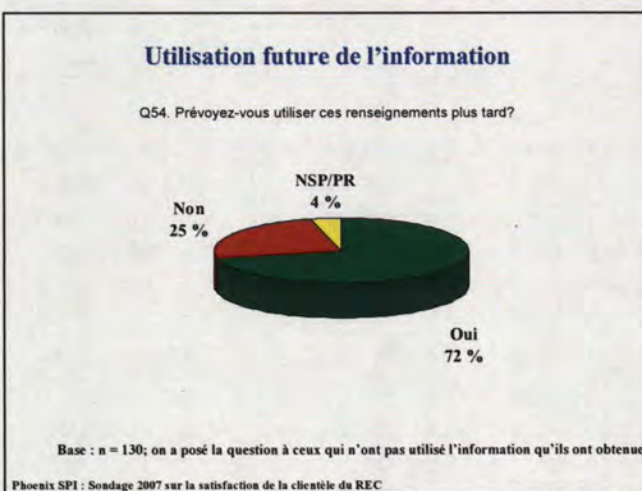
### Une forte majorité de répondants a utilisé l'information

Une proportion de 81 % des répondants qui ont reçu de l'information du REC avaient déjà utilisé celle-ci au moment du sondage. Cette proportion a augmenté depuis 2005, alors que 75 % des répondants avaient dit qu'ils avaient déjà utilisé l'information. Le reste d'entre eux (19 %) ne s'en était pas encore servi.



### La plupart des répondants ont l'intention d'utiliser l'information plus tard

La plupart des répondants qui n'avaient pas encore utilisé l'information qu'ils avaient obtenue (n = 130) on dit qu'ils avaient l'intention de l'utiliser plus tard (72 %). À l'opposé, un quart des répondants n'ont pas l'intention d'utiliser l'information tandis que 4 % n'étaient pas certains ou n'ont pas répondu.



### La majorité des répondants sont satisfaits de tous les aspects de l'information reçue

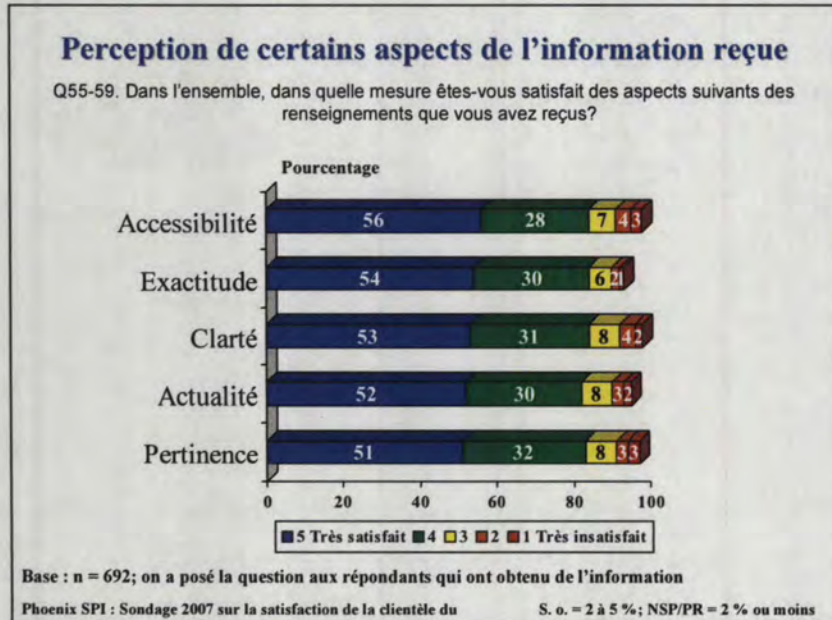
Les clients qui ont obtenu de l'information du Réseau Entreprises Canada ont eu tendance à lui donner des cotes élevées sous tous les aspects, notamment :

- L'exactitude des renseignements;
- Le caractère actuel (à jour) des renseignements;
- La pertinence des renseignements compte tenu de leurs besoins;



- Leur facilité d'accès à l'information;
- La mesure dans laquelle les renseignements reçus étaient clairs et faciles à comprendre.

De fortes majorités, d'ordres de grandeur semblables (de 82 à 84 %), des répondants ont dit qu'ils étaient satisfaits de tous les aspects de l'information qu'on leur a demandé de coter.



On a relevé des différences *légèrement* plus apparentes en ce qui touchait le degré de satisfaction : c'est pour l'accessibilité qu'il était le plus élevé (56 % des répondants étaient *très* satisfaits). Venaient ensuite l'exactitude (54 %), la clarté (53 %), le caractère actuel ou à jour (52 %) et la pertinence (51 %). Les taux d'insatisfaction (de 3 à 7 %) ont été très faibles.

La situation a très peu changé au fil du temps, avec des cotes de satisfaction allant de 79 à 85 % en 2005 et de 82 à 84 % cette année. Les niveaux de satisfaction ont été semblables mais le classement des divers aspects en fonction du degré de satisfaction a été le même. En 2005, les cotes de satisfaction les plus élevées ont été données à l'accessibilité de l'information; l'exactitude, l'actualité et la pertinence suivaient dans l'ordre.

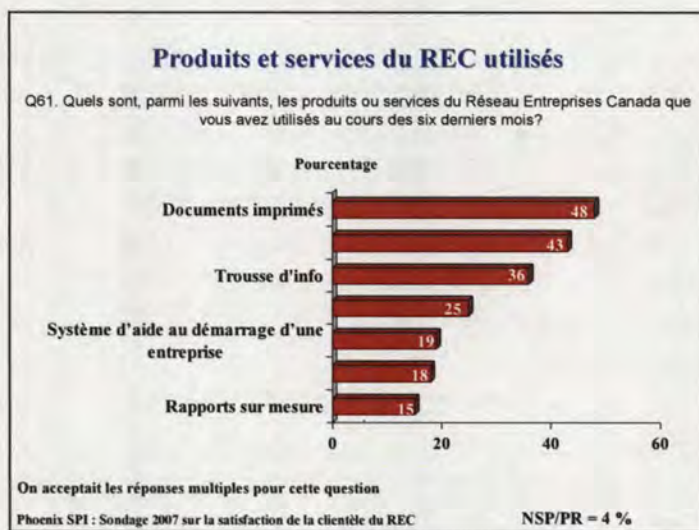


## UTILISATION ET ÉVALUATION DES PRODUITS ET DES SERVICES

La présente section résume l'utilisation et l'évaluation faite par les répondants des divers types de produits et de services offerts par le Réseau Entreprises Canada.

### Les clients qui ont participé au sondage ont utilisé une gamme de produits et de services

Dans les six mois qui ont précédé le sondage, les clients qui y ont répondu ont utilisé une gamme de produits et de services offerts par le Réseau Entreprises Canada. Cela dit, aucun des produits ni des services n'a été utilisé par une majorité et seulement trois ont été utilisés par plus d'un tiers de ces clients. Les documents imprimés et l'aide personnelle sont arrivés en tête de liste, avec 48 % des répondants qui ont utilisé les documents, par exemple des brochures ou des publications, et 43 % des répondants ont reçu une aide personnelle de la part d'un agent d'information ou d'un service de recherche d'un centre de contact. De plus, 36 % des répondants ont dit qu'ils ont reçu une trousse d'information de la part du REC en réponse à leur demande précise.



Exactement un quart des répondants ont utilisé la bibliothèque de recherche, qui contient des annuaires, des vidéos, des manuels sur l'administration des affaires, des revues, des bases de données ou des cédéroms, ou ont utilisé les ordinateurs des centres de services. Un nombre moins élevé de répondants (de 18 à 19 %) ont utilisé le Système d'aide au démarrage d'une entreprise disponible sur Internet tandis que 15 % des répondants ont dit qu'ils ont fait appel aux rapports sur mesure fournis par Entreprises Canada pour leurs besoins d'affaires.

Comparativement à 2005, la proportion des clients qui ont déclaré avoir utilisé chaque produit ou service a diminué cette année. Cela dit, la documentation écrite et l'aide personnelle d'un agent d'information ou d'un service de recherche ont continué à se classer parmi les principaux produits et services utilisés par les clients.

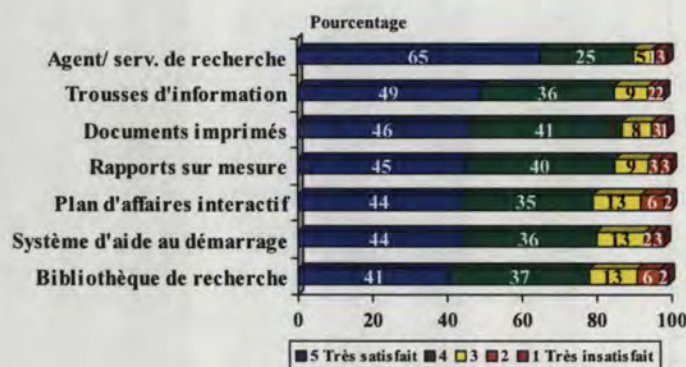


## Forte proportion de clients satisfaits de tous les produits et services; les services des agents se classent au premier rang

On a demandé aux clients qui ont utilisé les produits et les services du Réseau Entreprises Canada (n = 106-348) de coter leur degré de satisfaction à l'égard des produits et des services utilisés. Dans l'ensemble, le degré de satisfaction a été très élevé chez un grand nombre de répondants. Les services personnels d'un agent sont ceux qui ont obtenu la cote la plus élevée; 90 % des répondants qui ont utilisé le service ont indiqué qu'ils étaient très satisfaits (65 %) ou modérément satisfaits (25 %). En outre, plus de quatre répondants sur cinq (de 85 à 88 %) se sont déclarés satisfaits des documents écrits, des trousseaux d'information et des rapports sur mesure, tandis qu'un nombre un peu moins élevé d'entre eux ont dit qu'ils étaient satisfaits du Plan d'affaires interactif (80 %), du Système d'aide au démarrage d'une entreprise (80 %) et de la bibliothèque de recherche (78 %). Dans tous les cas, le degré de satisfaction indiqué était plus souvent élevé que modéré.

### Satisfaction à l'égard des produits et des services utilisés

Q62-68. Pour chaque produit ou service que vous avez utilisé, dans quelle mesure êtes-vous satisfait dans l'ensemble de sa qualité?



Base : n = 106-348; on a posé la question aux répondants qui ont utilisé le produit ou le service

Phoenix SPI : Sondage 2007 sur la satisfaction de la clientèle du REC

S. o. = 1 % ou moins; NSP/PR = 2 % ou moins

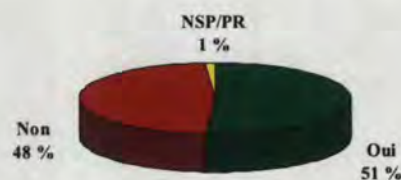
## La moitié des répondants ont été aiguillés vers un autre organisme ou une autre personne

La moitié des répondants (51 %) ont été aiguillés vers un autre organisme ou une autre personne afin qu'ils obtiennent l'information dont ils avaient besoin. Quarante-huit pour cent ont dit qu'ils n'ont reçu aucun aiguillage de ce genre.

Au fil du temps, il n'y a eu aucun changement dans la proportion de clients aiguillés ailleurs (51 % contre 50 % en 2005).

### Aiguillage

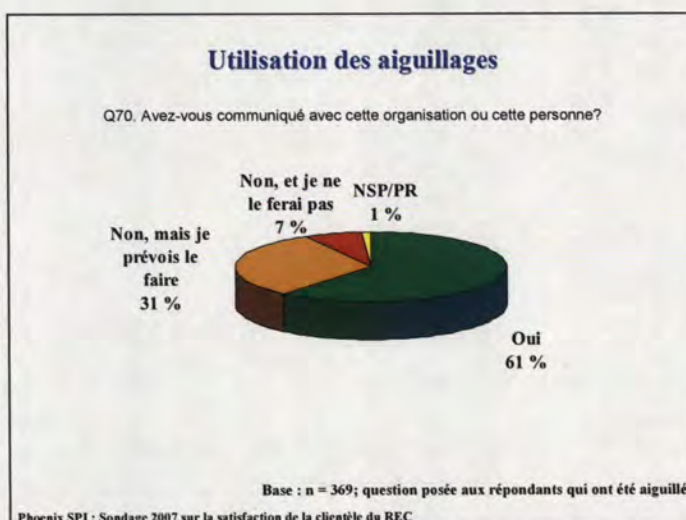
Q69. Vous a-t-on dirigé vers une organisation ou quelqu'un en particulier pour obtenir quelques-uns des renseignements que vous cherchiez?





## Presque tous les répondants ont communiqué avec l'organisme ou la personne vers lequel on les a aiguillés

Parmi les répondants qui ont reçu un aiguillage (n = 369), 61 % ont communiqué avec la personne ou avec l'organisme en question tandis que 31 % de plus avaient l'intention de le faire. Au total, donc, 92 % des répondants ont utilisé l'aiguillage ou avaient l'intention de le faire. Seulement 7 % des répondants n'avaient pas l'intention de communiquer avec la personne ou avec l'organisme vers lequel ils ont été aiguillés.

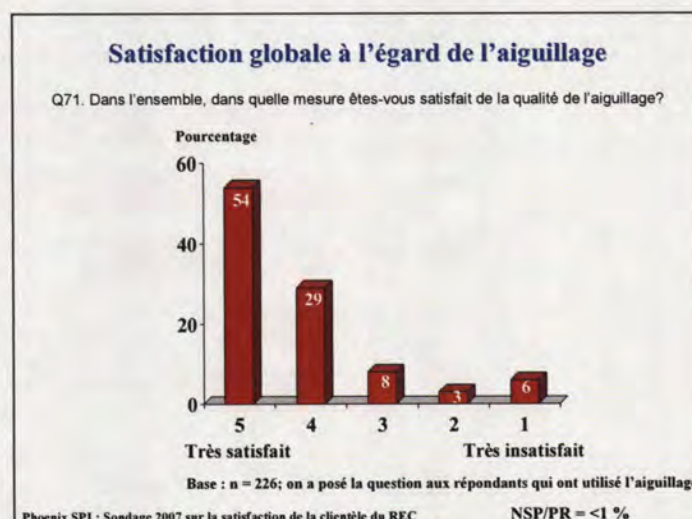


Moins de clients avaient utilisé l'aiguillage en 2007 au moment du sondage (61 % contre 68 % en 2005).

## La plupart des répondants ont été très satisfaits de l'aiguillage

Les répondants qui avaient déjà utilisé l'aiguillage (n = 226) ont été satisfaits de sa qualité. Dans l'ensemble, 83 % des répondants se sont dits satisfaits de l'aiguillage qu'ils ont reçu et plus de la moitié (54 %) ont dit qu'ils étaient très satisfaits. Parmi les répondants qui n'étaient pas satisfaits, 8 % étaient neutres et 9 % étaient insatisfaits.

Dans l'ensemble, le degré de satisfaction à l'égard de la qualité de l'aiguillage a connu une augmentation modérée au fil du temps, passant de 75 % en 2005 à 83 % en 2007.





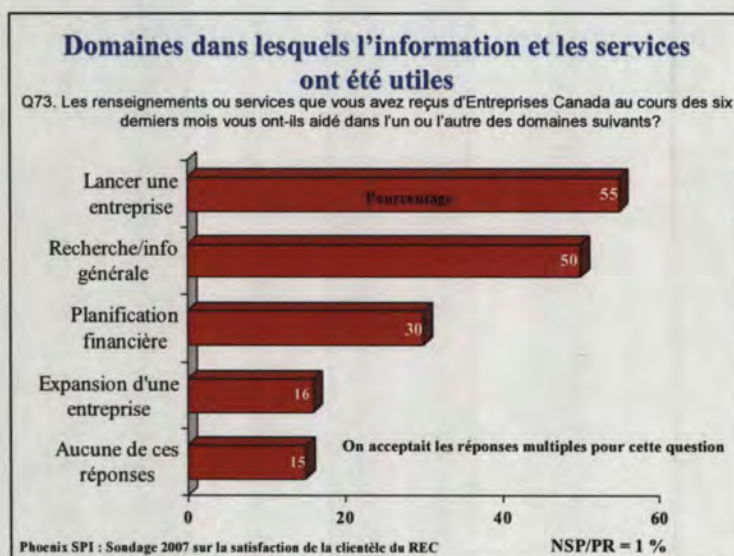
### La plupart des répondants ont trouvé l'aiguillage très utile

La plupart des clients ont été satisfaits de la qualité de l'aiguillage mais, de plus, 85 % d'entre eux ont jugé cette information utile; plus de la moitié des répondants (58 %) ont dit qu'elle était *très* utile. Les répondants qui ne l'ont pas trouvé utile étaient fort peu nombreux (8 %) tandis que 6 % se situaient entre les deux.

De la même manière que la satisfaction a augmenté au fil du temps, la perception des clients à l'égard de l'utilité de l'information s'est améliorée elle aussi; elle s'est établie à 85 % en 2007 contre 76 % en 2005.

### L'information et les services du REC sont perçus comme étant utiles

Dans l'ensemble, les clients qui ont répondu au sondage ont semblé trouver très utile l'information ou le service qu'ils ont obtenus auprès d'Entreprises Canada durant les six mois précédents. Bien entendu, compte tenu du fait que la plupart des clients cherchaient à obtenir de l'information sur le lancement d'entreprises auprès du REC, 55 % d'entre eux ont dit que l'information ou le service qu'ils ont obtenu les a aidés à lancer une entreprise. Un nombre presque aussi important de répondants (50 %) ont dit que le REC les a aidés à mener des recherches ou à obtenir de l'information générale pour leur entreprise. Trois répondants sur 10 ont jugé qu'Entreprises Canada les a aidés dans leur planification financière tandis que 16 % ont dit que l'information ou le service les a aidés à faire prendre de l'expansion à une entreprise existante.



Seulement 15 % des répondants ont dit que l'information et les services fournis par le Réseau Entreprises Canada ne les ont aidés dans aucun de ces domaines.



## SUGGESTIONS POUR AMÉLIORER LE SERVICE

À la fin du sondage, on a demandé aux répondants de faire des suggestions pour améliorer le service. La majorité d'entre eux (55 %) n'avaient pas de suggestions d'améliorations et un groupe supplémentaire de 5 % a profité de l'occasion pour dire que le service était bon et n'avait pas besoin d'amélioration. Dans l'ensemble, alors, 60 % des répondants n'ont pas donné de rétroaction quant au fond.

Les répondants qui ont fait des suggestions ont mentionné une série d'idées différentes mais aucune d'entre elles n'a été citée par plus de 7 % d'entre eux. En particulier, 7 % des répondants ont suggéré qu'Entreprises Canada améliore le site Web ou publie de l'information plus précise, tandis que 5 % d'entre eux ont dit que le personnel devrait être mieux formé ou mieux renseigné. Hormis ces deux cas, toutes les autres suggestions ont été faites par un nombre relativement faible de répondants – 3 % ou moins.

### Suggestions pour améliorer la qualité du service

Q74. Si vous aviez une suggestion à faire pour améliorer la qualité du service que vous avez reçu du Réseau Entreprises Canada, quelle serait-elle?

| Suggestion                                    | % | Suggestion                           | %  |
|---|---|--------------------------------------|----|
| Améliorer le site Web                         | 7 | Donner un service plus rapide        | 2  |
| Donner de l'information plus précise          | 7 | Rendre l'information plus accessible | 2  |
| Avoir du personnel mieux formé/plus renseigné | 5 | Garder l'information à jour          | 2  |
| Sensibiliser davantage les gens au REC        | 3 | Meilleur service à la clientèle      | 2  |
| Service téléphonique plus rapide              | 3 | Autres                               | 18 |
| Avoir davantage de personnel                  | 3 | Le service est bon                   | 5  |
| Offrir des heures de service plus commodes    | 2 |                                      |    |

Phoenix SPI : Sondage 2007 sur la satisfaction de la clientèle du REC

NSP/PR = 55 %

Dix-huit pour cent des répondants ont offert d'autres suggestions, plus précises, par exemple donner davantage d'information sur des sujets précis, mettre davantage l'accent sur les petites entreprises ou se débarrasser des systèmes de boîte vocale.

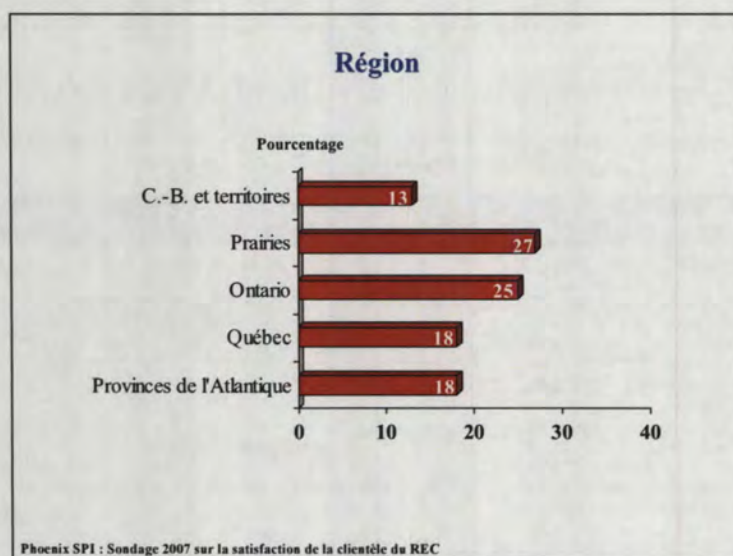


## PROFIL DES CLIENTS AYANT RÉPONDU AU SONDAGE

La présente section brosse un portrait des caractéristiques démographiques des répondants au sondage dont la région, la langue, l'âge et le niveau d'études ainsi que les caractéristiques de leur entreprise (dans le cas de ceux qui ont communiqué avec le REC pour le compte d'une entreprise existante).

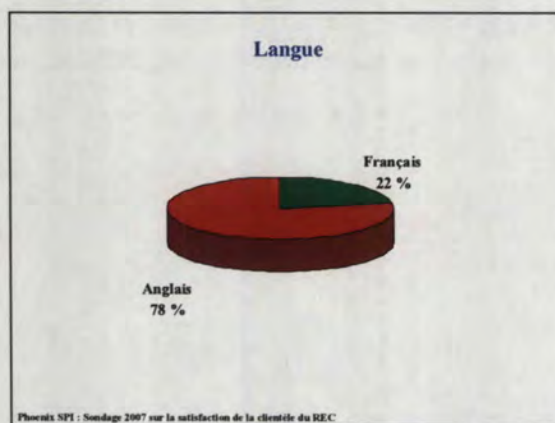
### Région

Tout juste un peu plus de la moitié des clients ayant participé au sondage venaient des Prairies (27 %) et d'Ontario (25 %). Venaient ensuite le Québec et le Canada atlantique (18 % pour chaque région). Treize pour cent étaient en Colombie-Britannique ou dans les territoires.



### Langue

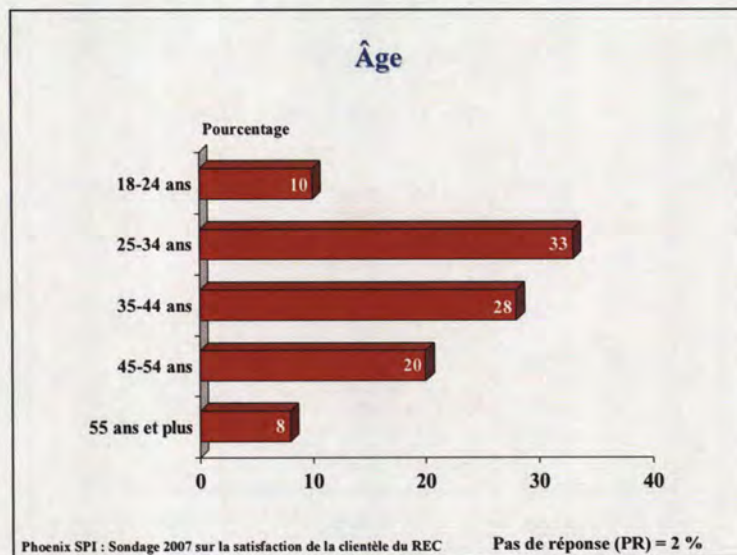
La plupart des clients ont répondu au sondage en anglais (78 %) et le reste en français (22 %).





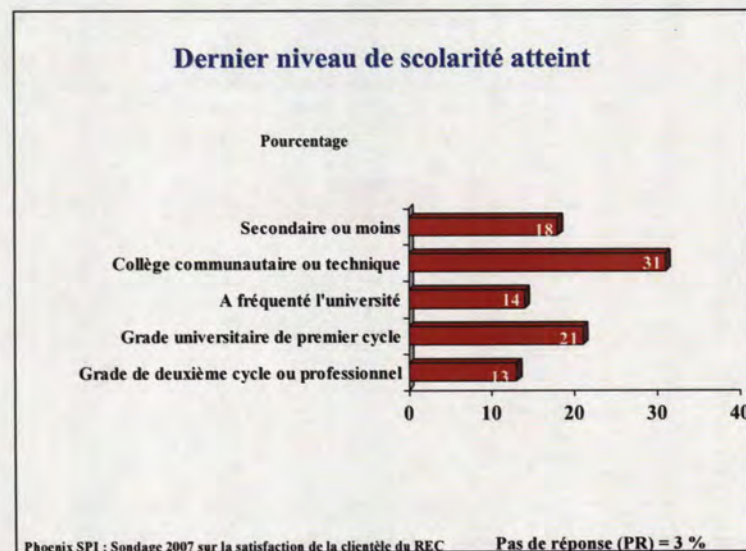
## Âge

La tranche d'âge la plus fortement représentée chez les répondants a été celle des 25 à 34 ans (33 %); 28 % des répondants avaient de 35 à 44 ans. On peut donc dire que 61 % des clients qui ont répondu au sondage avaient de 25 à 44 ans. Pour ce qui est des autres répondants, un cinquième d'entre eux avaient de 45 à 54 ans tandis qu'un sur 10 avait 55 ans et plus (8 %) ou moins de 25 ans (10 %).



## Études

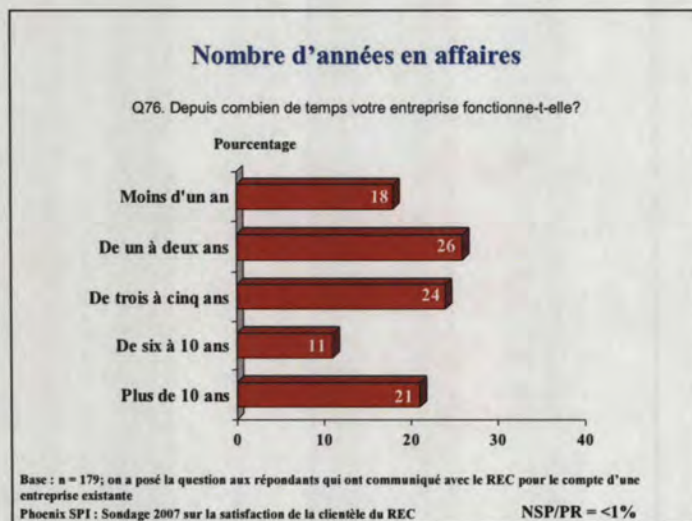
La grande majorité des répondants avaient terminé au moins une partie d'un programme d'études postsecondaires. Les clients qui ont participé au sondage étaient surtout susceptibles d'avoir terminé un cours de collège technique ou de collège communautaire (31 %). Venaient ensuite ceux qui avaient un diplôme universitaire de premier cycle (21 %). Un autre groupe de répondants (14 %) avait fait des études universitaires tandis qu'un groupe pratiquement aussi nombreux avait un grade de deuxième cycle (13 %). Près d'un répondant sur cinq (18 %) avait un diplôme d'études secondaires ou moins.





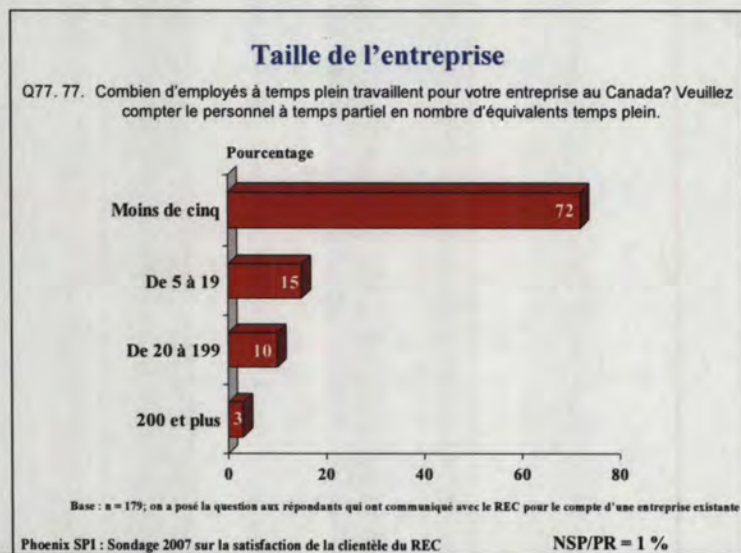
### Nombre d'années en affaires

Parmi les 179 répondants qui ont communiqué avec le Réseau Entreprises Canada pour le compte d'une entreprise existante, plus des deux tiers (68 %) ont déclaré que leur entreprise était en activité depuis cinq ans ou moins. Un tiers représentait des entreprises établies depuis plus longtemps, avec 11 % ayant été en affaires entre 6 et 10 ans et 21 % depuis plus de 10 ans.



### Taille de l'entreprise

La plupart des répondants « dans les affaires » travaillaient pour de petites entreprises et 72 % de ceux qui ont communiqué avec le REC pour le compte d'une entreprise existante ont dit que leur entreprise avait moins de cinq employés. Au deuxième rang, et de loin, on trouvait le groupe (15 %) de ceux qui ont dit que leur entreprise comptait de cinq à 19 employés. Venaient ensuite ceux (10 %) dont l'entreprise comptait de 20 à 199 employés. Le petit groupe (3%) des répondants dont l'entreprise comptait 200 employés ou plus fermait la marche.





**Industrie**

Les répondants qui ont communiqué avec le REC pour le compte d'une entreprise existante ou d'une entreprise qui pourrait être lancée (n = 657) étaient surtout susceptibles de dire que leur entreprise mène ses activités (ou les mènera) dans les secteurs des service (13 %) ou du commerce de détail (11 %). Une proportion un peu plus faible menait ses activités (ou prévoyait les mener) dans les secteurs de la construction (9 %) ou des arts et des loisirs (8 %) tandis que les secteurs de l'hébergement et des services alimentaires, des soins de santé ou sociale services

**Industrie**

| Industrie  | %  | Industrie                              | % |
|--|----|--|---|
| Autres services                                      | 13 | Information et culture                 | 2 |
| Commerce de détail                                   | 11 | Import/export                          | 2 |
| Construction   | 9  | Services éducatifs                     | 2 |
| Arts, divertissement et loisirs                      | 8  | Immobilier, location et achat-bail     | 2 |
| Hébergement et services alimentaires                 | 7  | Services de soutien                    | 2 |
| Soins de santé et aide sociale                       | 7  | Gestion de compagnies et d'entreprises | 1 |
| Services professionnels, scientifiques et techniques | 7  | Mines, pétrole et gaz naturel          | 1 |
| Fabrication  | 6  | Administration publique                | 1 |
| Transports   | 4  | Organismes de charité enregistrés      | 1 |
| Agriculture, foresterie, pêche et chasse             | 3  | Services publics                       | 1 |
| Commerce de gros                                     | 3  | Autres                                 | 3 |
| Finances et assurances                               | 3  |  |   |

Base : n = 657; on a posé la question aux répondants qui ont communiqué avec le REC pour le compte d'une entreprise existante ou qui prévoient lancer une entreprise

Phoenix SPI : Sondage 2007 sur la satisfaction de la clientèle du REC

NSP/PR = 2 %

professionnels ont chacun été mentionnés par 7 % des répondants. Le reste des répondants étaient partagés entre une série d'industries ou ont mentionné qu'ils prévoyaient lancer une entreprise dans l'un de ces secteurs.



## VARIATIONS AU SEIN DES SOUS-GROUPES

La présente section contient une analyse des différences entre sous-groupes pour certaines questions clés qui ont été traitées dans le présent sondage, y compris les variations liées à la région, à l'âge, à la scolarité, à la langue, au stade de développement de l'entreprise, au nombre de canaux de service utilisés et à la fréquence des contacts. Les conclusions sont présentées de deux manières. Premièrement, nous donnons des descriptions sommaires des principales tendances pour chaque aspect (présentées dans le même ordre et selon la même structure que dans le rapport principal). Ces résumés sont présentés sous forme de texte afin qu'il soient faciles à consulter. Deuxièmement, nous donnons un tableau détaillé qui présente une répartition des résultats pour les divers sous-groupes. Le tableau est également structuré par thème.

Pour cette analyse, les caractéristiques des sous-groupes ont regroupées comme suit :

### Région

- ☐ Atlantique
- ☐ Québec
- ☐ Ontario
- ☐ Ouest

### Âge

- ☐ Moins de 35 ans
- ☐ De 35 à 44 ans
- ☐ De 45 à 54 ans
- ☐ 50 ans et plus

### Scolarité

- ☐ École secondaire ou moins
- ☐ Études dans un collège communautaire ou technique ou diplôme d'un tel établissement
- ☐ Études universitaires ou diplôme de premier cycle
- ☐ Grade de deuxième cycle

### Langue dans laquelle on a répondu au sondage

- ☐ Français
- ☐ Français

### Stade de développement de l'entreprise

- ☐ Existante
- ☐ Entreprise qu'on envisage de lancer

### Nombre de canaux de service utilisés

- ☐ Un



- ☐ Deux
- ☐ Trois ou plus

#### **Fréquence des contacts**

- ☐ Une fois
- ☐ Deux fois
- ☐ Trois fois ou plus

#### Aperçu

Pour ce qui est des caractéristiques démographiques et des autres caractéristiques des répondants, aucune tendance nette ne se dégage des interactions concernant le service, du degré de satisfaction, de l'utilisation de l'information, des produits et des services du REC ainsi que des perceptions à l'égard de ceux-ci. En fait, les différences qui existent sont en bonne partie limitées à des aspects précis et la plupart d'entre elles ne suivent pas de tendance discernable. Cela dit, il est possible de faire certaines généralisations au sujet de la nature de ces variations. Les différences régionales étaient contrastées mais les Canadiens de l'Atlantique et les Québécois ont eu tendance à donner des réponses semblables dans certains domaines tandis que les Ontariens et les personnes de l'Ouest ont fait des réponses qui se rapprochaient davantage des résultats globaux. Lorsque des variations liées à l'âge sont apparues, les clients les plus jeunes ont eu tendance à être moins positifs que leurs aînés. Les répondants qui représentaient des entreprises en démarrage ont été plus souvent susceptibles de donner une rétroaction positive alors que ceux qui ont utilisé deux ou trois canaux de service ont eu tendance à être plus négatifs à l'égard du service en général que les personnes qui ont recouru à un moins grand nombre de méthodes.

#### Interactions liées au service

En ce qui concerne les méthodes utilisées par les clients pour communiquer avec le Réseau Entreprises Canada, les différences suivantes sont dignes de mention :

- Les clients de toutes les régions sauf l'Ontario ont été davantage enclins à communiquer avec le Réseau Entreprises Canada par téléphone. Pour leur part, les Ontariens ont eu surtout tendance à utiliser le site Web. Les répondants de l'Ouest ont répondu plus souvent que leur entreprise était existante tandis que les Canadiens de l'Atlantique ont été davantage enclins à dire qu'ils représentaient des entreprises qu'on envisageait de lancer.
- Comparativement aux clients plus âgés, les clients de 18 à 24 ans ont été moins susceptibles d'avoir utilisé le courriel pour communiquer avec le REC et aussi les moins enclins à utiliser plus d'un canal. Les clients de 45 ans et plus ont été plus susceptibles d'avoir communiqué avec le Réseau Entreprises Canada pour le compte d'une entreprise existante tandis que les répondants de 25 à 44 ans représentaient plus fréquemment des entreprises en démarrage.
- Les clients ayant au moins fréquenté l'université étaient les plus susceptibles d'avoir communiqué avec le Réseau Entreprises Canada par courriel tandis que les



diplômés de collèges et ceux n'ayant pas atteint ce niveau d'études ont eu tendance à utiliser le téléphone. La fréquence des contacts ainsi que la probabilité d'avoir utilisé plus d'un canal de service augmentaient avec le niveau d'études. Les répondants possédant un diplôme universitaire ou un grade de deuxième cycle représentaient plus souvent des entreprises existantes tandis que les répondants diplômés d'un collège étaient les plus susceptibles d'avoir communiqué avec le REC pour une entreprise qu'on envisageait de lancer.

- Les francophones ont été plus susceptibles d'avoir communiqué avec le REC par téléphone et moins susceptibles de l'avoir fait en personne. La fréquence des interactions et la probabilité que le répondant ait utilisé plus d'un canal de service ne variaient guère en fonction de sa langue. En ce qui a trait au motif de la communication avec le REC, les répondants anglophones ont été les plus enclins à l'avoir fait pour le compte d'une entreprise existante et les répondants francophones, pour une entreprise qu'on envisageait de lancer.
- Les répondants d'entreprises existantes ont été plus enclins à avoir visité le site Web et à avoir communiqué avec Entreprises Canada plus fréquemment que les autres. De leur côté, les répondants représentant des entreprises qu'on envisageait de lancer étaient davantage susceptibles d'avoir utilisé le téléphone pour traiter avec Entreprises Canada.
- Les répondants qui ont communiqué fréquemment avec le Réseau Entreprises Canada étaient les plus susceptibles d'avoir utilisé le site Web alors que ceux qui ont communiqué avec le REC une fois ou deux ont été plus enclins à utiliser le téléphone.

#### Degré global de satisfaction

- On peut relever des différences régionales pour ce qui est de la satisfaction à l'égard de la qualité du service reçu de la part d'Entreprises Canada et de la perception qu'on en avait. Les Québécois ont été les répondants les moins enclins à être satisfaits du service en général; ils ont aussi été moins enclins à coter de manière positive des aspects précis du service. Cela dit, la probabilité qu'ils aient dit qu'en bout de ligne, ils avaient obtenu ce dont ils avaient besoin a été aussi grande, voire plus grande. De plus, les Canadiens de l'Atlantique ont été plus susceptibles de dire que le personnel avait fait le nécessaire pour qu'ils obtiennent ce dont ils avaient besoin et qu'ils étaient satisfaits du temps qu'il a fallu pour obtenir le service. Les Ontariens se sont distingués comme étant ceux qui ont été les plus satisfaits pour ce qui était de la facilité d'accès au service et ils étaient plus susceptibles de dire qu'ils étaient satisfaits de la qualité générale du service que les autres répondants.
- Les différences liées à l'âge des répondants étaient petites, mais certaines d'entre elles méritent d'être relevées. Comparativement aux répondants plus âgés, les plus jeunes répondants ont été beaucoup moins susceptibles de dire qu'ils étaient satisfaits du service en général, qu'ils avaient été pleinement informés au sujet du service et qu'ils avaient été satisfaits du temps qu'il a fallu pour obtenir le service. Cela dit, ils ont été plus susceptibles de dire que le personnel avait fait le nécessaire pour qu'ils obtiennent ce dont ils avaient besoin. Il est néanmoins déconcertant de



constater que ces clients étaient beaucoup moins susceptibles que les clients plus âgés de dire qu'ils ont fini par obtenir ce dont ils avaient besoin de la part du REC.

- En général, les répondants ayant fait des études postsecondaires ont eu tendance à donner des cotes moins positives que les personnes dont la formation s'était terminée au secondaire.
- Peu importe la langue des répondants, leur degré de satisfaction a été très semblable. La seule différence digne de mention se rapporte à l'énoncé *Le personnel a fait le nécessaire pour que vous obteniez ce dont vous aviez besoin*. Les répondants francophones ont été plus enclins que les anglophones à dire que c'était ce qu'ils avaient constaté.
- Les répondants qui ont communiqué avec le REC pour le compte d'une entreprise qu'on envisageait de lancer ont donné des évaluations plus positives à l'égard du service, tant en général qu'à l'égard des aspects précis sur lesquels on les a questionnés. Les différences les plus marquantes se sont rapportées au personnel qui a fait le nécessaire afin qu'ils obtiennent ce dont ils avaient besoin ainsi qu'à leur degré de satisfaction relativement à l'accessibilité du service. Il n'est donc pas surprenant de constater que les répondants qui représentaient des entreprises qu'on envisageait de lancer ont été davantage enclins à dire qu'ils avaient obtenu ce dont ils avaient besoin et moins enclins à dire qu'ils avaient éprouvé des problèmes.
- Les utilisateurs de plus d'un canal de service étaient davantage susceptibles de dire qu'ils ont été satisfaits de la qualité générale du service obtenu de la part d'Entreprises Canada. Cela dit, la probabilité des problèmes de service augmentait en fonction du nombre de canaux utilisés.
- Dans la plupart des cas, les perceptions à l'égard du service ont été plus positives chez les clients qui ont communiqué avec le REC moins souvent. La probabilité que les répondants aient eu des problèmes augmentait en fonction de la fréquence des contacts.

#### Degré de satisfaction à l'égard des canaux de service

- Sur le plan régional, on relève quelques différences notables à l'égard de la perception du service par téléphone. Les Canadiens de l'Atlantique ont été les moins susceptibles de dire qu'il avait été facile de trouver le numéro de téléphone, mais ils ont été les plus susceptibles de dire qu'il était facile de joindre un agent. Les répondants de l'Ouest ont été les moins enclins à dire que le système automatisé était facile à utiliser alors que les répondants d'Ontario se sont détachés des autres parce qu'ils ont été les moins susceptibles de dire que les heures de service leur convenaient. Le degré global de satisfaction au sujet du service téléphonique a été le plus élevé au Canada atlantique et dans les provinces de l'Ouest. Pour ce qui est du site Web, les Québécois étaient plus enclins que les autres à se servir du site Web national et les Canadiens de l'Atlantique ont été les plus enclins à utiliser les deux versions. D'un autre côté, ceux de l'Ouest avaient davantage tendance à avoir utilisé leur site Web provincial. Les perceptions à l'égard du service sur le site Web ont été uniformément moins positives chez les Québécois mais c'est dans l'Ouest que les répondants se sont dits les moins satisfaits dans l'ensemble pour ce qui était des services reçus par l'entremise des



sites Web. Le service en personne a obtenu la cote la plus élevée au Canada atlantique et la plus faible en Ontario.

- Les répondants les plus jeunes ont eu tendance à donner des cotes moins positives au service par téléphone et au site Web. À l'inverse, les répondants de 25 à 34 ans ont été ceux qui ont le plus souvent donné des cotes positives à ces deux services.
- Les différences liées au plus haut niveau de scolarité atteint ont été minimales mais il en existait quelques-unes qu'il faut relever. Les répondants ayant fréquenté l'université étaient plus susceptibles que les autres de juger que les heures de service leur convenaient tandis que les diplômés d'un collège étaient moins susceptibles que les autres de dire qu'ils avaient obtenu l'information dont ils avaient besoin par téléphone. Dans le cas du site Web, la probabilité que le répondant n'ait utilisé que le site Web national croissait avec son niveau de scolarité. Les répondants dont les études s'étaient terminées au secondaire ont été plus susceptibles que les autres de dire qu'ils avaient utilisé les deux versions. Les répondants détenant un grade de deuxième cycle ont eu tendance à avoir des perceptions moins positives à l'égard du service donné par l'intermédiaire du site Web mais les clients dont les études s'étaient terminées au secondaire ont été les moins susceptibles d'être satisfaits dans l'ensemble. Le degré de satisfaction à l'égard du service en personne a été le plus élevé chez les personnes détenant un grade de deuxième cycle ou ayant fait des études secondaires.
- Les répondants francophones ont eu tendance à avoir des perceptions plus positives à l'égard du service par téléphone mais on ne relevait pas de différence dans le degré de satisfaction global à l'égard du service téléphonique reçu. Pour ce qui est de l'utilisation du site Web, ils ont également été davantage enclins à utiliser exclusivement le site Web national tandis que les clients anglophones ont été plus enclins à utiliser les deux versions. Le degré de satisfaction à l'égard du site Web divergeait à certains égards importants. Plus précisément, les répondants anglophone ont été plus susceptibles de juger qu'il avait été facile de trouver ce qu'ils cherchaient et de dire qu'ils étaient persuadés que leurs renseignements personnels étaient bien protégés tandis que les francophones ont eu tendance à se dire plus satisfaits du site Web en général.
- Les répondants représentant des entreprises existantes ou des entreprises qu'on envisageait de lancer ne différaient pas beaucoup entre eux en termes d'attitude à l'égard du service téléphonique, avec quelques exceptions. Les répondants qui ont communiqué avec le Réseau Entreprises Canada pour le compte d'une entreprise qu'ils envisageaient de lancer étaient plus susceptibles de dire qu'il était facile de trouver le numéro de téléphone, tandis que ceux qui représentaient des entreprises existantes étaient plus susceptibles d'être satisfaits de la qualité du service téléphonique dans son ensemble. Pour ce qui est du site Web, les clients des entreprises qu'on envisageait de lancer avaient des perceptions plus positives dans la plupart des cas et étaient davantage enclins à être satisfaits en général.
- Le degré global de satisfaction et les perceptions à l'égard du service téléphonique ont été, dans la plupart des cas, moins positifs chez ceux qui ont utilisé trois canaux de service ou plus. Pour ce qui est du site Web, les utilisateurs d'un seul canal de service avaient moins tendance que les autres à avoir utilisé exclusivement le site



Web provincial et étaient plus enclins à utiliser les deux versions. Les différences de perception à l'égard du site Web ont été plus fréquentes. Ceux qui avaient utilisé trois canaux de service ou plus ont été plus susceptibles de dire qu'ils recommanderaient le site à un ami ou à un collègue, tandis que les utilisateurs d'un seul canal étaient moins susceptibles que les autres de dire qu'ils étaient persuadés que leurs renseignements personnels avaient été protégés. Les répondants qui avaient utilisé deux canaux de service ont été plus susceptibles de dire que, de manière générale, ils étaient satisfaits du site Web. Dans le cas du service en personne, les répondants qui ont utilisé trois canaux de service ou plus étaient ceux qui se sont dits le moins satisfaits de la qualité du service reçu lors d'une visite dans un bureau du REC.

- En termes généraux, les répondants qui n'ont communiqué avec le Réseau Entreprises Canada qu'une seule fois avaient une attitude plus positive à l'égard du service reçu par téléphone. Seule exception : ces répondants ont été moins enclins à dire que le numéro de téléphone était facile à trouver. Pour ce qui est du site Web, les répondants qui avaient communiqué avec le REC plusieurs fois ont été davantage enclins à utiliser les deux versions et ils ont été généralement plus satisfaits que ceux qui ne l'avaient fait qu'une fois. Ils ont été également beaucoup plus susceptibles d'être généralement satisfaits du service reçu par l'intermédiaire du site Web.

#### Perceptions à l'égard de l'information du REC

- Les clients du Canada atlantique ont été moins enclins que les autres à avoir obtenu de l'information sur le lancement d'une entreprise auprès du REC. Les Ontariens ont été moins susceptibles que les autres répondants d'avoir reçu de l'information sur le financement tandis que les répondants de l'Ouest se sont distingués parce qu'ils étaient plus susceptibles d'avoir reçu d'autre information gouvernementale. Les Canadiens de l'Atlantique ont été un peu moins susceptibles d'avoir obtenu *toute* l'information qu'ils cherchaient et, de même que les Québécois, ont été moins susceptibles de dire que l'information reçue dépassait leurs attentes et qu'ils l'avaient utilisée. Les répondants de l'Ouest du Canada ont surtout été satisfaits de tous les aspects de l'information qu'ils ont reçue mais les Québécois et les Canadiens de l'Atlantique ont souvent été moins satisfaits que les autres. Pour ce qui est de la méthode préférée pour recevoir de l'information du REC, les Québécois ont été moins enclins que les autres à préférer le courriel alors que les Canadiens de l'Atlantique ont été moins enclins à préférer le site Web. La probabilité de préférer le courriel ou le télécopieur déclinait d'est en ouest.
- Un certain nombre de différences non négligeables liées à l'âge ont émergé à l'égard de l'information reçue de la part du Réseau Entreprises Canada. Les clients les plus âgés étaient moins susceptibles d'avoir obtenu de l'information sur le lancement d'entreprises et le financement tandis que les répondants de moins de 35 ans ont été moins susceptibles d'avoir tenté d'obtenir d'autre information gouvernementale. Les répondants les plus âgés ont été ceux qui étaient le moins susceptibles d'avoir trouvé *toute* l'information qu'ils cherchaient, tandis que les répondants de 25 à 34 ans ont été plus susceptibles de dire que l'information qu'ils ont obtenue ont dépassé leurs attentes. Les plus jeunes répondants (de 18 à 24 ans)

ont été les moins susceptibles d'avoir utilisé l'information qu'ils avaient reçue. Les tendances relatives au degré de satisfaction à l'égard de l'information ont été moins claires et les répondants des deux catégories d'âge au centre de la distribution ont été davantage enclins à dire qu'ils avaient été satisfaits sous tous les aspects. En ce qui concerne la méthode préférée par les répondants pour obtenir de l'information de la part du gouvernement, les clients les plus jeunes ont été les moins enclins à préférer le courriel.

- Les répondants titulaires d'un grade de deuxième cycle ont été moins susceptibles que les autres d'avoir obtenu de l'information sur le lancement ou le financement d'une entreprise tandis que ceux qui n'avaient pas fait d'études postsecondaires étaient moins susceptibles d'avoir obtenu d'autre information gouvernementale. Les répondants diplômés d'un collège ont été les plus susceptibles d'avoir trouvé toute l'information qu'ils cherchaient tandis que ceux qui avaient au plus un diplôme d'études secondaires ont été moins enclins à dire que l'information qu'ils ont reçue dépassait leurs attentes. Les clients dont le niveau d'études était moins élevé ont aussi été beaucoup moins enclins à dire qu'ils avaient utilisé l'information; ils ont aussi été les moins satisfaits à l'égard de la plupart de ses aspects. En ce qui touche leur méthode préférée pour recevoir l'information, les répondants ayant au moins un diplôme universitaire de premier cycle ont été plus enclins à préférer le courriel et moins enclins à préférer la poste ou le télécopieur. D'un autre côté, les répondants n'ayant pas fait d'études postsecondaires étaient moins enclins à préférer le site Web.
- Les répondants francophones ont été davantage susceptibles de recevoir de la part du REC de l'information sur le lancement d'une entreprise tandis que les anglophones ont été davantage susceptibles d'avoir obtenu d'autre information gouvernementale ou de l'information sur le financement d'une entreprise. Les personnes qui ont répondu au sondage en français ont connu plus de succès dans leur recherche d'information mais les anglophones ont été plus satisfaits de la qualité de l'information qu'ils ont reçue. Ils ont également été plus susceptibles de recevoir de l'information du gouvernement par courriel et moins enclins à préférer la poste ou le télécopieur au site Web.
- Évidemment, les répondants représentant des entreprises dont on envisageait le lancement étaient presque trois fois plus susceptibles d'avoir obtenu de l'information sur la façon de lancer une entreprise. Bien qu'ils aient été moins enclins à dire que l'information reçue avait dépassé leurs attentes, ils étaient plus susceptibles d'avoir trouvé tout ce qu'ils cherchaient et de dire qu'ils avaient été satisfaits de tous les aspects de cette information. Les répondants d'entreprises existantes ont été plus enclins à dire qu'ils préféreraient recevoir l'information par courriel et moins enclins à préférer la poste ou le télécopieur.
- Les répondants qui ont utilisé trois canaux de service ou plus ont connu un peu moins de succès pour ce qui était de trouver l'information qu'ils cherchaient mais ils ont été plus susceptibles d'avoir utilisé l'information obtenue et plus enclins à dire qu'elle avait dépassé leurs attentes. Cela dit, ces clients ont été moins satisfaits à l'égard de la qualité de l'information qu'ils ont reçue. En ce qui concerne leur méthode préférée pour recevoir de l'information de la part du gouvernement, les



répondants qui ont utilisé trois canaux ou plus étaient plus enclins que les autres à préférer le courriel.

- La probabilité qu'un répondant reçoive toute l'information qu'il cherchait déclinait avec le nombre de contacts tandis que la probabilité que le répondant utilise l'information augmentait avec le nombre de contacts. Les répondants qui n'ont communiqué avec le Réseau Entreprises Canada qu'une seule fois ont été moins enclins à dire que l'information obtenue avait dépassé leurs attentes. Aucune tendance claire ne s'est dégagée en ce qui concerne le degré de satisfaction à l'égard de divers aspects de cette information mais plusieurs différences sont dignes de mention en termes de méthode préférée pour recevoir de l'information de la part du gouvernement. Plus précisément, les répondants qui n'ont communiqué avec le REC qu'une seule fois ont été moins enclins à choisir le courriel alors que ceux qui ont communiqué avec le REC le plus souvent ont été les moins enclins à préférer la poste ou le télécopieur.

#### Utilisation et évaluation des produits et des services du REC

- Les différences régionales ont été les plus prononcées chez les clients du Canada atlantique et ceux du Québec. Ces répondants ont été plus susceptibles d'avoir utilisé des documents écrits du REC tandis que les résidents du Québec ont été les répondants les moins susceptibles d'avoir recouru à l'aide personnelle d'un agent. De plus, la probabilité que les clients du Canada atlantique aient utilisé les trousseaux d'information était plus élevée que pour les autres répondants. Pour ce qui est de l'aiguillage, les Québécois ont été les répondants les plus susceptibles d'avoir reçu un aiguillage et de l'avoir trouvé utile tandis que les Canadiens de l'Atlantique ont été les plus susceptibles de l'avoir utilisé et de l'avoir trouvé utile. Pour ce qui est de la façon d'utiliser les produits et les services du REC, les clients du Canada atlantique ont été les plus susceptibles de les avoir utilisés pour des recherches générales et de la planification financière et les moins susceptibles de s'en servir pour lancer une entreprise. Les Québécois se sont distingués en étant les répondants les plus susceptibles d'avoir utilisé les produits et les services pour lancer une entreprise et les moins susceptibles de les avoir utilisés pour des recherches générales.
- Les répondants les plus jeunes (de 18 à 24 ans) ont été les moins susceptibles d'avoir utilisé chacun des trois principaux produits et services du REC. Dans le cas de l'aiguillage, les répondants de 45 ans et plus ont été moins susceptibles d'en avoir reçu un, mais ceux qui ont été dirigés vers une personne ou un organisme ont été plus enclins à donner suite à l'aiguillage. Les répondants de 35 à 44 ans se sont démarqués parce qu'ils ont été beaucoup moins enclins à se dire satisfaits des aiguillages reçus, mais ceux de 25 à 44 ans ont été plus enclins que les autres à dire que l'aiguillage avait été utile. Les répondants les plus jeunes ont été plus enclins à utiliser les produits et les services du REC pour lancer et financer une entreprise et moins enclins à s'en servir pour des recherches générales.
- Il existe quelques différences dans les réponses pour ce qui est du niveau d'études. Plus précisément, les clients moins instruits ont été les répondants les moins susceptibles d'avoir recouru à l'aide personnelle d'un agent tandis que les

répondants détenant un diplôme de deuxième cycle ont été les moins susceptibles d'avoir utilisé les trousseaux d'information, packages. Les répondants ayant fréquenté l'université sont ressortis du groupe parce qu'ils ont été les moins susceptibles de recevoir un aiguillage mais ceux qui en ont reçu un ont été plus enclins que les autres à y donner suite. Tout comme les répondants n'ayant pas fait d'études postsecondaires, les répondants ayant fréquenté l'université ont également été les plus enclins à dire qu'ils avaient été satisfaits de l'aiguillage; par contre, les répondants ayant fréquenté un collège ont été moins enclins à dire que l'aiguillage avait été utile.

- Les répondants francophones ont été les plus enclins à utiliser les documents écrits mais les moins susceptibles d'avoir recouru à l'aide personnelle d'un agent. Les répondants francophones ont également eu davantage tendance que les anglophones à avoir reçu et utilisé des aiguillages ainsi qu'à les avoir trouvés utiles. Bien que les clients qui ont répondu au sondage en anglais aient été les plus enclins à dire que les produits et les services du REC les avaient aidés à effectuer une recherche générale, les francophones ont été les plus enclins à utiliser les produits et les services pour lancer une entreprise.
- Les répondants qui ont communiqué avec le Réseau Entreprises Canada pour le compte d'une entreprise existante ont été moins susceptibles d'utiliser les documents écrits et les trousseaux d'information mais un peu plus enclins à utiliser l'aide personnelle d'un agent. Les répondants qui ont communiqué avec le REC pour une entreprise qu'on envisageait de lancer ont été plus susceptibles d'avoir été reçu un aiguillage et d'en avoir été satisfaits. Bien entendu, les clients associés à des possibilités de lancement d'entreprise ont été beaucoup plus susceptibles de dire que les produits et les services du REC les avaient aidés dans le lancement d'une entreprise ainsi que dans leur planification financière.
- Les clients qui ont utilisé trois canaux de service ou plus ont été plus susceptibles que les autres d'avoir utilisé les documents écrits alors que les utilisateurs d'un seul canal ont été les moins susceptibles d'avoir obtenu l'aide personnelle d'un agent. Pour ce qui est de l'aiguillage, les répondants qui ont utilisé au moins trois canaux de service ont été plus susceptibles d'avoir reçu un aiguillage, d'y avoir donné suite et d'avoir été satisfaits à cet égard. Ils ont aussi été les répondants les plus susceptibles d'avoir utilisé les produits et les services du REC pour lancer une entreprise, effectuer des recherches générales et entreprendre une planification financière.
- La probabilité qu'un répondant ait utilisé les documents écrits d'Entreprises Canada augmentait avec la fréquence des contacts tandis que les répondants qui n'ont communiqué avec le REC qu'une seule fois ont été les moins susceptibles d'avoir utilisé les trousseaux d'information. Nous n'avons décelé aucune différence réelle en ce qui touchait les aiguillages mais les répondants qui ont communiqué fréquemment avec Entreprises Canada étaient plus susceptibles d'avoir donné suite à leur aiguillage et de dire qu'ils étaient satisfaits de celui-ci. Ils étaient aussi plus susceptibles d'avoir utilisé les produits et les services du REC pour lancer une entreprise, mener des recherches générales et entreprendre une planification financière.





| Subgroup Variations              |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
|----------------------------------|----------------|----------|----|----------------|----------|--------------------|----|----|------------------|----|----|--------|-----|----|------|-------|-------|-------|-----|-----------|------|-----|-----------|
|                                  |                | Language |    | Business Stage |          | # of Svc. Channels |    |    | Freq. of Contact |    |    | Region |     |    |      | Age   |       |       |     | Education |      |     |           |
|                                  | All<br>(N=719) | En       | Fr | Existing       | Start-up | 1                  | 2  | 3+ | 1                | 2  | 3+ | Atl    | Que | On | West | 18-24 | 25-34 | 35-44 | 45+ | HS        | Coll | Uni | Post-grad |
| Service-Related Interactions     |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Method of Contact                |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Phone                            | 53             | 51       | 63 | 52             | 55       | 40                 | 70 | 95 | 56               | 51 | 51 | 64     | 59  | 52 | 46   | 52    | 57    | 53    | 50  | 62        | 55   | 48  | 50        |
| Mail/fax                         | 3              | 3        | 3  | 4              | 3        | 1                  | 1  | 16 | 1                | 1  | 4  | 2      | 4   | 2  | 3    | --    | 2     | 4     | 4   | 2         | 4    | 2   | 4         |
| Email                            | 15             | 14       | 19 | 23             | 14       | 4                  | 23 | 61 | 5                | 11 | 23 | 16     | 16  | 12 | 16   | 7     | 15    | 14    | 18  | 11        | 14   | 16  | 22        |
| In person                        | 31             | 33       | 23 | 39             | 31       | 23                 | 36 | 71 | 21               | 29 | 39 | 28     | 27  | 19 | 43   | 32    | 32    | 29    | 32  | 23        | 27   | 38  | 37        |
| Website                          | 47             | 48       | 45 | 71             | 46       | 33                 | 71 | 87 | 18               | 36 | 71 | 36     | 46  | 57 | 47   | 50    | 47    | 47    | 47  | 36        | 49   | 49  | 53        |
| Frequency of Contact             |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| 1                                | 32             | 32       | 32 | 28             | 34       | 49                 | -- | 1  |                  |    |    | 41     | 29  | 31 | 31   | 34    | 31    | 34    | 30  | 44        | 34   | 28  | 22        |
| 2                                | 17             | 17       | 18 | 15             | 19       | 19                 | 22 | -- |                  |    |    | 14     | 22  | 22 | 14   | 19    | 19    | 15    | 19  | 19        | 17   | 19  | 11        |
| 3+                               | 50             | 14       | 19 | 57             | 48       | 32                 | 78 | 99 |                  |    |    | 45     | 50  | 47 | 55   | 46    | 50    | 51    | 51  | 38        | 49   | 53  | 67        |
| Number of Channels Used          |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| 1                                | 66             | 67       | 61 | 62             | 67       |                    |    |    | 100              | 72 | 42 | 68     | 63  | 68 | 65   | 72    | 62    | 68    | 65  | 76        | 67   | 63  | 56        |
| 2                                | 23             | 22       | 27 | 26             | 22       |                    |    |    | --               | 28 | 36 | 21     | 23  | 24 | 23   | 18    | 26    | 22    | 23  | 18        | 23   | 23  | 27        |
| 3+                               | 11             | 11       | 12 | 12             | 11       |                    |    |    | --               | -- | 23 | 12     | 14  | 7  | 13   | 10    | 12    | 10    | 13  | 6         | 10   | 14  | 17        |
| Overall Satisfaction             |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Perceptions of Service (% agree) |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Staff knowledgeable/competent    | 85             | 85       | 85 | 81             | 87       | 84                 | 87 | 83 | 86               | 83 | 85 | 86     | 81  | 84 | 87   | 84    | 87    | 84    | 86  | 88        | 85   | 84  | 81        |
| Courteous staff                  | 91             | 91       | 94 | 91             | 93       | 91                 | 95 | 85 | 92               | 93 | 90 | 93     | 89  | 93 | 90   | 92    | 91    | 91    | 93  | 94        | 92   | 90  | 90        |
| Treated fairly                   | 89             | 88       | 91 | 86             | 91       | 88                 | 91 | 84 | 90               | 89 | 88 | 90     | 86  | 87 | 89   | 94    | 90    | 88    | 87  | 90        | 89   | 89  | 85        |
| Responsive staff                 | 87             | 87       | 85 | 85             | 89       | 86                 | 89 | 83 | 86               | 91 | 85 | 88     | 82  | 87 | 88   | 86    | 88    | 87    | 86  | 87        | 88   | 86  | 88        |
| Staff went extra mile            | 83             | 82       | 89 | 75             | 87       | 85                 | 83 | 76 | 86               | 81 | 81 | 87     | 82  | 82 | 82   | 86    | 83    | 84    | 82  | 86        | 84   | 81  | 81        |
| Served in language of choice     | 90             | 90       | 90 | 91             | 91       | 89                 | 95 | 90 | 89               | 94 | 90 | 92     | 88  | 93 | 89   | 91    | 90    | 92    | 91  | 95        | 89   | 92  | 85        |
| Fully informed                   | 79             | 78       | 81 | 77             | 81       | 79                 | 82 | 71 | 80               | 82 | 77 | 77     | 76  | 77 | 81   | 68    | 80    | 79    | 80  | 84        | 77   | 77  | 79        |
| Satisfied with timeliness        | 83             | 83       | 85 | 83             | 85       | 81                 | 89 | 82 | 82               | 85 | 84 | 87     | 79  | 82 | 84   | 78    | 84    | 84    | 84  | 90        | 83   | 82  | 80        |
| Satisfied with accessibility     | 84             | 85       | 81 | 79             | 88       | 84                 | 86 | 81 | 84               | 87 | 83 | 85     | 76  | 89 | 84   | 82    | 86    | 84    | 85  | 86        | 87   | 83  | 81        |
| Staff gave what was needed       | 85             | 85       | 88 | 83             | 88       | 85                 | 88 | 81 | 85               | 86 | 85 | 86     | 82  | 86 | 86   | 90    | 85    | 85    | 86  | 88        | 85   | 84  | 84        |
| Overall quality of service       |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Satisfied                        | 83             | 83       | 84 | 80             | 85       | 82                 | 86 | 81 | 81               | 87 | 83 | 85     | 79  | 86 | 82   | 77    | 89    | 82    | 80  | 86        | 84   | 81  | 81        |
| Satisfaction with Outcome        |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Got what needed                  | 65             | 65       | 65 | 59             | 67       | 65                 | 66 | 61 | 70               | 61 | 63 | 64     | 66  | 63 | 66   | 52    | 70    | 67    | 62  | 66        | 64   | 64  | 67        |
| Problems                         |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Had problems with service        | 8              | 9        | 7  | 12             | 6        | 6                  | 11 | 16 | 4                | 7  | 12 | 7      | 8   | 9  | 9    | 10    | 8     | 7     | 9   | 10        | 6    | 10  | 9         |



## Subgroup Variations

|   |                | Language |    | Business Stage |          | # of Svc. Channels |    |    | Freq. of Contact |    |    | Region |     |    |      | Age   |       |       |     | Education |      |     |           |
|---|----------------|----------|----|----------------|----------|--------------------|----|----|------------------|----|----|--------|-----|----|------|-------|-------|-------|-----|-----------|------|-----|-----------|
|   | All<br>(N=719) | En       | Fr | Existing       | Start-up | 1                  | 2  | 3+ | 1                | 2  | 3+ | Atl    | Que | On | West | 18-24 | 25-34 | 35-44 | 45+ | HS        | Coll | Uni | Post-grad |
| Satisfaction with Service Delivery Channels |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Perceptions of Phone Service (% agree)      |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Easy to find #                              | 82             | 81       | 86 | 77             | 83       | 78                 | 88 | 83 | 79               | 83 | 85 | 73     | 86  | 83 | 84   | 77    | 87    | 75    | 84  | 83        | 83   | 81  | 81        |
| Auto. system easy to use                    | 77             | 76       | 81 | 77             | 76       | 77                 | 82 | 68 | 70               | 61 | 64 | 77     | 79  | 81 | 72   | 71    | 84    | 77    | 72  | 78        | 76   | 77  | 76        |
| Hours convenient                            | 86             | 85       | 93 | 85             | 86       | 87                 | 85 | 84 | 88               | 88 | 85 | 91     | 92  | 80 | 84   | 74    | 88    | 87    | 88  | 87        | 83   | 91  | 86        |
| Easy to reach agent                         | 86             | 86       | 87 | 89             | 86       | 89                 | 86 | 81 | 93               | 84 | 83 | 90     | 84  | 84 | 86   | 77    | 89    | 87    | 86  | 88        | 85   | 87  | 82        |
| Got info needed                             | 89             | 88       | 94 | 88             | 90       | 91                 | 89 | 83 | 94               | 89 | 85 | 89     | 88  | 87 | 91   | 86    | 87    | 93    | 89  | 92        | 84   | 91  | 89        |
| Phone Service - Overall                     |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Satisfied                                   | 90             | 90       | 90 | 96             | 89       | 92                 | 92 | 84 | 95               | 92 | 86 | 93     | 86  | 87 | 93   | 87    | 89    | 90    | 92  | 90        | 88   | 90  | 93        |
| Website Version Used                        |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| National                                    | 27             | 25       | 37 | 29             | 27       | 34                 | 18 | 26 | 33               | 37 | 25 | 21     | 36  | 23 | 28   | 29    | 24    | 27    | 31  | 24        | 26   | 28  | 33        |
| Provincial                                  | 29             | 30       | 22 | 33             | 29       | 21                 | 37 | 35 | 30               | 20 | 31 | 21     | 22  | 28 | 37   | 32    | 33    | 25    | 26  | 43        | 30   | 22  | 30        |
| Both  | 38             | 39       | 29 | 34             | 37       | 42                 | 33 | 35 | 27               | 33 | 40 | 54     | 32  | 39 | 34   | 32    | 32    | 46    | 40  | 24        | 36   | 45  | 35        |
| Perceptions of Website Service (% agree)    |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Easy to find address                        | 79             | 79       | 82 | 76             | 82       | 79                 | 82 | 75 | 73               | 80 | 80 | 75     | 72  | 79 | 85   | 76    | 86    | 84    | 70  | 84        | 78   | 81  | 77        |
| Easy to find what looking for               | 70             | 72       | 63 | 67             | 73       | 68                 | 75 | 69 | 61               | 63 | 73 | 82     | 57  | 75 | 69   | 64    | 71    | 77    | 69  | 71        | 78   | 68  | 63        |
| Site visually appealing                     | 75             | 75       | 74 | 73             | 76       | 72                 | 77 | 77 | 59               | 83 | 76 | 80     | 67  | 77 | 75   | 61    | 77    | 83    | 73  | 80        | 74   | 75  | 73        |
| Site had info needed                        | 77             | 77       | 76 | 73             | 81       | 75                 | 82 | 73 | 61               | 80 | 79 | 82     | 72  | 76 | 78   | 73    | 84    | 80    | 70  | 76        | 83   | 76  | 69        |
| Confident privacy protected                 | 79             | 80       | 71 | 83             | 79       | 75                 | 82 | 81 | 76               | 75 | 80 | 82     | 67  | 77 | 85   | 64    | 86    | 76    | 81  | 84        | 80   | 81  | 71        |
| Would recommend                             | 85             | 84       | 86 | 81             | 94       | 78                 | 71 | 90 | 87               | 85 | 86 | 91     | 83  | 82 | 85   | 79    | 92    | 83    | 82  | 80        | 89   | 87  | 79        |
| Website Service - Overall                   |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Satisfied                                   | 82             | 81       | 88 | 79             | 85       | 79                 | 88 | 80 | 71               | 85 | 84 | 87     | 83  | 84 | 77   | 70    | 86    | 84    | 81  | 78        | 83   | 82  | 83        |
| In-Person Service - Overall                 |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Satisfied                                   | 88             | 87       | 92 | 89             | 89       | 90                 | 89 | 83 | 85               | 94 | 87 | 91     | 88  | 81 | 89   | 86    | 88    | 88    | 90  | 93        | 85   | 87  | 94        |



| Subgroup Variations   |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
|---|----------------|----------|----|----------------|----------|--------------------|----|----|------------------|----|----|--------|-----|----|------|-------|-------|-------|-----|-----------|------|-----|-----------|
|   |                | Language |    | Business Stage |          | # of Svc. Channels |    |    | Freq. of Contact |    |    | Region |     |    |      | Age   |       |       |     | Education |      |     |           |
|   | All<br>(N=719) | En       | Fr | Existing       | Start-up | 1                  | 2  | 3+ | 1                | 2  | 3+ | Atl    | Que | On | West | 18-24 | 25-34 | 35-44 | 45+ | HS        | Coll | Uni | Post-grad |
| <b>CBN Information</b>  |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| <b>Information Obtained</b>                                   |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Starting a business   | 60             | 60       | 64 | 27             | 75       | 61                 | 62 | 55 | 58               | 65 | 60 | 54     | 63  | 62 | 61   | 57    | 66    | 64    | 52  | 64        | 66   | 58  | 52        |
| Financing a business  | 33             | 34       | 31 | 33             | 35       | 33                 | 33 | 35 | 28               | 24 | 40 | 37     | 34  | 29 | 35   | 40    | 34    | 37    | 29  | 33        | 40   | 31  | 28        |
| Other govt info   | 27             | 28       | 24 | 25             | 27       | 27                 | 24 | 35 | 20               | 18 | 35 | 24     | 21  | 27 | 32   | 24    | 22    | 35    | 30  | 17        | 29   | 32  | 25        |
| <b>Success Finding Information</b>                            |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Found all   | 31             | 30       | 37 | 26             | 33       | 32                 | 32 | 29 | 34               | 33 | 29 | 28     | 33  | 31 | 32   | 30    | 37    | 32    | 25  | 32        | 37   | 28  | 27        |
| <b>Quality of Information</b>                                 |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Exceeded expectations   | 28             | 31       | 14 | 15             | 8        | 10                 | 9  | 18 | 7                | 13 | 12 | 26     | 22  | 29 | 31   | 22    | 34    | 29    | 22  | 25        | 29   | 28  | 30        |
| <b>Used Information?</b>                                      |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Yes, used info  | 81             | 81       | 81 | 79             | 82       | 79                 | 84 | 87 | 73               | 79 | 88 | 75     | 76  | 81 | 86   | 75    | 82    | 82    | 81  | 70        | 84   | 83  | 88        |
| <b>Satisfaction with Aspects of Information (% satisfied)</b> |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Accuracy  | 84             | 84       | 83 | 83             | 85       | 83                 | 87 | 82 | 82               | 84 | 86 | 81     | 78  | 82 | 90   | 83    | 89    | 86    | 78  | 82        | 86   | 84  | 88        |
| Currency  | 82             | 82       | 80 | 80             | 83       | 83                 | 84 | 73 | 82               | 85 | 80 | 80     | 79  | 81 | 84   | 82    | 85    | 86    | 75  | 81        | 83   | 83  | 79        |
| Relevance   | 83             | 84       | 77 | 77             | 87       | 83                 | 84 | 80 | 82               | 84 | 83 | 82     | 84  | 82 | 88   | 74    | 88    | 85    | 80  | 79        | 84   | 83  | 88        |
| Accessibility   | 84             | 84       | 82 | 80             | 86       | 85                 | 85 | 76 | 85               | 85 | 83 | 85     | 77  | 83 | 88   | 77    | 86    | 89    | 80  | 79        | 86   | 86  | 82        |
| Clarity   | 84             | 84       | 82 | 79             | 86       | 84                 | 85 | 80 | 84               | 87 | 83 | 81     | 81  | 84 | 87   | 79    | 86    | 85    | 84  | 79        | 84   | 86  | 87        |
| <b>Preferred Method of Contact</b>                            |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |
| Email   | 37             | 39       | 28 | 43             | 35       | 35                 | 37 | 50 | 31               | 40 | 43 | 34     | 29  | 40 | 40   | 25    | 37    | 40    | 38  | 28        | 32   | 44  | 44        |
| Mail/Fax  | 17             | 16       | 23 | 12             | 20       | 18                 | 17 | 11 | 22               | 25 | 11 | 27     | 23  | 15 | 12   | 19    | 18    | 19    | 14  | 28        | 20   | 12  | 13        |
| Website   | 15             | 15       | 19 | 15             | 15       | 17                 | 13 | 11 | 12               | 13 | 19 | 6      | 15  | 19 | 18   | 15    | 14    | 16    | 17  | 10        | 18   | 15  | 19        |



| Subgroup Variations           |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |    |
|-------------------------------|----------------|----------|----|----------------|----------|--------------------|----|----|------------------|----|----|--------|-----|----|------|-------|-------|-------|-----|-----------|------|-----|-----------|----|
|                               |                | Language |    | Business Stage |          | # of Svc. Channels |    |    | Freq. of Contact |    |    | Region |     |    |      | Age   |       |       |     | Education |      |     |           |    |
|                               | All<br>(N=719) | En       | Fr | Existing       | Start-up | 1                  | 2  | 3+ | 1                | 2  | 3+ | Atl    | Que | On | West | 18-24 | 25-34 | 35-44 | 45+ | HS        | Coll | Uni | Post-grad |    |
| CBN Products and Services     |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |    |
| Products/Services Used        |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |    |
| Printed materials             | 48             | 47       | 58 | 45             | 51       | 45                 | 52 | 65 | 41               | 47 | 54 | 55     | 55  | 39 | 48   | 40    | 49    | 48    | 52  | 46        | 52   | 49  | 45        |    |
| Assistance from agent         | 43             | 44       | 39 | 46             | 43       | 38                 | 52 | 52 | 44               | 40 | 44 | 47     | 37  | 43 | 44   | 32    | 47    | 43    | 43  | 33        | 43   | 46  | 47        |    |
| Information packages          | 36             | 37       | 34 | 30             | 39       | 34                 | 43 | 35 | 30               | 41 | 39 | 44     | 36  | 38 | 32   | 32    | 35    | 40    | 37  | 39        | 39   | 35  | 29        |    |
| Referrals                     |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |    |
| Yes, received referral        | 51             | 50       | 61 | 51             | 53       | 51                 | 49 | 57 | 50               | 52 | 51 | 51     | 57  | 53 | 48   | 56    | 50    | 55    | 48  | 53        | 53   | 46  | 57        |    |
| Used referral                 | 61             | 60       | 65 | 61             | 64       | 58                 | 61 | 79 | 56               | 57 | 65 | 69     | 66  | 56 | 58   | 55    | 62    | 55    | 70  | 60        | 60   | 65  | 57        |    |
| % Satisfied with referral     | 83             | 82       | 87 | 77             | 85       | 84                 | 78 | 87 | 80               | 78 | 86 | 89     | 86  | 77 | 81   | 86    | 86    | 73    | 86  | 88        | 78   | 87  | 77        |    |
| % Found referral useful       | 85             | 83       | 93 | 77             | 88       | 86                 | 86 | 81 | 85               | 87 | 86 | 87     | 92  | 79 | 85   | 81    | 88    | 87    | 83  | 88        | 76   | 89  | 90        |    |
| Areas Info/Services Helpful   |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |    |
| Business start-up             | 55             | 51       | 73 | 25             | 69       | 53                 | 56 | 60 | 50               | 54 | 58 | 46     | 68  | 55 | 52   | 52    | 61    | 58    | 45  | 55        | 56   | 54  | 57        |    |
| General research              | 50             | 53       | 37 | 54             | 52       | 45                 | 57 | 65 | 41               | 41 | 60 | 60     | 38  | 50 | 51   | 50    | 48    | 53    | 52  | 44        | 55   | 49  | 51        |    |
| Financial planning            | 30             | 30       | 28 | 24             | 33       | 29                 | 28 | 34 | 24               | 25 | 35 | 39     | 29  | 25 | 28   | 24    | 34    | 27    | 30  | 29        | 33   | 29  | 26        |    |
| Suggestions                   |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |    |
| Website difficult to navigate |                | 7        | 8  | 3              | 12       | 6                  | 5  | 14 | 5                | 4  | 5  | 10     | 3   | 4  | 14   | 6     | 6     | 9     | 6   | 6         | 5    | 7   | 8         | 10 |
| Better trained staff          |                | 5        | 4  | 12             | 5        | 4                  | 4  | 6  | 10               | 4  | 2  | 6      | 6   | 12 | 3    | 3     | 3     | 5     | 6   | 5         | 5    | 4   | 6         | 4  |
| Reason for Contacting CBN     |                |          |    |                |          |                    |    |    |                  |    |    |        |     |    |      |       |       |       |     |           |      |     |           |    |
| Existing business             |                | 25       | 26 | 20             | --       | --                 | 23 | 29 | 27               | 22 | 21 | 29     | 20  | 22 | 22   | 30    | 19    | 19    | 23  | 37        | 25   | 18  | 30        | 27 |
| Potential start-up            |                | 66       | 65 | 69             | --       | --                 | 67 | 64 | 62               | 68 | 71 | 63     | 72  | 66 | 69   | 61    | 63    | 72    | 71  | 54        | 63   | 74  | 61        | 66 |



## APPENDIX



## **Industry Canada: Canada Business Survey**

### **Email Recruitment Script**

#### **Re: Canada Business Client Satisfaction Survey**

Canada Business wants to know what you think about its service! In the next two to three weeks, we'll be conducting a short online survey. The survey will take just a few minutes of your time – and your feedback will help to make sure that the information and services we provide meet the needs of business people or entrepreneurs like you.

Your responses will be treated in complete confidence – no individuals or organizations will be identified in any way. The research is being conducted by Phoenix SPI, an independent research company.

Your participation in the survey is completely voluntary and will not affect any dealings you may have with the Government of Canada. All information collected will be used for research purposes only in accordance with the Government of Canada's Privacy Act and other applicable laws designed to protect your privacy.

We'd like to hear from all our clients. If you are willing to take part, please let us know by clicking on the link below:

[Yes, I agree to take part in the survey.](#)

If you are unable to click on the link, please send a message to [survey@phoenixspi.ca](mailto:survey@phoenixspi.ca) letting us know that you agree to take part in the survey.

---

#### **Additional Notes:**

- The email recruitment script should not be included in the email response to the client's service inquiry. It should be sent one to two days following the email response to the client's service inquiry.



**Objet : Sondage sur le niveau de satisfaction des clients d'Entreprises Canada**

Entreprises Canada veut savoir ce que vous pensez de son service! Au cours des deux ou trois prochaines semaines, nous mènerons un petit sondage en ligne. Ce sondage n'exigera que quelques minutes de votre temps. En revanche, vos commentaires nous aideront à faire en sorte que les renseignements et les services que nous fournissons répondent aux besoins des gens d'affaires et des entrepreneurs comme vous.

Vos réponses demeureront confidentielles. Aucune personne ou organisation ne sera nommée. La recherche est menée par Phoenix SPI, une entreprise de recherches indépendante.

Votre participation au sondage est complètement volontaire et n'aura aucune incidence sur les transactions que vous pourriez avoir avec le gouvernement du Canada. Tous les renseignements recueillis seront utilisés aux seules fins de la recherche conformément à la *Loi sur la protection des renseignements personnels* du gouvernement du Canada et d'autres lois applicables visant à protéger votre confidentialité.

Nous aimerions obtenir des réponses de tous nos clients. Si vous souhaitez participer au sondage, dites-le nous en cliquant sur le lien ci-dessous :

[Oui, j'accepte de participer au sondage.](#)

Si vous êtes incapable de cliquer sur le lien, veuillez envoyer un message à [survey@phoenixspi.ca](mailto:survey@phoenixspi.ca) nous indiquant que vous acceptez de participer au sondage.

---

**Autres remarques :**

- Le message de recrutement ne doit pas être inclus dans le courriel de réponse à la demande de service envoyée au client. Il doit être envoyé un ou deux jours après le courriel de réponse à la demande de service envoyée au client.



## **Industry Canada: Canada Business Survey**

### **Recruitment Script**

#### **Telephone/In-Person Script**

To help Canada Business continue to improve our service to clients, we'll be conducting a short survey in the next three to four weeks. People will be able to complete the survey online, or by telephone if online is not an option. We'd like to hear from all our clients.

A. Would you be willing to take part?

**IF NO:** Thank the client for his/her time and discontinue.

**IF YES:** Thank you. Your help is very much appreciated. The research is being conducted by Phoenix SPI, an independent research company. Please be aware that your participation in the survey is completely voluntary and will not affect any dealings you may have with the Government of Canada. All information collected will be used for research purposes only in accordance the Government of Canada's Privacy Act and other applicable laws designed to protect your privacy.

B. As I mentioned, you can complete the survey online. Do have access to and use the Internet?

**IF YES:** Could I please have your (name and) email address so the research company can email you the link to the online survey? RECORD/READ BACK NAME AND EMAIL ADDRESS TO CONFIRM. You should receive an email with a link to the survey within the next few weeks.

**IF NO:** Then you will be able to complete the survey by phone. Could I please have your (name and) daytime phone number so the research company can call you? RECORD/READ READ BACK NAME AND NUMBER TO CONFIRM. You should receive a phone call within the next few weeks.

Thank you very much for your time and cooperation, and for agreeing to take part in the survey.

#### **Record by Observation:**

- Language
- Region

Additional Notes:

- All clients served should be invited to participate in the survey, if possible, or a *random* sample of clients. There should be no selection of participants based on the nature of their transaction or their apparent level of satisfaction with service (e.g. no 'cherry picking').
- If clients have access to, and use, the Internet, they should be encouraged (softly, politely) to complete the survey online (i.e. not by telephone).
- If asked, service agents should inform potential participants that the survey will take no more than 15 minutes to complete.
- The tone of the invitation to participate in the research is important. If people are *encouraged* to take part, and thanked for doing so in a welcoming manner, this is far more effective than simply *informing* or *advising* them about the research and seeing if they agree to take part. The latter can be expected to yield few completed surveys.
- The items on the 'Record by Observation' list would be used for the non-response analysis to be done following the study (to compare respondents/non-respondents).
- A form would need to be developed (electronic or paper?) for service agents to record this information and transmit it to us. We will need it in electronic form. We should review any datafile you create for this purpose before it is in full use to ensure that the information is inputted in the right way (or we may encounter problems trying to extract the information/data when we need it).



**Industrie Canada : Sondage mené par Entreprises Canada**

**Message pour le recrutement**

**Message par téléphone/en personne**

Afin d'aider Entreprises Canada à continuer d'améliorer les services offerts aux clients, nous mènerons un bref sondage au cours des trois ou quatre prochaines semaines. Les gens auront la possibilité de répondre au sondage en ligne ou par téléphone, s'ils ne peuvent pas le faire en ligne. Nous aimerions entendre tous nos clients.

**A. Aimerez-vous participer au sondage?**

**SINON :** Remerciez la cliente ou le client de son attention et arrêtez la conversation.

**SI OUI :** Merci. Nous vous sommes très reconnaissants de nous aider. La recherche est menée par Phoenix SPI, une entreprise de recherches indépendante. Veuillez noter que votre participation au sondage est complètement volontaire et n'aura aucune incidence sur les transactions que vous pourriez avoir avec le gouvernement du Canada. Tous les renseignements recueillis seront utilisés aux seules fins de la recherche conformément à la *Loi sur la protection des renseignements personnels* du gouvernement du Canada et d'autres lois applicables visant à protéger votre confidentialité.

**B. Comme je l'ai mentionné, vous pouvez répondre au sondage en ligne. Avez-vous accès à Internet et l'utilisez-vous?**

**SI OUI :** Pourriez-vous me donner votre (nom et) votre adresse de courriel afin que l'entreprise de recherches puisse vous envoyer par courriel le lien du sondage en ligne? NOTEZ/RELISEZ LE NOM ET L'ADRESSE DE COURRIEL POUR CONFIRMER. Vous devriez recevoir un courriel contenant un lien vers le sondage dans les prochaines semaines.

**SINON :** Vous pourrez alors répondre au sondage par téléphone. Pourriez-vous me donner votre (nom et) un numéro de téléphone où l'on peut vous joindre pendant la journée afin que l'entreprise de recherches puisse vous appeler? NOTEZ/RELISEZ LE NOM ET LE NUMERO POUR CONFIRMER. Vous devriez recevoir un appel dans les prochaines semaines.

Merci beaucoup d'avoir pris le temps de nous répondre et d'avoir accepté de participer au sondage.

**À noter par observation :**

- Langue
- Région

Autres remarques :

- On doit inviter tous les clients que l'on sert à participer au sondage, dans la mesure du possible, ou un échantillon *aléatoire* de clients. Il ne doit y avoir aucune sélection des participants en fonction de la nature de leur transaction ou de leur niveau de satisfaction apparent vis-à-vis des services (pas de sélection choisie).
- Si les clients ont accès à Internet et l'utilisent, il faut les inciter (gentiment et poliment) à répondre au sondage en ligne (et pas par téléphone).
- Si on leur pose la question, les agents de services doivent informer les éventuels participants que cela ne prend pas plus de 15 minutes pour répondre au sondage.
- Le ton de l'invitation à participer à la recherche est important. Si l'on *incite* les gens à participer au sondage et qu'on les remercie chaleureusement de le faire, c'est beaucoup plus efficace que de se contenter de les *informer* de la recherche et de voir s'ils acceptent d'y participer. Avec la dernière approche, on peut s'attendre à obtenir peu de réponses au sondage.
- Les points relevés dans la liste « À noter par observation » seront utilisés dans le cadre de l'analyse des non-réponses qui sera effectuée après l'étude (pour comparer les répondants et les non-répondants).
- Il faudra élaborer un formulaire (électronique ou papier?) dont les agents de services se serviront pour consigner les renseignements et nous les transmettre. Nous aurons besoin du formulaire en format électronique. Nous devons revoir tous les fichiers de données que vous créez à cette fin avant que ces derniers ne soient pleinement utilisés, de manière à nous assurer que les renseignements sont entrés comme il faut (sinon, nous risquons de rencontrer des problèmes en essayant d'extraire les renseignements/données quand nous en aurons besoin).



## Canada Business

### Client Satisfaction Survey Recruitment

#### In-Office Computer Terminal Recruits

##### **In-Office Computer Terminal Recruits**

Clients of the Canada Business Network who visit a service centre can be recruited to complete the online survey in the office at a computer terminal. This component of the survey recruitment should not replace the phone and in-person recruiting that is currently underway.

##### *Who is eligible?*

Only a certain type of client should be targeted for in-office completion of the survey. Clients eligible to complete the survey in-office must have made multiple visits to the office **OR** a 1<sup>st</sup> visit where the client did not receive written brochures/information/publications. The reason is that if they received written information on a 1<sup>st</sup> visit, but had not yet had time to review the information, they would not be in a position to rate the information and related quality of service in the survey.

##### *How should the recruitment be done?*

All clients eligible to complete the survey in-office should be invited to participate in the survey.

**Script:** To help Canada Business continue to improve our service to clients, we're conducting a short online survey. You can complete the survey in-office at one of the computer terminals. We'd like to hear from all our clients. Would you be willing to take part?

**IF NO:** Thank the client for his/her time. If they do not have time to complete the survey in-office (or are not interested in doing so), please offer them the option of doing so online in a week or so. Let them know that they would receive an email with a link to the survey within the next few weeks. If they agree, continue with the **main** recruitment script (i.e. not this one).

**IF YES:** Thank you. Your help is very much appreciated. When you access the Canada Business Network, either the National website or one of the provincial or territorial websites on a computer terminal, a web page will open that will direct you to the survey.

The research is being conducted by Phoenix SPI, an independent research company. Please be aware that your participation in the survey is completely voluntary and will not affect any dealings you may have with the Government of Canada. All

information collected will be used for research purposes only in accordance the Government of Canada's Privacy Act and other applicable laws designed to protect your privacy.



## **Recrutement pour le sondage sur le niveau de satisfaction des clients d'Entreprises Canada**

### **Recrutement pour le sondage – réponse sur place à partir d'un terminal d'ordinateur**

#### **Recrutement pour le sondage – réponse sur place à partir d'un terminal d'ordinateur**

Les clients du Réseau Entreprises Canada qui se rendent à un centre de services peuvent être recrutés pour répondre au sondage en ligne sur place à partir d'un terminal d'ordinateur. Ce volet du recrutement pour le sondage ne doit pas remplacer le recrutement effectué actuellement par téléphone et en personne.

#### ***Qui est admissible?***

Il ne faudrait cibler qu'un certain type de clients pour le sondage mené sur place. Les clients habilités à répondre au sondage sur place doivent être venus plusieurs fois au centre OU y être venus une fois et n'avoir pas reçu de brochure/d'information écrite/de publication. En effet, s'ils ont reçu de l'information écrite à l'occasion d'une première visite mais n'ont pas encore eu le temps d'en prendre connaissance, ils ne seront pas en mesure de noter dans le sondage l'information et la qualité du service connexe.

#### ***De quelle façon le recrutement devrait-il être effectué?***

Tous les clients remplissant les conditions requises pour répondre au sondage sur place devraient être invités à y participer.

**Message :** Afin d'aider Entreprises Canada à continuer d'améliorer les services offerts aux clients, nous menons un bref sondage en ligne. Vous pouvez répondre aux questions du sondage sur place à partir de l'un des terminaux d'ordinateur. Nous aimerions entendre tous nos clients. Aimerez-vous participer au sondage?

**SINON :** Remerciez la cliente ou le client de son attention. S'ils n'ont pas le temps de répondre au sondage dans le centre (ou ne souhaitent pas le faire), veuillez leur proposer l'option de le faire en ligne dans une semaine ou deux. Informez-les qu'ils recevront un courriel contenant un lien vers le sondage au cours des prochaines semaines. S'ils sont d'accord, continuez en leur présentant le **principal** message de recrutement (c.-à-d. pas celui-ci).

**SI OUI :** Merci. Nous vous sommes très reconnaissants de nous aider. Lorsque vous accéderez au Réseau Entreprises Canada sur un terminal d'ordinateur, soit à partir du site Web national soit à partir des sites Web provinciaux ou territoriaux, une page Web s'ouvrira et vous conduira au sondage.

La recherche est menée par Phoenix SPI, une entreprise de recherches indépendante. Veuillez noter que votre participation au sondage est complètement volontaire et n'aura aucune incidence sur les transactions que vous pourriez avoir avec le gouvernement du Canada. Tous les renseignements recueillis seront utilisés aux seules fins de la recherche conformément à la *Loi sur la protection des renseignements personnels* du gouvernement du Canada et d'autres lois applicables visant à protéger votre confidentialité.

**Canada Business  
Client Satisfaction Survey  
Telephone Version**

*Final Version: December 11, 2006*

Hello, may I speak to \_\_\_\_\_? (INSERT RESPONDENT'S NAME FROM LIST)

- ☐ IF PERSON IS AVAILABLE, CONTINUE.
- ☐ IF NOT AVAILABLE, ARRANGE CALL-BACK OR GET NEW NUMBER WHERE PERSON CAN BE REACHED.

Hello, my name is \_\_\_\_\_. I'm calling on behalf of Phoenix, a public opinion research company. Recently you contacted the Canada Business Network, also known as [INSERT APPROPRIATE NAME BASED ON PROVINCE OR TERRITORY] in your province [territory], for information or service and agreed to take part in a short survey we're conducting on their behalf. The purpose is to assess your satisfaction with the service you received. This survey is registered with the national survey registration system.

Your participation in the research is completely voluntary and your decision on whether or not to participate will not affect any dealings you may have with the Government of Canada. By answering these questions, you will help the government improve the service it provides through the Canada Business Network. The information you provide will be used for research purposes only and will be administered in accordance with the applicable privacy laws.

Are you still willing to take part in this survey? We can do it now or at a time more convenient for you.

- [ ] Yes, now (CONTINUE)
- [ ] Yes, call later (Specify date/time:      Date:              Time:)
- [ ] Refused (THANK AND DISCONTINUE)

---

**INTERVIEWER/PROGRAMMING NOTES:**

SURVEY LENGTH: IF RESPONDENT ASKS ABOUT THE LENGTH OF THE SURVEY, INFORM HIM/HER THAT IT SHOULD TAKE NO MORE THAN 15 MINUTES, BUT THE ACTUAL LENGTH VARIES DEPENDING ON THE AMOUNT OF INTERACTION THE RESPONDENT HAD WITH THE CANADA BUSINESS NETWORK.

RESEARCH VALIDITY: IF RESPONDENT QUESTIONS THE VALIDITY OF THE RESEARCH, INVITE HIM/HER TO 1) CALL THE SURVEY REGISTRATION SYSTEM, OR 2) CALL NORMAND LAFRAMBOISE OF THE GOVERNMENT OF CANADA AT 1-613-947-2596 (OR HAVE NORMAND CALL THE RESPONDENT).



**SURVEY REGISTRATION SYSTEM:** IF THE RESPONDENT ASKS ABOUT NATIONAL SURVEY REGISTRATION SYSTEM, SAY:

The registration system has been created by the survey research industry to allow the public to verify that a survey is legitimate, get information about the survey industry or register a complaint. The registration system's toll-free phone number is 1-800-554-9996.

**USERS OF MULTIPLE CHANNELS:** IF RESPONDENT USED MULTIPLE CHANNELS (I.E. PHONE, IN-PERSON, INTERNET, ETC), HE/SHE WILL COMPLETE FULL MODULE FOR ONE CHANNEL ONLY. THIS WILL BE THE CHANNEL USED BY RESPONDENTS FOR THEIR MOST RECENT TRANSACTION (Q4).

**CANADA BUSINESS NETWORK:** CANADA BUSINESS, ALSO KNOWN AS [INSERT APPROPRIATE NAME BASED ON PROVINCE OR TERRITORY\*], IS A GOVERNMENT INFORMATION SERVICE FOR BUSINESSES AND START-UP ENTREPRENEURS IN CANADA. THE MANDATE OF CANADA BUSINESS IS TO SERVE AS THE PRIMARY SOURCE OF UP-TO-DATE AND ACCURATE BUSINESS-RELATED INFORMATION AND TO PROVIDE REFERRALS ON GOVERNMENT PROGRAMS, SERVICES AND REGULATIONS—WITHOUT CHARGE—IN ALL REGIONS OF CANADA. THE CANADA BUSINESS NETWORK IS OPERATED THROUGH A VARIETY OF COLLABORATIVE ARRANGEMENTS WITH PROVINCIAL AND TERRITORIAL GOVERNMENTS AND, IN SOME CASES, NOT-FOR-PROFIT ORGANIZATIONS.

Canada Ontario Business service centre  
Manitoba Business service centre  
Saskatchewan Business service centre  
Alberta – known as The Business Link or The Business Link Business service centre  
British Columbia service centre or Small Business BC  
Newfoundland and Labrador Business service centre  
Nova Scotia Business service centre  
New Brunswick Business service centre  
Prince Edward Island Business service centre  
Québec service centre or Info entrepreneurs / Ressources Entreprises (ville de Québec)  
Yukon Business service centre  
Nunavut Business service centre  
Northwest Territories Business service centre

**TIME PERIOD:** THE FOCUS OF THE SURVEY IS ON SERVICE RECEIVED IN THE LAST SIX MONTHS. THIS SHOULD BE CLEAR TO RESPONDENTS, BUT SHOULD NOT BE REPEATED TOO OFTEN TO BE TEDIOUS. ADJUST AS REQUIRED. IF RESPONDENT WAS IN CONTACT WITH CANADA BUSINESS MORE THAN ONCE IN PAST SIX MONTHS, ASSESSMENTS SHOULD BE BASED ON THE OVERALL SERVICE RECEIVED (I.E. AVERAGED OUT).

## SECTION 1: SERVICE-RELATED INTERACTIONS

1. Before we begin, can you please confirm that you contacted the Canada Business Network to obtain information or service during the past six months?

|     |   |                    |
|-----|---|--------------------|
| Yes | 1 | CONTINUE           |
| No  | 2 | THANK/DISCONTINUE* |

\*EXPLORE TO ENSURE THAT RESPONDENT DID NOT USE THE CANADA BUSINESS NETWORK BEFORE TERMINATING. NOTE IDENTITY ISSUE (COULD BE CONFUSION ABOUT IDENTITY OF SERVICE PROVIDER AMONG RESPONDENTS).

2. In which of the following ways did you contact the Canada Business Network during the past six months? How about...? (READ LIST; ACCEPT ALL THAT APPLY)

By phone.  
By mail or fax.



By email.  
In person at an office  
Visiting their website

3. How many times in the past six months did you...? (ASK SEPARATELY FOR EACH SERVICE CHANNEL USED BY RESPONDENT)

- ...contact the Canada Business Network by phone? Record number: \_\_\_\_\_
- ...contact the Canada Business Network by mail or fax? Record number: \_\_\_\_\_
- ...contact the Canada Business Network by email? Record number: \_\_\_\_\_
- ...visit an office? Record number: \_\_\_\_\_
- ...visit their website? Record number: \_\_\_\_\_

ASK NEXT QUESTION IF RESPONDENT USED MORE THAN ONE SERVICE CHANNEL IN Q2:

4. Thinking about your most recent interaction with the Canada Business Network, how did you contact them? (READ LIST IF HELPFUL. LIST TO INCLUDE ONLY THOSE CHANNELS IDENTIFIED BY RESPONDENT IN Q2)

By phone.  
By mail or fax.  
By email.  
In person at an office  
Visiting their website

## SECTION 2: OVERALL CLIENT SATISFACTION

Thinking about the service you received from the Canada Business Network during the past six months, please tell me how much you agree or disagree with the following statements. To do this, use a 5-point scale, where '1' means strongly disagree, 5' means strongly agree, and '3' means neither agree nor disagree. If something does not apply to you, please just say so. (ROTATE LIST; REPEAT INSTRUCTIONS AS NEEDED; RECORD SEPARATELY 'DOES NOT APPLY' AND 'DON'T KNOW')

5. Staff were knowledgeable and competent.\*
6. Staff were courteous.\*
7. **You were treated fairly.\***
8. Staff were responsive to your needs.\*
9. Staff went the extra mile to make sure you got what you needed.\*
10. You were served in the official language of your choice (i.e. English or French).
11. You were informed of everything you had to do in order to get the service.
12. You were satisfied with the amount of time it took to get the service.
13. You were satisfied with your ease of access to the service.
14. Staff gave you what you needed or guided you to others who could help you.\*

\*NOT ASKED OF THOSE WHO ONLY VISITED THE WEBSITE.

15. How satisfied were you with the **overall** quality of service you received from the Canada Business Network during the last six months? Please use a 5-point scale, where



'1' is very dissatisfied, and '5' is very satisfied, and '3' is neither satisfied nor dissatisfied.

16. In the end, did you get what you needed? (READ OPTIONS)

- |                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Yes                             | 1 |
| No, or                          | 2 |
| You got part of what you needed | 3 |

17. During the past six months, were there any problems with the service you received from the Canada Business Network?

- |     |   |
|-----|---|
| Yes | 1 |
| No  | 2 |

IF YES, ASK:

18. What problems did you encounter? Any others? (DO NOT READ LIST; ACCEPT ALL THAT APPLY)

- You didn't know where to obtain information.
- You got bounced around from one person to another.
- You were given incorrect information.
- You received conflicting information/advice from different people/sources.
- No one took time to explain things to you.
- Telephone lines were busy.
- You had to travel too far to visit a service centre.
- The website(s) was not accessible/system was down/crashing.
- Other (specify) \_\_\_\_\_

#### **SECTION 4: SATISFACTION WITH SERVICE DELIVERY CHANNELS**

QUESTIONS IN THIS SECTION WILL BE ASKED OF THOSE WHO USED SPECIFIC SERVICE DELIVERY CHANNELS. SEE PROGRAMMING INSTRUCTIONS IN FRONT-END NOTE.

##### **Telephone Service**

Earlier you mentioned that you had called the Canada Business Network to obtain information or service.

Please tell me how much you agree or disagree with the following statements about your phone call(s) to the Canada Business Network during the last six months, using a 5-point scale, where '1' is strongly disagree and '5' is strongly agree. If something does not apply to you, please say so. (ROTATE LIST; REPEAT INSTRUCTIONS AS NEEDED; RECORD SEPARATELY 'DOES NOT APPLY' AND 'DON'T KNOW').

- 19. It was easy to find the phone number.
- 20. The automated phone system was easy to use.
- 21. The hours of service were convenient.



22. You were able to get through to an agent without difficulty.
23. You were able to get the information you needed.
24. How satisfied were you with the overall quality of service you received during your phone call(s) to the Canada Business Network in the last six months? Please use a 5-point scale, where '1' is very dissatisfied, and '5' is very satisfied.

IF RESPONDENT WAS DISSATISFIED WITH SERVICE (SCORES OF 1-2), ASK:

25. Why were you not satisfied with the quality of service you received? (DO NOT READ LIST; ACCEPT ALL THAT APPLY)

You got bounced around from one person to another.  
You were given incorrect information.  
You received conflicting information/advice from different people/sources.  
No one took time to explain things to you.  
The referral given was not useful.  
Telephone lines were busy.  
Other (specify) \_\_\_\_\_

**Website**

Earlier you mentioned that you visited a Canada Business website to obtain information or service during the last six months.

26. Can you recall which Canada Business website you visited to obtain information or service? (READ LIST; ACCEPT MULTIPLE RESPONSES)

National website ([www.canadabusiness.ic.gc.ca](http://www.canadabusiness.ic.gc.ca))  
Provincial/territorial website\*  
Both  
Not sure/uncertain

\*NOTE TO INTERVIEWERS: THERE ARE 13 PROVINCIAL/TERRITORIAL WEBSITES.

14. Canada – Ontario Business service centre  
15. Canada – Manitoba Business service centre  
16. Canada – Saskatchewan Business service centre  
17. Canada – Alberta – known as The Business Link or The Business Link Business service centre  
18. Canada – British Columbia service centre (Small Business BC)  
19. Canada – Newfoundland and Labrador Business service centre  
20. Canada – Nova Scotia Business service centre  
21. Canada – New Brunswick Business service centre  
22. Canada – Prince Edward Island Business service centre  
23. Québec service centre or Info entrepreneurs / Ressources Entreprises (ville de Québec)  
24. Canada – Yukon Business service centre  
25. Canada – Nunavut Business service centre  
26. Canada – Northwest Territories Business service centre



Thinking about your use of the National and/or provincial Canada Business website(s) during the last six months, please tell me how much you agree or disagree with the following statements, using a 5-point scale, where '1' is strongly disagree, and '5' is strongly agree. If something does not apply to you, please say so. (ROTATE LIST; REPEAT INSTRUCTIONS AS NEEDED; RECORD SEPARATELY 'DOES NOT APPLY' AND 'DON'T KNOW') (USE PLURAL IF APPROPRIATE).

- 27. It was easy to find the website address.
- 28. It was easy to find what you were looking for.
- 29. The site was visually appealing.
- 30. The site had the information you needed.
- 31. You feel confident that your privacy was fully protected on the site.
- 32. I would recommend the site to a colleague or friend.
  
- 33. How satisfied were you with the overall quality of the service you received through the website(s) over the last six months? Please use a 5-point scale, where '1' is very dissatisfied, and '5' is very satisfied. (USE PLURAL IF APPROPRIATE).

IF RESPONDENT WAS DISSATISFIED WITH WEBSITE (SCORES OF 1-2), ASK:

- 34. Why were you not satisfied with the quality of the service you received through the website (s)? (USE PLURAL IF APPROPRIATE). (DO NOT READ LIST; ACCEPT ALL THAT APPLY)

You couldn't find the information you needed.  
The website(s) was difficult to navigate.  
The website(s) was not accessible/system was down/crashing.  
Other (specify) \_\_\_\_\_

### **Email Service**

Earlier you mentioned that you contacted the Canada Business Network by email to obtain information or service.

Please tell me how much you agree or disagree with the following statements about the email service you received during the last six months, using a 5-point scale, where '1' is strongly disagree, and '5' is strongly agree. If something does not apply to you, please say so. (ROTATE LIST; REPEAT INSTRUCTIONS AS NEEDED; RECORD SEPARATELY 'DOES NOT APPLY' AND 'DON'T KNOW')

- 35. It was easy to find the email address.
- 36. You waited a reasonable amount of time before receiving a response.
- 37. You were able to get the information you needed.
- 38. You feel confident that your privacy was fully protected.
  
- 39. How satisfied were you with the overall quality of service you received when contacting the Canada Business Network by email in the last six months? Please use a 5-point scale, where '1' is very dissatisfied, and '5' is very satisfied.



IF RESPONDENT WAS DISSATISFIED WITH SERVICE (SCORES OF 1-2), ASK:

40. Why were you **not** satisfied with the quality of service you received? (DO NOT READ LIST; ACCEPT ALL THAT APPLY)

- No one responded to my email.
- It took too long to receive a response.
- The response I got back by email did not answer my questions.
- You were given incorrect information.
- You received conflicting information/advice from different people/sources.
- The email response was inaccurate
- The referral given was not useful.
- Other (specify) \_\_\_\_\_

**Office/In Person Service**

Earlier you mentioned that you visited a Canada Business Network office to obtain information or service.

Please tell me how much you agree or disagree with the following statements about your visit(s) to the office during the last six months, using a 5-point scale, where '1' is strongly disagree, and '5' is strongly agree. If something does not apply to you, please say so. (ROTATE LIST; REPEAT INSTRUCTIONS AS NEEDED; RECORD SEPARATELY 'DOES NOT APPLY' AND 'DON'T KNOW') (USE PLURAL IF APPROPRIATE)

- 41. You waited a reasonable amount of time before getting service.
- 42. If you had an appointment, you were seen on time.
- 43. You were able to get the information you needed.
- 44. The hours of service were convenient.
- 45. The office was conveniently located.
- 46. It was easy to find the address of the office (i.e. where it is located in the community).
- 47. How satisfied were you with the overall quality of service you received at the Canada Business Network office in the last six months? Please use a 5-point scale, where '1' is very dissatisfied, and '5' is very satisfied.

IF RESPONDENT WAS DISSATISFIED WITH SERVICE (SCORES OF 1-2), ASK:

48. Why were you **not** satisfied with the quality of service you received? (DO NOT READ LIST; ACCEPT ALL THAT APPLY)

- You were given incorrect information.
- You received conflicting information/advice from different people/sources.
- No one took time to explain things to you.
- Your appointment was not on time.
- You had to wait in line too long to receive service.
- Information officers were not helpful.
- The referral given was not useful.
- Other (specify) \_\_\_\_\_



#### SECTION 4: CANADA BUSINESS NETWORK INFORMATION

QUESTIONS IN THIS SECTION WILL BE ASKED OF EVERYONE.

49. What type of information did you try to obtain from the Canada Business Network in the past six months? (DO NOT READ LIST; ACCEPT ALL THAT APPLY)

\*Obtained no information

Information on financing a business

Information on how to start a business

Information on how to expand/grow a business

Business sector information

Information on how to market/promote your products/services

Information on how to export

Information on e-commerce

Information on taxation

Other government information (e.g. acts and regulations, programs and services)

Contacts/sources for associations

Contacts/sources for government

Other (specify) \_\_\_\_\_

\*IF RESPONDENT OBTAINED NO INFORMATION, GO TO Q60.

50. Thinking about your use of the Canada Business Network services over the past six months, did you generally find all of the information you were looking for, most of it, some of it, or none of the information?

ASK IF RESPONDENT DID **NOT** FIND ALL OF THE INFORMATION AT Q50:

51. What type of information were you not able to obtain? (DO NOT READ LIST; ACCEPT ALL THAT APPLY)

Information on financing a business

Information on how to start a business

Information on how to expand/grow a business

Business sector information

Information on how to market/promote your products/services

Information on how to export

Information on e-commerce

Information on taxation

Other government information (e.g. acts and regulations, programs and services)

Contacts/sources for associations

Contacts/sources for government

Other (specify) \_\_\_\_\_

IF FOUND **NONE** OF THE INFORMATION AT Q50, GO TO Q60.

52. Would you say the information you received from the Canada Business Network exceeded your expectations, met your expectations, or fell short of your expectations?



53. Have you used the information you received?

|     |   |
|-----|---|
| Yes | 1 |
| No  | 2 |

IF NO, ASK.

54. Do you plan to use the information in future?

|     |   |
|-----|---|
| Yes | 1 |
| No  | 2 |

Overall, how satisfied were you with the following aspects of the information you received? Please use a 5-point scale, where '1' is very dissatisfied, and '5' is very satisfied. (ROTATE LIST; REPEAT INSTRUCTIONS AS NEEDED; RECORD SEPARATELY 'DOES NOT APPLY' AND 'DON'T KNOW').

55. The accuracy of the information.

56. The currency of the information (i.e. up-to-date).

57. The relevance of the information to your needs.

58. Your ease of access to the information.

59. The extent to which the information you received was clear and easy to understand.

60. What is your preferred way of receiving business related information from government? (READ LIST; ACCEPT ONE RESPONSE)

|                              |   |
|------------------------------|---|
| Telephone                    | 1 |
| Email                        | 2 |
| In person                    | 3 |
| Website                      | 4 |
| Mail/fax                     | 5 |
| No preference                | 6 |
| Other. Please specify: _____ |   |

Not interested in information from CBN (VOLUNTEERED)

## SECTION 5: CANADA BUSINESS NETWORK PRODUCTS/SERVICES

61. Which of the following Canada Business Network products or services have you used in the past six months? (READ LIST; ACCEPT MULTIPLE RESPONSES)

Printed materials, such as brochures or publications.

Customized reports.

Information packages (NOTE: A VARIETY OF INFORMATION PRODUCTS, INCLUDING BROCHURES, PUBLICATIONS, RESEARCH REPORTS ON VARIOUS TOPICS PROVIDED IN RESPONSE TO A SPECIFIC REQUEST).

\*The Interactive Business Planner on the Internet ([www.cbnc.org/ibp](http://www.cbnc.org/ibp)) (NOTE: HELPS YOU PREPARE A 3-YEAR BUSINESS PLAN FOR A NEW OR EXISTING BUSINESS, USING A QUESTION AND ANSWER FORMAT).



\*The Business Start-Up Assistant on the Internet ([bsa.cbasc.org](http://bsa.cbasc.org)) (NOTE: PROVIDES LINKS TO INFORMATION ABOUT STARTING A BUSINESS IN CANADA, ORGANIZED BY TOPIC AND PROVINCE AND TERRITORY).

Personal assistance from a contact centre information agent/research services.

Research Library (NOTE: INCLUDES DIRECTORIES, VIDEOS, BUSINESS MANUALS, MAGAZINES, DATABASE/CD-ROMS, VIDEOS OR USE OF THE COMPUTERS IN THE SERVICE CENTRES).

\*IF RESPONDENT DID NOT VISIT THE CANADA BUSINESS WEBSITE, DO NOT ASK ABOUT THESE TWO PRODUCTS/SERVICES.

For each of the products or services that you have used, how satisfied were you with its overall quality? Please use a 5-point scale, where '1' is very dissatisfied, and '5' is very satisfied. How about...? (READ LIST; INCLUDE ONLY ITEMS THAT THE RESPONDENT HAS USED [IDENTIFIED IN PREVIOUS QUESTION])

62. Printed materials, such as brochures or publications.

63. Customized reports.

64. Information packages (NOTE: A VARIETY OF INFORMATION PRODUCTS, INCLUDING BROCHURES, PUBLICATIONS, RESEARCH REPORTS ON VARIOUS TOPICS PROVIDED IN RESPONSE TO A SPECIFIC REQUEST).

65. The Interactive Business Planner on the Internet ([www.cbasc.org/ibp](http://www.cbasc.org/ibp)) (NOTE: HELPS YOU PREPARE A 3-YEAR BUSINESS PLAN FOR A NEW OR EXISTING BUSINESS, USING A QUESTION AND ANSWER FORMAT).

66. The Business Start-Up Assistant on the Internet ([bsa.cbasc.org](http://bsa.cbasc.org)) (NOTE: PROVIDES LINKS TO INFORMATION ABOUT STARTING A BUSINESS IN CANADA, ORGANIZED BY TOPIC AND PROVINCE AND TERRITORY).

67. Personal assistance from a contact centre information agent/research services.

68. Research Library (NOTE: INCLUDES DIRECTORIES, VIDEOS, BUSINESS MANUALS, MAGAZINES, DATABASE/CD-ROMS, VIDEOS OR USE OF THE COMPUTERS IN THE SERVICE CENTRES).

69. Were you referred to any organization or person to obtain some of the information you were looking for?

|     |   |             |
|-----|---|-------------|
| Yes | 1 |             |
| No  | 2 | (GO TO Q73) |

70. Did you contact this organization or person?

|                         |   |             |
|-------------------------|---|-------------|
| Yes                     | 1 |             |
| No, but I intend to     | 2 | (GO TO Q73) |
| No, no plans to contact | 3 | (GO TO Q73) |

71. Overall, how satisfied were you with the quality of the referral? Please use a 5-point scale, where '1' is very dissatisfied, and '5' is very satisfied.

72. And how would you rate the usefulness of the information you obtained from the referral? Please use a 5-point scale, where '1' means it was not at all useful, and '5' means it was very useful.

73. Did the information or service you received from Canada Business during the past six months help you in any of the following areas? (READ/DO NOT ROTATE LIST; ACCEPT ALL THAT APPLY).

To start a business  
To expand or grow a business  
For business or financial planning  
To obtain research or general information for your business  
None of the above

74. If you could offer one suggestion to improve the quality of service you received from the Canada Business Network, what would that be? (DO NOT READ LIST; ACCEPT ALL THAT APPLY).

Faster service  
More staff  
Get rid of voice message systems  
Make it easier to get through by phone  
Have more convenient hours of service at offices  
Better trained/more knowledgeable staff  
Other (specify) \_\_\_\_\_

#### SECTION 4: CLIENT PROFILE

I have a few last questions for background and statistical purposes. Please remember that your responses to these and other questions will be kept confidential.

75. Did you contact the Canada Business Network on behalf of an existing business or about a potential start-up?

|                    |   |           |
|--------------------|---|-----------|
| Existing business  | 1 |           |
| Potential start-up | 2 | GO TO Q78 |
| Neither            | 3 | GO TO Q79 |

IF EXISTING BUSINESS, ASK:

76. How long has your business been in operation? [READ LIST]

Less than one year  
1-2 years  
3-5 years  
6-10 years  
Over 10 years

77. How many full-time employees work for your business in Canada? Please include part-time staff as the number of full-time equivalents (READ LIST IF USEFUL; E.G. TWO HALF-TIME EMPLOYEES EQUALS ONE FULL-TIME EMPLOYEE)



Under 5  
5-19  
20-49  
50-99  
100-199  
200-499  
500 and over

78. In which industry or sector does [FOR POTENTIAL START-UPS: WILL] your business operate? If you are [FOR POTENTIAL START-UPS: INTEND TO BE] active in more than one sector, please identify the main sector. [DO NOT READ LIST; ACCEPT ONE ONLY]

Accommodation and Food Services  
Administrative & Support, Waste Management and Remediation Services  
Agriculture, Forestry, Fishing and Hunting  
Arts, Entertainment and Recreation  
Construction  
Educational Services  
Finance and Insurance  
Health Care and Social Assistance  
Information and Cultural Industries  
Management of Companies and Enterprises  
Manufacturing  
Mining and Oil and Gas Extraction  
Other Services (except Public Administration)  
Professional, Scientific and Technical Services  
Public Administration  
Real Estate and Rental and Leasing  
Registered charity  
Retail Trade  
Transportation and Warehousing  
Utilities  
Wholesale Trade  
Other. Please specify: \_\_\_\_\_

79. In which of the following age categories do you belong? [READ LIST]

18-24  
25-34  
35-44  
45-54  
55-64  
65 or more  
Prefer not to say

80. What is the highest level of education you have completed? [READ LIST]

Some or completed elementary school  
Some or completed high school

Some or completed technical school/community college/CEGEP

Some university

University undergraduate degree

Post-graduate degree

Prefer not to say

**Record by observation/database:**

- Province (ask province question in online survey at end of survey)



**Entreprises Canada**  
**Sondage sur la satisfaction des clients**  
**Version téléphonique**

*Version finale : 11 decembre 2006*

Bonjour Madame/Monsieur. Puis-je parler à \_\_\_\_\_? (INSÉRER LE NOM DU RÉPONDANT D'APRÈS LA LISTE)

- ☐ SI LA PERSONNE EST DISPONIBLE, CONTINUER.
- ☐ SI ELLE N'EST PAS DISPONIBLE, FIXER LE MOMENT D'UN RAPPEL OU OBTENIR UN AUTRE NUMÉRO OÙ ON PEUT LA REJOINDRE.

Bonjour. Je m'appelle \_\_\_\_\_ et je vous téléphone de la part de Phoenix, une maison de recherche sur l'opinion publique. Dernièrement, vous avez communiqué avec le Réseau Entreprises Canada, également appelé [INSÉRER LE NOM UTILISÉ DANS LA PROVINCE OU LE TERRITOIRE], pour demander des renseignements ou un service, et vous avez accepté de prendre part à un bref sondage que nous effectuons pour le Réseau. Il s'agit d'établir votre niveau de satisfaction touchant le service que vous avez reçu. Le présent sondage est enregistré auprès du système national d'enregistrement des sondages.

Vous êtes tout à fait libre de participer ou non à cette recherche et ce choix ne se répercutera pas sur vos relations avec le gouvernement du Canada. Vos réponses à nos questions vont aider le gouvernement à améliorer les services qu'il vous offre par l'intermédiaire du Réseau Entreprises Canada. Les renseignements que vous fournirez ne seront utilisés qu'à des fins de recherche et seront traités conformément aux dispositions des lois pertinentes en matière de protection des renseignements personnels.

Acceptez-vous toujours de participer à notre sondage? Nous pouvons le faire dès maintenant ou à un moment qui vous serait plus propice.

- [ ] Oui, maintenant (CONTINUER)
- [ ] Oui, plus tard (Fixer date et heure : Date :                      Heure :
- [ ] Refus (REMERCIER ET METTRE FIN À L'ENTRETIEN)

---

**NOTES POUR L'ENQUÊTEUR/LA PROGRAMMATION :**

DURÉE DU SONDAGE : SI LE RÉPONDANT VEUT CONNAÎTRE LA DURÉE DU SONDAGE, LUI DIRE QU'ELLE NE DÉPASSERA PAS 15 MINUTES MAIS QU'ELLE PEUT DÉPENDRE DE LA QUANTITÉ D'INTERACTIONS DU RÉPONDANT AVEC LE RÉSEAU ENTREPRISES CANADA.

VALIDITÉ DE LA RECHERCHE : SI LE RÉPONDANT S'INTERROGE SUR LA VALIDITÉ DE LA RECHERCHE, L'INVITER À 1) S'INFORMER AUPRÈS DU SYSTÈME D'ENREGISTREMENT DES SONDAGES 1-800-554-9996 OU 2) TÉLÉPHONER À NORMAND LAFRAMBOISE DU GOUVERNEMENT DU CANADA AU 1-613-947-2596 (OU FAIRE EN SORTE QUE NORMAND RAPPELLE LE RÉPONDANT).

**SYSTÈME D'ENREGISTREMENT DES SONDAGES :** SI LE RÉPONDANT DEMANDE CE QU'EST LE SYSTÈME NATIONAL D'ENREGISTREMENT DES SONDAGES, LUI DIRE :

Le système d'enregistrement a été créé par le secteur de la recherche par sondage afin de permettre au public de vérifier la légitimité d'un sondage, de se renseigner sur le secteur ou de déposer une plainte. Le numéro de téléphone sans frais du système d'enregistrement est le 1-800-554-9996.

**UTILISATEURS DE CANAUX MULTIPLES :** SI LE RÉPONDANT A UTILISÉ PLUSIEURS CANAUX (P. EX. TÉLÉPHONE, VISITE EN PERSONNE, INTERNET, ETC.), IL NE REMPLIRA LE MODULE COMPLET QUE D'UN SEUL CANAL. IL S'AGIRA ALORS DU CANAL QUE CE RÉPONDANT A UTILISÉ POUR SA TRANSACTION LA PLUS RÉCENTE (Q3).

**RÉSEAU ENTREPRISES CANADA :** ENTREPRISES CANADA, ÉGALEMENT CONNU SOUS LE NOM DE [INSÉRER LE NOM UTILISÉ DANS LA PROVINCE OU LE TERRITOIRE\*], EST UN SERVICE D'INFORMATION DU GOUVERNEMENT À L'INTENTION DES ENTREPRISES ET DES NOUVEAUX ENTREPRENEURS AU CANADA. LE MANDAT D'ENTREPRISES CANADA EST D'ÊTRE LA PRINCIPALE SOURCE DE RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX PRÉCIS ET À JOUR, ET DE FOURNIR GRATUITEMENT L'AIGUILLAGE PAR RAPPORT AUX PROGRAMMES, AUX SERVICES ET AUX RÈGLEMENTS GOUVERNEMENTAUX, ET CE, DANS TOUTES LES RÉGIONS DU CANADA. LE RÉSEAU ENTREPRISES CANADA FONCTIONNE EN VERTU DE TOUTE UNE GAMME D'ENTENTES DE COLLABORATION AVEC LES GOUVERNEMENTS PROVINCIAUX ET TERRITORIAUX DE MÊME, DANS CERTAINS CAS, QU'AVEC DES ORGANISATIONS SANS BUT LUCRATIF.

\*Centre de service aux entreprises Canada-Ontario  
Centre de service aux entreprises Canada-Manitoba  
Centre de service aux entreprises Canada-Saskatchewan  
Centre de service aux entreprises Canada-Alberta ou Liaison Entreprises  
Centre de service aux entreprises Canada-Colombie-Britannique ou Petites entreprises C.-B.  
Centre de service aux entreprises Canada-Terre-Neuve-et-Labrador  
Centre de service aux entreprises Canada-Nouvelle-Écosse  
Centre de service aux entreprises Canada-Nouveau-Brunswick  
Centre de service aux entreprises Canada-Île-du-Prince-Édouard  
Info entrepreneurs ou Ressources Entreprises (ville de Québec)  
Centre de service aux entreprises Canada-Yukon  
Centre de service aux entreprises Canada-Nunavut  
Centre de service aux entreprises Canada-Territoires du Nord-Ouest

**PÉRIODE À L'ÉTUDE :** LE SONDAGE PORTE SUR LE SERVICE REÇU AU COURS DES SIX DERNIERS MOIS. IL FAUT QUE CE SOIT CLAIR POUR LES RÉPONDANTS MAIS SANS QU'IL SOIT NÉCESSAIRE DE LE RÉPÉTER À SATIÉTÉ. LE REDIRE AU BESOIN. SI LE RÉPONDANT A COMMUNIQUÉ AVEC ENTREPRISES CANADA PLUS D'UNE FOIS DANS LES SIX DERNIERS MOIS, L'ÉVALUATION PORTERA SUR L'ENSEMBLE DU SERVICE REÇU (I.E. EN MOYENNE).

## SECTION 1 : INTERACTIONS TOUCHANT LE SERVICE

1. Avant de commencer, pouvez-vous me confirmer que vous avez communiqué avec le Réseau Entreprises Canada pour obtenir des renseignements ou un service au cours des six derniers mois?

|     |   |                                 |
|-----|---|---------------------------------|
| Oui | 1 | CONTINUER                       |
| Non | 2 | REMERCIER/TERMINER L'ENTRETIEN* |

\*VOUS ASSURER AUPARAVANT QUE LE RÉPONDANT N'A VRAIMENT PAS UTILISÉ LE RÉSEAU ENTREPRISES CANADA. VÉRIFIER LA QUESTION D'IDENTITÉ (IL PEUT Y AVOIR CONFUSION SUR L'IDENTITÉ DU FOURNISSEUR DE SERVICE PARMI LES RÉPONDANTS).

2. Par lequel des moyens suivants avez-vous communiqué avec le Réseau Entreprises Canada au cours des six derniers mois? L'avez-vous fait...? (LIRE LA LISTE; ACCEPTER



TOUTE RÉPONSE PERTINENTE)

Par téléphone.  
Par la poste ou par télécopieur.  
Par courriel.  
En personne dans un bureau  
En consultant son site Web

3. Combien de fois au cours des six derniers mois avez-vous...? (DEMANDER SÉPARÉMENT POUR CHAQUE CANAL DE SERVICE UTILISÉ PAR LE RÉPONDANT)

- ...communiqué avec le Réseau Entreprises Canada par téléphone? Inscrire le chiffre : \_\_\_\_\_
- ...communiqué avec le Réseau Entreprises Canada par la poste ou par télécopieur? Inscrire le chiffre : \_\_\_\_\_
- ...communiqué avec le Réseau Entreprises Canada par courriel? Inscrire le chiffre : \_\_\_\_\_
- ...visité un bureau? Inscrire le chiffre : \_\_\_\_\_
- ...consulté son site Web? Inscrire le chiffre : \_\_\_\_\_

POSER LA PROCHAINE QUESTION SI LE RÉPONDANT A UTILISÉ PLUS D'UN CANAL DE SERVICE À Q2 :

4. En ce qui concerne votre interaction la plus récente avec le Réseau Entreprises Canada, quel a été votre moyen de communication? (LIRE LA LISTE, AU BESOIN. LA LISTE NE DOIT COMPRENDRE QUE LES CANAUX QUE LE RÉPONDANT A MENTIONNÉS À Q2)

Par téléphone.  
Par la poste ou par télécopieur.  
Par courriel.  
En personne dans un bureau  
En consultant son site Web

## SECTION 2 : SATISFACTION DES CLIENTS, DANS L'ENSEMBLE

En ce qui concerne le service que vous avez reçu du Réseau Entreprises Canada au cours des six derniers mois, dites-moi, s'il vous plaît, dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants. Veuillez répondre selon une échelle de cinq points où '1' signifie fermement en désaccord, '5', fermement d'accord et '3', ni d'accord ni en désaccord. S'il y a quoi que ce soit qui est sans objet pour vous, veuillez simplement le dire. (FAIRE UNE ROTATION; RÉPÉTER LES DIRECTIVES AU BESOIN; INSCRIRE SÉPARÉMENT LES RÉPONSES 'SANS OBJET' ET 'JE NE SAIS PAS')

5. Le personnel était renseigné et compétent.\*
6. Le personnel a été courtois.\*
7. **On vous a traité de manière équitable.\***
8. Le personnel a été sensible à vos besoins.\*
9. Le personnel a fait le nécessaire pour que vous obteniez ce dont vous aviez besoin.\*
10. On vous a servi dans la langue officielle de votre choix (i.e. l'anglais ou le français).
11. On vous a informé de tout ce que vous deviez faire pour obtenir le service.



12. Vous êtes satisfait du temps qu'il a fallu pour obtenir le service.
13. Vous êtes satisfait de la facilité d'accès au service.
14. Le personnel vous a donné ce dont vous aviez besoin ou vous a orienté vers des personnes capables de vous aider.\*

\*PAS DEMANDÉ A CEUX/CELLES QUI ONT SEULEMENT VISITÉ LE SITE WEB.

15. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait **dans l'ensemble** de la qualité du service que vous avez reçu du Réseau Entreprises Canada dans les six derniers mois? Veuillez répondre selon une échelle de cinq points où '1' signifie très insatisfait, '5', très satisfait et '3', ni satisfait ni insatisfait.

16. Avez-vous fini par obtenir ce dont vous aviez besoin? (LIRE LES OPTIONS)

|           |   |
|-----------|---|
| Oui       | 1 |
| Non, ou   | 2 |
| En partie | 3 |

17. Au cours des six derniers mois, y a-t-il eu des problèmes touchant le service que vous avez reçu du Réseau Entreprises Canada?

|     |   |
|-----|---|
| Oui | 1 |
| Non | 2 |

SI C'EST OUI, DEMANDER :

18. Quels problèmes avez-vous éprouvés? Y en a-t-il d'autres? (NE PAS LIRE LA LISTE; ACCEPTER TOUTE RÉPONSE PERTINENTE)

Vous n'avez pas su où obtenir de l'information.

On vous a renvoyé d'une personne à l'autre.

On vous a donné des renseignements inexacts.

Vous avez reçu des renseignements/conseils contradictoires de diverses personnes/sources.

Personne n'a pris le temps de vous donner des explications.

Les lignes téléphoniques étaient toujours occupées.

Vous avez dû parcourir une trop longue distance pour aller au centre de service.

Le ou les sites Web n'étaient pas accessibles/le système était défectueux/en panne.

Autre réponse (préciser) \_\_\_\_\_

### **SECTION 3 : SATISFACTION QUANT AUX CANAUX DE PRESTATION DU SERVICE**

POSER LES QUESTIONS DE CETTE SECTION À CEUX QUI ONT UTILISÉ DES CANAUX PARTICULIERS POUR LA PRESTATION DU SERVICE. VOIR LES DIRECTIVES DE PROGRAMMATION DE LA PREMIÈRE PAGE.

#### **Le service téléphonique**



Vous avez dit tout à l'heure avoir téléphoné au Réseau Entreprises Canada pour obtenir des renseignements ou un service.

Dites-moi s'il vous plaît dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants au sujet de votre ou de vos appels téléphoniques au Réseau Entreprises Canada dans les six derniers mois, selon une échelle de cinq points où '1' signifie fermement en désaccord et '5', fermement d'accord. S'il y a quoi que ce soit qui est sans objet pour vous, veuillez le dire. (FAIRE UNE ROTATION; RÉPÉTER LES DIRECTIVES AU BESOIN; INSCRIRE SÉPARÉMENT LES RÉPONSES 'SANS OBJET' ET 'JE NE SAIS PAS').

19. Il vous a été facile de trouver le numéro de téléphone.
20. Le système téléphonique automatisé a été facile à utiliser.
21. Les heures de service vous convenaient.
22. Vous avez pu rejoindre un agent sans difficulté.
23. Vous avez pu obtenir l'information dont vous aviez besoin.
  
24. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait dans l'ensemble de la qualité du service que vous avez reçu lors de votre ou de vos appels téléphoniques au Réseau Entreprises Canada au cours des six derniers mois? Veuillez répondre selon une échelle de cinq points où '1' signifie très insatisfait et '5', très satisfait.

SI LE RÉPONDANT EST INSATISFAIT DU SERVICE (NOTES DE 1-2), DEMANDER :

25. Pourquoi n'êtes-vous pas satisfait de la qualité du service que vous avez reçu? (NE PAS LIRE LA LISTE; ACCEPTER TOUTE RÉPONSE PERTINENTE)

On vous a renvoyé d'une personne à l'autre.  
On vous a donné des renseignements inexacts.  
Vous avez reçu des renseignements/conseils contradictoires de diverses personnes/sources.  
Personne n'a pris le temps de vous donner des explications.  
La direction qu'on vous a offert n'a pas été utile.  
Les lignes téléphoniques étaient toujours occupées.  
Autre réponse (préciser) \_\_\_\_\_

**Le site Web**

Vous avez dit tout à l'heure avoir consulté le site Web d'Entreprises Canada pour obtenir des renseignements ou un service dans les six derniers mois.

26. Vous rappelez-vous quel site Web d'Entreprises Canada vous avez consulté pour obtenir des renseignements ou un service? (LIRE LA LISTE; ACCEPTER LES RÉPONSES MULTIPLES)

Le site Web national ([www.entreprisescanada.ic.gc.ca](http://www.entreprisescanada.ic.gc.ca))  
Un site Web provincial/territorial\*  
Les deux  
Incertain

\*ENQUÊTEUR : IL Y A 13 SITES WEB PROVINCIAUX/TERRITORIAUX.

1. Centre de service aux entreprises Canada – Ontario
2. Centre de service aux entreprises Canada – Manitoba
3. Centre de service aux entreprises Canada – Saskatchewan
4. Centre de service aux entreprises Canada – Alberta (Liaison Entreprises)
5. Centre de service aux entreprises Canada – Colombie-Britannique (Petites entreprises C.-B.)
6. Centre de service aux entreprises Canada – Terre-Neuve-et-Labrador
7. Centre de service aux entreprises Canada – Nouvelle-Écosse
8. Centre de service aux entreprises Canada – Nouveau-Brunswick
9. Centre de service aux entreprises Canada – Île-du-Prince-Édouard
10. Info entrepreneurs ou Ressources Entreprises (ville de Québec)
11. Centre de service aux entreprises Canada – Yukon
12. Centre de service aux entreprises Canada – Nunavut
13. Centre de service aux entreprises Canada – Territoires du Nord-ouest

Pensez à votre utilisation de site(s) web Nationaux et/ou provinciaux d'Entreprises Canada au cours des derniers six mois, dites-moi s'il vous plaît dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants, selon une échelle de cinq points où '1' signifie fermement en désaccord et '5', fermement d'accord. S'il y a quoi que ce soit qui est sans objet pour vous, veuillez le dire. (FAIRE UNE ROTATION; RÉPÉTER LES DIRECTIVES AU BESOIN; INSCRIRE SÉPARÉMENT LES RÉPONSES 'SANS OBJET' ET 'JE NE SAIS PAS') (UTILISER LE PLURIEL, S'IL Y A LIEU).

27. Il vous a été facile de trouver l'adresse du site Web.
28. Il vous a été facile de trouver ce que vous cherchiez.
29. Le site était visuellement agréable.
30. Le site renfermait les renseignements dont vous aviez besoin.
31. Vous êtes persuadé de la protection pleine et entière de vos renseignements personnels sur le site.
32. Je recommanderais le site à un collègue ou un ami.
33. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait dans l'ensemble de la qualité du service que vous avez reçu au moyen du ou des sites Web au cours des six derniers mois? Veuillez répondre selon une échelle de cinq points où '1' signifie très insatisfait et '5', très satisfait. (UTILISER LE PLURIEL, S'IL Y A LIEU).

SI LE RÉPONDANT EST INSATISFAIT DU SITE WEB (NOTES DE 1-2), DEMANDER :

34. Pourquoi n'êtes-vous pas satisfait de la qualité du service que vous avez reçu au moyen du ou des sites Web? (UTILISER LE PLURIEL, S'IL Y A LIEU). (NE PAS LIRE LA LISTE; ACCEPTER TOUTE RÉPONSE PERTINENTE)

Vous n'avez pas pu trouver les renseignements dont vous aviez besoin.

La navigation dans le ou les sites Web était difficile.

Le ou les sites Web n'étaient pas accessibles/le système était défectueux/en panne.

Autre réponse (préciser) \_\_\_\_\_

#### **Le service de courriel**



Vous avez dit tout à l'heure avoir communiqué avec le Réseau Entreprises Canada par courriel pour obtenir des renseignements ou un service.

Dites-moi s'il vous plaît dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants au sujet du service de courriel que vous avez reçu dans les six derniers mois, selon une échelle de cinq points où '1' signifie fermement en désaccord et '5', fermement d'accord. S'il y a quoi que ce soit qui est sans objet pour vous, veuillez le dire. (FAIRE UNE ROTATION; RÉPÉTER LES DIRECTIVES AU BESOIN; INSCRIRE SÉPARÉMENT LES RÉPONSES 'SANS OBJET' ET 'JE NE SAIS PAS')

- 35. Il vous a été facile de trouver l'adresse courriel.
- 36. Le délai avant de recevoir une réponse a été raisonnable.
- 37. Vous avez pu obtenir les renseignements dont vous aviez besoin.
- 38. Vous êtes persuadé de la protection pleine et entière de vos renseignements personnels.
- 39. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait dans l'ensemble de la qualité du service que vous avez reçu lorsque vous avez communiqué avec le Réseau Entreprises Canada par courriel au cours des six derniers mois? Veuillez répondre selon une échelle de cinq points où '1' signifie très insatisfait et '5', très satisfait.

SI LE RÉPONDANT EST INSATISFAIT DU SERVICE (NOTES DE 1-2), DEMANDER :

- 40. Pourquoi n'êtes-vous **pas** satisfait de la qualité du service que vous avez reçu? (NE PAS LIRE LA LISTE; ACCEPTER TOUTE RÉPONSE PERTINENTE)

Personne n'a répondu à votre courriel.  
Vous avez attendu trop longtemps avant de recevoir une réponse.  
La réponse que vous avez reçue par courriel ne répondait pas à vos questions.  
On vous a donné des renseignements inexacts.  
Vous avez reçu des renseignements/conseils contradictoires de diverses personnes/sources.  
La réponse par courriel était inexacte  
L'aiguillage qu'on vous a offert n'a pas été utile.  
Autre réponse (préciser) \_\_\_\_\_

**Le service au bureau/en personne**

Vous avez dit tout à l'heure être allé dans un bureau du Réseau Entreprises Canada pour obtenir des renseignements ou un service.

Dites-moi s'il vous plaît dans quelle mesure vous êtes d'accord ou en désaccord avec les énoncés suivants au sujet de votre ou de vos visites dans un bureau au cours des six derniers mois, selon une échelle de cinq points où '1' signifie fermement en désaccord et '5', fermement d'accord. S'il y a quoi que ce soit qui est sans objet pour vous, veuillez le dire. (FAIRE UNE ROTATION; RÉPÉTER LES DIRECTIVES AU BESOIN; INSCRIRE SÉPARÉMENT LES RÉPONSES 'SANS OBJET' ET 'JE NE SAIS PAS') (UTILISER LE PLURIEL, S'IL Y A LIEU)

- 41. Le délai avant de vous faire servir a été raisonnable.
- 42. Vous aviez un rendez-vous, on vous a reçu en temps opportun.



43. Vous avez pu obtenir les renseignements dont vous aviez besoin.  
44. Les heures de service vous convenaient.  
45. Le bureau était bien situé.  
46. Il vous a été facile de trouver l'adresse du bureau (i.e. l'endroit où il est situé dans la collectivité).  
47. Dans quelle mesure êtes-vous satisfait dans l'ensemble de la qualité du service que vous avez reçu au bureau du Réseau Entreprises Canada au cours des six derniers mois? Veuillez répondre selon une échelle de cinq points où '1' signifie très insatisfait et '5', très satisfait.

SI LE RÉPONDANT EST INSATISFAIT DU SERVICE (NOTES DE 1-2), DEMANDER :

48. Pourquoi n'êtes-vous **pas** satisfait de la qualité du service que vous avez reçu? (NE PAS LIRE LA LISTE; ACCEPTER TOUTE RÉPONSE PERTINENTE)

On vous a donné des renseignements inexacts.  
Vous avez reçu des renseignements/conseils contradictoires de diverses personnes/sources.  
Personne n'a pris le temps de vous donner des explications.  
On n'a pas respecté l'heure de votre rendez-vous.  
Vous avez dû attendre en file trop longtemps avant de vous faire servir.  
Les agents d'information n'ont pas été utiles.  
L'aiguillage qu'on vous a offert n'a pas été utile.  
Autre réponse (préciser) \_\_\_\_\_

**SECTION 4 : L'INFORMATION DU RÉSEAU ENTREPRISES CANADA**

POSER À CHACUN LES QUESTIONS DE CETTE SECTION.

49. Quelle sorte d'information avez-vous cherché à obtenir du Réseau Entreprises Canada au cours des six derniers mois? (NE PAS LIRE LA LISTE; ACCEPTER TOUTE RÉPONSE PERTINENTE)

\*Aucune information obtenue  
Information sur le financement d'une entreprise  
Information sur le démarrage d'une entreprise  
Information sur la façon d'élargir/de faire prospérer une entreprise  
Information sur le secteur des affaires  
Information sur la façon de commercialiser/promouvoir vos produits/services  
Information sur la façon d'exporter  
Information sur le commerce électronique  
Information sur la fiscalité  
Autre information gouvernementale (lois et règlements, programmes et services)  
Contacts/sources pour des associations  
Contacts/sources pour le gouvernement  
Autre réponse (préciser) \_\_\_\_\_

\*SI LE RÉPONDANT N'A PAS OBTENU D'INFORMATION, ALLER A LA QUESTION 60.



50. En ce qui concerne votre utilisation des services du Réseau Entreprises Canada au cours des six derniers mois, avez-vous de façon générale trouvé tous les renseignements que vous vouliez, la plupart d'entre eux, quelques-uns d'entre eux ou bien est-ce que vous n'en avez trouvé aucun?

DEMANDER SI LE RÉPONDANT N'A PAS TROUVÉ TOUT CE QU'IL VOULAIT À Q50 :

51. Quelle sorte d'information n'avez-vous pas pu obtenir? (NE PAS LIRE LA LISTE; ACCEPTER TOUTE RÉPONSE PERTINENTE)

Information sur le financement d'une entreprise  
Information sur le démarrage d'une entreprise  
Information sur la façon d'élargir/de faire prospérer une entreprise  
Information sur le secteur des affaires  
Information sur la façon de commercialiser/promouvoir vos produits/services  
Information sur la façon d'exporter  
Information sur le commerce électronique  
Information sur la fiscalité  
Autre information gouvernementale (lois et règlements, programmes et services)  
Contacts/sources pour des associations  
Contacts/sources pour le gouvernement  
Autre réponse (préciser) \_\_\_\_\_

SI LE RÉPONDANT N'A TROUVÉ AUCUN RENSEIGNEMENT À Q50, PASSER À Q60.

52. Diriez-vous que les renseignements que vous avez reçus du Réseau Entreprises Canada ont dépassé vos attentes, qu'ils ont répondu à vos attentes ou n'ont pas du tout répondu à vos attentes?

53. Avez-vous utilisé les renseignements que vous avez reçus?

|     |   |
|-----|---|
| Oui | 1 |
| Non | 2 |

SI C'EST NON, DEMANDER.

54. Prévoyez-vous utiliser ces renseignements plus tard?

|     |   |
|-----|---|
| Oui | 1 |
| Non | 2 |

Dans l'ensemble, dans quelle mesure êtes-vous satisfait des aspects suivants des renseignements que vous avez reçus? Veuillez répondre selon une échelle de cinq points où '1' signifie très insatisfait et '5', très satisfait. (FAIRE UNE ROTATION; RÉPÉTER LES DIRECTIVES AU BESOIN; INSCRIRE SÉPARÉMENT LES RÉPONSES 'SANS OBJET' ET 'JE NE SAIS PAS').

55. L'exactitude des renseignements.

56. Le caractère actuel (i.e. à jour) des renseignements.

57. La pertinence des renseignements compte tenu de vos besoins.

58. Votre facilité d'accès à l'information.
59. La mesure avec laquelle les renseignements que vous avez reçus étaient clairs et faciles à comprendre.
60. Quelle est votre manière préférée de recevoir de l'information d'affaires du gouvernement? (LIRE LA LISTE; ACCEPTER UNE SEULE RÉPONSE)

|  |   |
|--|---|
| Par téléphone                            | 1 |
| Par courriel                             | 2 |
| En personne                              | 3 |
| Dans un site Web                         | 4 |
| Par la poste/le télécopieur              | 5 |
| Aucune préférence                        | 6 |
| Autre réponse. Veuillez préciser : _____ |   |

Pas intéressé à recevoir de l'information du REC (RÉPONSE SPONTANÉE)

## SECTION 5 : LES PRODUITS ET SERVICES DU RÉSEAU ENTREPRISES CANADA

61. Quels sont, parmi les suivants, les produits ou services du Réseau Entreprises Canada que vous avez utilisés au cours des six derniers mois? (LIRE LA LISTE; ACCEPTER LES RÉPONSES MULTIPLES)

Documentation écrite, comme des dépliants ou des publications

Rapports sur mesure

Dossiers d'information (N.B.: TOUTE UNE GAMME DE PRODUITS D'INFORMATION DONT DES DÉPLIANTS, PUBLICATIONS, RAPPORTS DE RECHERCHE SUR DIVERS SUJETS EN RÉPONSE À UNE DEMANDE PARTICULIÈRE).

\*Le Plan d'affaires interactif disponible sur Internet ([www.cbasc.org/ibp](http://www.cbasc.org/ibp)) (N.B.: VOUS AIDE À DRESSER UN PLAN D'AFFAIRES TRIENNAL POUR UNE ENTREPRISE NOUVELLE OU EXISTANTE, SELON UN FORMAT DE QUESTIONS ET RÉPONSES).

\*Le Système d'aide au démarrage d'une entreprise disponible sur Internet ([bsa.cbasc.org](http://bsa.cbasc.org)) (N.B.: FOURNIT DES LIENS VERS DE L'INFORMATION SUR LE DÉMARRAGE D'UNE ENTREPRISE AU CANADA, ORGANISÉ PAR SUJET AINSI QUE PROVINCE ET TERRITOIRE).

Aide personnelle d'un agent d'information ou d'un service de recherche du centre avec lequel vous avez communiqué

Recherche documentaire (N.B.: COMPREND DES RÉPERTOIRES, VIDÉOS, MANUELS COMMERCIAUX, MAGAZINES, BASE DE DONNÉES/CD-ROM, VISIONNEMENT DE VIDÉOS OU UTILISATION D'ORDINATEURS DANS UN CENTRE DE SERVICE).

\*SI LE RÉPONDANT N'A PAS VISITÉ LE SITE RÉSEAU ENTREPRISES CANADA NE PAS DEMANDER AU SUJET DE CES DEUX PRODUITS/SERVICES.

Pour chaque produit ou service que vous avez utilisé, dans quelle mesure êtes-vous satisfait dans l'ensemble de sa qualité? Veuillez répondre selon une échelle de cinq points où '1' signifie très insatisfait et '5', très satisfait. Qu'en est-il de...? (LIRE LA LISTE; NE MENTIONNER QUE LES ARTICLES QUE LE RÉPONDANT A UTILISÉS [D'APRÈS LA QUESTION PRÉCÉDENTE])



62. Documentation écrite, comme des dépliants ou des publications
63. Rapports sur mesure
64. Dossiers d'information (N.B.: TOUTE UNE GAMME DE PRODUITS D'INFORMATION DONT DES DÉPLIANTS, PUBLICATIONS, RAPPORTS DE RECHERCHE SUR DIVERS SUJETS EN RÉPONSE À UNE DEMANDE PARTICULIÈRE).
65. Le Plan d'affaires interactif disponible sur Internet ([www.cbcs.org/ibp](http://www.cbcs.org/ibp)) (N.B.: VOUS AIDE À DRESSER UN PLAN D'AFFAIRES TRIENNAL POUR UNE ENTREPRISE NOUVELLE OU EXISTANTE, SELON UN FORMAT DE QUESTIONS ET RÉPONSES).
66. Le Système d'aide au démarrage d'une entreprise disponible sur Internet ([bsa.cbcs.org](http://bsa.cbcs.org)) (N.B.: FOURNIT DES LIENS VERS DE L'INFORMATION SUR LE DÉMARRAGE D'UNE ENTREPRISE AU CANADA, ORGANISÉ PAR SUJET AINSI QUE PROVINCE ET TERRITOIRE).
67. Aide personnelle d'un agent d'information ou d'un service de recherche du centre avec lequel vous avez communiqué
68. Recherche documentaire (N.B.: COMPREND DES RÉPERTOIRES, VIDÉOS, MANUELS COMMERCIAUX, MAGAZINES, BASE DE DONNÉES/CD-ROM, VISIONNEMENT DE VIDÉOS OU UTILISATION D'ORDINATEURS DANS UN CENTRE DE SERVICE).
69. Vous a-t-on dirigé vers une organisation ou quelqu'un en particulier pour obtenir quelques uns des renseignements que vous cherchiez?

|     |   |                |
|-----|---|----------------|
| Oui | 1 |                |
| Non | 2 | (PASSER À Q73) |

70. Avez-vous communiqué avec cette organisation ou cette personne?

|                               |   |                |
|-------------------------------|---|----------------|
| Oui                           | 1 |                |
| Non, mais je prévois le faire | 2 | (PASSER À Q73) |
| Non, et je ne le ferai pas    | 3 | (PASSER À Q73) |

71. Dans l'ensemble, dans quelle mesure êtes-vous satisfait de la qualité de l'aiguillage? Veuillez répondre selon une échelle de cinq points où '1' signifie très insatisfait et '5', très satisfait.
72. Et que pensez-vous de l'utilité des renseignements que vous avez obtenus par cet aiguillage? Veuillez répondre selon une échelle de cinq points où '1' signifie qu'ils n'ont pas du tout été utiles et '5', qu'ils ont été très utiles.
73. Les renseignements ou services que vous avez reçus d'Entreprises Canada au cours des six derniers mois vous ont-ils aidé dans l'un ou l'autre des domaines suivants? (LIRE/NE PAS FAIRE DE ROTATION; ACCEPTER TOUTE RÉPONSE PERTINENTE).
- Pour démarrer une entreprise
- Pour élargir ou faire prospérer une entreprise
- Pour planification commerciale ou financière
- Pour obtenir de la recherche ou des renseignements généraux pour votre entreprise
- Aucune des réponses précédentes

74. Si vous aviez une suggestion à faire pour améliorer la qualité du service que vous avez reçu du Réseau Entreprises Canada, quelle serait-elle? (NE PAS LIRE LA LISTE; ACCEPTER TOUTE RÉPONSE PERTINENTE).

Donner un service plus rapide  
Avoir davantage de personnel  
Se débarrasser des systèmes de boîte vocale  
Faciliter l'obtention de services au téléphone  
Offrir des heures de service plus commodes dans les bureaux  
Avoir du personnel mieux formé/plus renseigné  
Autre réponse (préciser) \_\_\_\_\_

## SECTION 6 : PROFIL DES CLIENTS

Il me reste quelques questions personnelles à des fins statistiques. Je vous rappelle que vos réponses à ces questions comme aux précédentes seront traitées de manière confidentielle.

75. Avez-vous communiqué avec le Réseau Entreprises Canada de la part d'une entreprise existante ou au sujet du démarrage possible d'une entreprise?

|                      |   |              |
|----------------------|---|--------------|
| Entreprise existante | 1 |              |
| Démarrage possible   | 2 | PASSER À Q78 |
| Aucune               | 3 | PASSER À Q79 |

SI C'EST UNE ENTREPRISE EXISTANTE, DEMANDER :

76. Depuis combien de temps votre entreprise fonctionne-t-elle? [LIRE LA LISTE]

Moins d'un an  
1-2 ans  
3-5 ans  
6-10 ans  
Plus de 10 ans

77. Combien d'employés à temps plein travaillent pour votre entreprise au Canada? Veuillez compter le personnel à temps partiel en nombre d'équivalents temps plein (LIRE LA LISTE. AU BESOIN; P. EX., DEUX EMPLOYÉS À TEMPS PARTIEL SONT L'ÉQUIVALENT D'UN EMPLOYÉ À TEMPS PLEIN)

Moins de 5  
5-19  
20-49  
50-99  
100-199  
200-499  
500 et plus

78. Dans quelle industrie ou quel secteur votre entreprise se situe-t-elle [POUR LES DÉMARRAGES POSSIBLES : VA-T-ELLE SE SITUER]? Si vous fonctionnez [POUR LES



DÉMARRAGES POSSIBLES : PRÉVOYEZ FONCTIONNER] dans plus d'un secteur, veuillez identifier le principal. [NE PAS LIRE LA LISTE; ACCEPTER UNE SEULE RÉPONSE]

Hébergement et services alimentaires  
Administration et soutien, gestion des déchets et récupération  
Agriculture, foresterie, pêche et chasse  
Arts, divertissement et loisirs  
Construction  
Services éducatifs  
Finances et assurances  
Soins de santé et aide sociale  
Information et culture  
Gestion de compagnies et d'entreprises  
Fabrication  
Mines, pétrole et gaz naturel  
Autres services (sauf administration publique)  
Services professionnels, scientifiques et techniques  
Administration publique  
Immobilier, location et achat-bail  
Organismes de charité enregistrés  
Commerce de détail  
Transports et entreposage  
Services publics  
Commerce de gros  
Autre. Veuillez préciser : \_\_\_\_\_

79. Dans quel groupe d'âges vous situez-vous, parmi les suivants? [LIRE LA LISTE]

18-24  
25-34  
35-44  
45-54  
55-64  
65 ou plus  
Je préfère ne pas répondre

80. Quel est le niveau de scolarité le plus élevé que vous avez atteint? [LIRE LA LISTE]

École primaire, terminée ou non  
École secondaire, terminée ou non  
École technique/collège communautaire/cégep, terminé ou non  
Un peu d'études universitaires  
Baccalauréat  
Diplôme d'études supérieures  
Je préfère ne pas répondre

**Inscrire d'après observation ou base de données :** Province (dans le sondage en ligne, poser la question sur la province à la fin du sondage)

**Industry Canada**  
**Canada Business Client Satisfaction Survey**

**Interstitial Page: Online Survey Version**

**Text for Survey Interstitial Page**

Canada Business wants to know what you think about its service! This survey will take just a few minutes of your time – and your feedback will help to ensure that the information and services we provide meet the needs of business people or entrepreneurs like you.

Your responses will be treated in complete confidence – no individuals or organizations will be identified in any way. Phoenix SPI, an independent research company, is conducting the research.

To offer your feedback, please select the “start survey” link below. When you do, the survey will open in a new browser window. The survey is located on a secure website outside of the Government of Canada. To return to the Canada Business site when you finish the survey, simply close the survey browser window.

Your participation in the survey is voluntary and will not affect any dealings you may have with the Government of Canada. All information collected will be used for research purposes only in accordance with the Government of Canada’s Privacy Act and other applicable laws designed to protect your privacy. More information about Canada Business’s privacy policy can be found in the [Important Notices](#) section of our website.

[Yes, I want to complete the survey: Start Survey](#)

[No, I’m not interested in completing the survey.](#)

English:

<http://production5.voxco.com/IntWeb.dll?IMODE=2&PROJECT=ELEMENTAL.CBUS&INTLANG=1>



**Industrie Canada**  
**Sondage sur la satisfaction des clients d'Entreprises Canada**

**Page interstitielle : Version électronique du sondage**

**Texte de la page interstitielle du sondage**

Entreprises Canada veut savoir ce que vous pensez de ses services! Vous ne devrez consacrer que quelques minutes à ce sondage – et vos commentaires contribueront à faire en sorte que les renseignements et services que nous offrons satisfont aux besoins des gens d'affaires et entrepreneurs comme vous.

Vos réponses seront traitées en toute confidentialité – les noms des personnes ou des organisations ne seront divulgués en aucun cas. Phoenix SPI, cabinet de recherche indépendant, se charge de la réalisation de l'étude.

Pour présenter vos commentaires, veuillez cliquer sur le lien « Commencer le sondage » ci-dessous. Le sondage apparaîtra ensuite dans une nouvelle fenêtre du navigateur. Le sondage fait partie d'un site Internet sécurisé situé à l'extérieur du gouvernement du Canada. Lorsque vous aurez terminé de répondre au questionnaire, il vous suffira de fermer la fenêtre du sondage pour revenir sur le site Entreprises Canada.

Vous êtes libre de participer ou non au sondage et votre décision à cet effet n'aura aucune incidence sur vos éventuelles relations avec le gouvernement du Canada. Tous les renseignements seront recueillis pour les besoins de l'étude exclusivement, en conformité avec les dispositions de la Loi sur la protection des renseignements personnels et des autres lois de même nature. Vous pouvez obtenir de plus amples renseignements au sujet de la politique d'Entreprises Canada en matière de protection des renseignements personnels dans la section [Avis importants](#) de notre site Internet.

[Oui, je désire compléter le sondage : Commencer le sondage](#)

[Non, je ne veux pas participer au sondage](#)

French:

<http://production5.voxco.com/IntWeb.dll?IMODE=2&PROJECT=ELEMENTAL.CBUSF&INTLANG=2>

**Canada Business / Entreprises Canada**  
**Client Satisfaction Survey / Sondage sur la satisfaction des clients**

**Email Invitation / Courriel d'invitation**

**From/De :** Phoenix SPI

**Subject/Objet :** Canada Business Client Satisfaction Survey / Sondage sur la satisfaction de la clientèle de Entreprises Canada

---

**La version française suit.**

Thank you for agreeing to participate in this short survey on the service provided by the Canada Business Network. You kindly agreed to take part when you were asked to do so during a recent phone call to the Canada Business Network or a visit to one of its service centres. Note that the Canada Business Network is known by different names in different parts of the country (see list below).

**Canada Business wants to know what you think about its service!**

By completing this survey, you will help to ensure that the information and services they provide meet the needs of business people or entrepreneurs like you. While participation is voluntary, your feedback is essential to the success of this service improvement initiative.

To participate, please click on the link below and enter the password provided. The survey should take no more than 15 minutes to complete. **We kindly ask that you complete the survey by January 5.**

Link to survey: [Enter access code]

Password: [Enter password]

Please be assured that your responses will be treated in confidence – no individuals or businesses will be identified in any way. Phoenix SPI, an independent research firm, is conducting this survey on behalf of the Canada Business Network. If you have any questions, please contact Philippe Azzie of Phoenix at 613-260-1700, ext. 222 or via email.

Once again, thank you for agreeing to take part in this survey. It is much appreciated.

Sincerely,

Stephen Kiar  
President  
Phoenix Strategic Perspectives Inc.



**The Canada Business Network includes:**

|  |  |
|--|--|
| Canada Ontario Business service centre                                   | Nova Scotia Business service centre  |
| Manitoba Business service centre   | New Brunswick Business service centre  |
| Saskatchewan Business service centre                                     | Prince Edward Island Business service centre   |
| Alberta – The Business Link or The Business Link Business service centre | Québec service centre or Info entrepreneurs / Ressources Entreprises (ville de Québec) |
| British Columbia service centre or Small Business BC                     | Yukon Business service centre  |
| Newfoundland and Labrador Business service centre                        | Nunavut Business service centre  |
|  | Northwest Territories Business service centre  |

\*\*\*\*\*

**English version precedes.**

Je vous remercie de bien vouloir participer à ce sondage éclair au sujet des services qu'offre le Réseau Entreprises Canada. Vous avez gentiment accepté d'y prendre part au cours d'une communication téléphonique récente avec Entreprises Canada ou lors d'une visite dans l'un des centres de service du Réseau. Il convient de signaler que l'on nomme le Réseau Entreprises Canada différemment dans les diverses régions du pays (voir la liste ci-dessous).

**Entreprises Canada veut savoir ce que vous pensez de ses services!**

Votre participation au sondage contribuera à faire en sorte que les renseignements et services offerts satisfont aux besoins des gens d'affaires et des entrepreneurs comme vous. Vous êtes tout à fait libre de participer ou non au sondage. Vos commentaires sont néanmoins essentiels à la réussite de cette initiative d'amélioration des services.

Pour participer, il suffit de cliquer sur le lien ci-dessous puis de saisir le mot de passe qui vous est attribué. Il vous faudra tout au plus une quinzaine de minutes pour remplir le questionnaire de sondage. **Nous vous saurions gré de remplir le questionnaire avant le 5 janvier.**

Lien vers le questionnaire : [Saisir le code d'accès]

Mot de passe : [Saisir le mot de passe]

Soyez sans crainte, vos réponses seront traitées en toute confidentialité – nous ne divulguons en aucun cas les noms des personnes ou des organisations. Le Réseau Entreprises Canada a chargé Phoenix SPI, cabinet de recherche indépendant, d'effectuer ce sondage pour son compte. Si vous avez des questions, veuillez communiquer avec Philippe Azzie, chez Phoenix, au (613) 260-1700, poste 222, ou à l'[adresse électronique](#).

Merci encore de bien vouloir participer au sondage. Nous vous en sommes très reconnaissants.

Recevez mes salutations les plus distinguées,

Le président,

Phoenix Strategic Perspectives Inc.,

Stephen Kiar

Réseau Entreprises Canada inclut :

Centre de service aux entreprises Canada-Ontario  
Centre de service aux entreprises Canada-Manitoba  
Centre de service aux entreprises Canada-Saskatchewan  
Centre de service aux entreprises Canada-Alberta ou Liaison Entreprises  
Centre de service aux entreprises Canada-Colombie-Britannique ou Petites entreprises C.-B.  
Centre de service aux entreprises Canada-Terre-Neuve-et-Labrador  
Centre de service aux entreprises Canada-Nouvelle-Écosse  
Centre de service aux entreprises Canada-Nouveau-Brunswick  
Centre de service aux entreprises Canada-Île-du-Prince-Édouard  
Info entrepreneurs ou Ressources Entreprises (ville de Québec)  
Centre de service aux entreprises Canada-Yukon  
Centre de service aux entreprises Canada-Nunavut  
Centre de service aux entreprises Canada-Territoires du Nord-Ouest



**Canada Business / Entreprises Canada  
Client Satisfaction Survey / Sondage sur la satisfaction  
des clients**

**1st Email Reminder/Premier courriel de rappel**

**From/De :** Phoenix SPI

**Subject/Objet :** REMINDER: Canada Business Client Satisfaction Survey / RAPPEL :  
Sondage sur la satisfaction de la clientèle de Entreprises Canada

---

**La version française suit.**

Approximately one week ago, we sent you an email inviting you to take part in a survey we are conducting for the Canada Business Network. You kindly agreed to take part in this survey when you were asked to do so during a recent phone call to the Canada Business Network or a visit to one of its service centres. Note that the Canada Business Network is known by different names in different parts of the country (see list below).

**Canada Business wants to know what you think about its service.** By completing this survey, you will help to ensure that the information and services they provide meet the needs of business people or entrepreneurs like you. While participation is voluntary, your feedback is essential to the success of this service improvement initiative.

The survey should take no more than 15 minutes to complete. To participate, please click on the link below and enter the password provided. **We kindly ask that you complete the survey by December 29.**

Link to survey: [Enter access code]

Password: [Enter password]

Please be assured that your responses will be treated in confidence – no individuals or businesses will be identified in any way. Phoenix SPI, an independent research firm, is conducting this survey on behalf of the Canada Business Network. If you have any questions, please contact Philippe Azzie of Phoenix by telephone at (613) 260-1700, ext. 222 or by e-mail [pazzie@phoenixspi.ca](mailto:pazzie@phoenixspi.ca).

Once again, thank you for agreeing to take part in this survey. It is much appreciated.

Sincerely,

Stephen Kiar  
President

Phoenix Strategic Perspectives Inc.

The Canada Business Network includes:

Canada Ontario Business service centre

Manitoba Business service centre

Saskatchewan Business service centre

Alberta – The Business Link or The Business Link Business service centre

British Columbia service centre or Small Business BC

Newfoundland and Labrador Business service centre

Nova Scotia Business service centre

New Brunswick Business service centre

Prince Edward Island Business service centre

Québec service centre or Info entrepreneurs /

Ressources Entreprises (ville de Québec)

Yukon Business service centre

Nunavut Business service centre

Northwest Territories Business service centre

### **English version precedes.**

Il y a environ une semaine, nous vous avons fait parvenir un message électronique pour vous inviter à participer au sondage que nous réalisons pour le compte du Réseau Entreprises Canada. Vous aviez gentiment accepté d'y prendre part au cours d'une communication téléphonique récente avec Entreprises Canada ou lors d'une visite dans l'un des centres de service du Réseau. Il convient de signaler que l'on nomme le Réseau Entreprises Canada différemment dans les diverses régions du pays (voir la liste ci-dessous).

**Entreprises Canada veut savoir ce que vous pensez de ses services.** Votre participation au sondage contribuera à faire en sorte que les renseignements et services offerts satisfont aux besoins des gens d'affaires et des entrepreneurs comme vous. Vous êtes tout à fait libre de participer ou non au sondage. Vos commentaires sont néanmoins essentiels à la réussite de cette initiative d'amélioration des services.

Il vous faudra tout au plus une quinzaine de minutes pour remplir le questionnaire de sondage. Pour participer, il suffit de cliquer sur le lien ci-dessous puis de saisir le mot de passe qui vous est attribué. **Nous vous saurions gré de remplir le questionnaire avant le 29 décembre.**

Lien vers le questionnaire : [Saisir le code d'accès]

Mot de passe : [Saisir le mot de passe]

Soyez sans crainte, vos réponses seront traitées en toute confidentialité – nous ne divulguons en aucun cas les noms des personnes ou des organisations. Le Réseau Entreprises Canada a chargé Phoenix SPI, cabinet de recherche indépendant, d'effectuer ce sondage pour son compte. Si vous avez des questions, veuillez communiquer avec Philippe Azzie, de Phoenix, en composant le (613) 260-1700 (poste 222) ou par courriel à [pazzie@phoenixspi.ca](mailto:pazzie@phoenixspi.ca).

Merci encore de bien vouloir participer au sondage. Nous vous en sommes très reconnaissants.

Recevez mes salutations les plus distinguées,



Le président,  
Phoenix Strategic Perspectives Inc.,

Stephen Kiar

Réseau Entreprises Canada inclut :

Centre de service aux entreprises Canada-Ontario  
Centre de service aux entreprises Canada-Manitoba  
Centre de service aux entreprises Canada-Saskatchewan  
Centre de service aux entreprises Canada-Alberta ou Liaison Entreprises  
Centre de service aux entreprises Canada-Colombie-Britannique ou Petites entreprises C.-B.  
Centre de service aux entreprises Canada-Terre-Neuve-et-Labrador  
Centre de service aux entreprises Canada-Nouvelle-Écosse  
Centre de service aux entreprises Canada-Nouveau-Brunswick  
Centre de service aux entreprises Canada-Île-du-Prince-Édouard  
Info entrepreneurs ou Ressources Entreprises (ville de Québec)  
Centre de service aux entreprises Canada-Yukon  
Centre de service aux entreprises Canada-Nunavut  
Centre de service aux entreprises Canada-Territoires du Nord-Ouest

**Canada Business / Entreprises Canada  
Client Satisfaction Survey / Sondage sur la satisfaction  
des clients**

**FINAL REMINDER / DERNIER RAPPEL**

**From:** Phoenix SPI

**Bilingual Subject Line:** REMINDER: Corporations Canada Client Satisfaction Survey /  
RAPPEL : Sondage sur la satisfaction de la clientèle de Entreprises Canada

---

**La version française suit.**

A short while ago, we sent you an email inviting you to take part in a survey for the Canada Business Network.

This is your last opportunity to provide feedback! **Please take the few minutes needed to participate in this important service improvement initiative.** Your feedback will help the Canada Business Network to ensure that the information and services it provides meet the needs of business people or entrepreneurs like you.

To participate, click on the link below and enter the password provided. **We kindly ask that you complete the survey as soon as possible.**

Link to survey: [Enter access code]

Password: [Enter password]

Once again, please be assured that your responses will be treated in confidence – no individuals or businesses will be identified in any way. Phoenix SPI, an independent research firm, is conducting this survey on behalf of the Canada Business Network.

Thank you.

Stephen Kiar  
President  
Phoenix Strategic Perspectives Inc.

\*\*\*\*\*

**English version precedes.**

Ces derniers temps, nous vous avons fait parvenir un message électronique pour vous inviter à participer à un sondage pour le compte du Réseau Entreprises Canada.



C'est votre dernière occasion de faire connaître vos commentaires! **Veillez consacrer quelques minutes à cette importante initiative d'amélioration des services.** Vos commentaires aideront le Réseau Entreprises Canada à faire en sorte que les renseignements et services offerts satisfont aux besoins des gens d'affaires et des entrepreneurs comme vous.

Pour participer, il suffit de cliquer sur le lien ci-dessous puis de saisir le mot de passe qui vous est attribué. **Nous vous saurions gré de remplir le questionnaire dès que possible.**

Lien vers le questionnaire : [Saisir le code d'accès]

Mot de passe : [Saisir le mot de passe]

Nous tenons à vous rappeler une fois de plus que vos réponses seront traitées en toute confidentialité -- nous ne divulguons en aucun cas les noms des personnes ou des organisations. Le Réseau Entreprises Canada a chargé Phoenix SPI, cabinet de recherche indépendant, d'effectuer ce sondage pour son compte.

Merci.

Le président,  
Phoenix Strategic Perspectives Inc.,

Stephen Kiar

**LKC  
HF 54.52 .C2 C3614 2007  
Réseau Entreprises Canada sondage sur  
satisfaction des clients - 2007**

[illegible]