

UTILISATION DE LA SEGMENTATION GEO-DEMOGRAPHIQUE POUR PROMOUVOIR LA CONCENTRATION SUR LE CLIENT EN MATIÈRE DE PRESTATION DE SERVICES

M. CRAGO & I.BAKSH

Department of Transport and Main Roads, Queensland, Australia

MICHAEL.I.CRAGO@TMR.QLD.GOV.AU

RÉSUMÉ

Cette communication a pour but de discuter la mise en place d'une segmentation géo-démographique de la clientèle au sein d'un service public d'immatriculation et d'octroi de permis. La discussion portera avant tout sur l'approche, les avantages et les défis que présente l'adoption de la segmentation de clientèle dans le contexte du secteur public. Elle présentera également les principaux résultats du modèle de segmentation ainsi que ses futures applications.

Le ministère des Transports et des Ponts et Chaussées du Queensland (TMR) a eu recours à la segmentation de clientèle pour mieux comprendre sa clientèle et pour répondre à l'attente de ses clients en matière de prestation de services. La segmentation de clientèle a été utilisée au sein du gouvernement pour contribuer à des objectifs axés sur la rentabilité de la prestation de services et sur la prestation de services clientèle accessibles et efficaces.

Grâce à cette analyse, le ministère a été à même de mieux comprendre l'usage d'une filière clientèle, en identifiant les clients les plus susceptibles d'effectuer la transition vers des modes de prestation de services électroniques, ainsi que les obstacles à surmonter pour encourager les clients à traiter en ligne avec les agences gouvernementales. L'analyse a contribué au développement et à l'évaluation de politiques, ainsi qu'à l'élaboration de stratégies de marketing ciblées sur des segments spécifiques de la clientèle. De plus, l'examen d'attitudes et de valeurs dans une variété de sujets a permis au ministère d'identifier et d'améliorer des modes de prestation de services afin de mieux répondre aux attentes du client.