

**GAZIFÈRE INC.**  
**SURVOL DE LA NOUVELLE MÉTHODOLOGIE D'ÉVALUATION DE LA SATISFACTION DE**  
**LA CLIENTÈLE DE GAZIFÈRE POUR L'ANNÉE 2020**  
**FERMETURE DES LIVRES 2019**

Chaque année, Gazifère présente à la Régie de l'énergie (ci-après la « **Régie** ») les résultats de son sondage de satisfaction de la clientèle<sup>1</sup>. En l'absence d'un mécanisme incitatif, ces résultats sont présentés uniquement à titre indicatif, tel que l'entreprise s'est engagée à le faire dans le dossier R-4003-2017<sup>2</sup>. En 2019, Gazifère a mis en place et testé, en parallèle avec son sondage habituel, une nouvelle méthodologie d'évaluation de la satisfaction de la clientèle. Bien que la Régie ne soit pas appelée à autoriser cette nouvelle méthodologie d'évaluation de satisfaction de la clientèle ni le nouveau sondage (ci-après la « **Nouvelle méthode** ») puisque Gazifère n'évolue plus sur la base d'un mécanisme incitatif, l'entreprise a jugé préférable d'informer la Régie de ces changements. La Nouvelle méthode utilisée depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2020 est donc sommairement résumée dans le cadre du présent document. Celui-ci présente le contexte entourant la Nouvelle méthode en comparant les deux approches (soit de la Nouvelle méthode vs l'ancien sondage et sa méthodologie (ci-après l'« **Ancienne méthode** »)).

### **Contexte**

À la fin de l'année 2017, Gazifère a été informée que la firme qui veillait à la réalisation des sondages téléphoniques retirait de son offre de service, ses activités de sondages téléphoniques. Cette annonce a encouragé Gazifère à revoir sa méthodologie d'évaluation ainsi que le sondage. Afin de l'appuyer dans ses démarches, Gazifère a sélectionné la firme Ad Hoc recherche<sup>3</sup> (ci-après « **Ad Hoc** »).

Gazifère a fait le choix de retenir les services d'Ad Hoc puisque la firme possède un vaste éventail de connaissances et d'expérience notamment dans le domaine de l'évaluation de l'expérience client. Ce faisant, cette firme était pleinement outillée afin de bien accompagner l'entreprise dans l'établissement d'une nouvelle méthode plus arrimée avec les pratiques des autres acteurs dans son secteur d'activité. Néanmoins, les principaux objectifs de la Nouvelle méthode consistent toujours à évaluer le niveau de satisfaction globale de la clientèle à l'égard de l'entreprise et envers les différents services offerts par Gazifère.

La firme d'Ad Hoc a accompagné Gazifère dans l'élaboration de sa nouvelle méthodologie, notamment en veillant à la détermination des éléments suivants :

- La population ciblée;
- L'échelle de mesure;

---

<sup>1</sup> Dossier R-4122-2020, Phase 2, Pièce GI-9, Document 1.5.1.

<sup>2</sup> D-2017-081, R-4003-2017, Phase 1, pages 21-22, paragraphes 46 à 52.

<sup>3</sup> Cette firme a également accompagné Énergir pour la refonte de leur sondage de satisfaction de la clientèle.

- Le niveau de fiabilité des résultats;
- Le moment de la collecte d'informations;
- La méthode de collecte; et
- La pondération.

Il est raisonnable d'anticiper que l'introduction d'une Nouvelle méthode aura des impacts sur les résultats (en comparaison avec l'Ancienne méthode) dû au fait que la Nouvelle méthode analyse la satisfaction de la clientèle de manière différente. L'un des mandats d'Ad Hoc est d'accompagner Gazifère dans la compréhension des résultats et leur explication auprès de la Régie.

### **Différences entre les méthodes d'évaluation**

Aux fins de son mandat, Ad Hoc a effectué une analyse approfondie des pratiques utilisées par d'autres distributeurs d'énergie<sup>4</sup>, ce qui a permis de mettre en lumière plusieurs différences entre lesdites pratiques et celles de Gazifère ainsi que d'élaborer la nouvelle méthodologie d'évaluation de la satisfaction de la clientèle du distributeur.

#### a. Les populations cible

L'Ancienne méthode<sup>5</sup> sonde les clients résidentiels et commerciaux<sup>6</sup> ainsi que ceux « ayant reçu un service » et ceux « n'ayant pas reçu de service ».

À la lumière de l'analyse relative aux pratiques des autres distributeurs, il a été convenu que le nouveau sondage de satisfaction devait s'effectuer auprès d'une population cible déterminée par types « d'évènements » (demande d'information, visites techniques initiées par le client, travaux et visites techniques initiés par le distributeur, nouveau branchement – conversion, etc.).

La population sondée selon la Nouvelle méthode se compose des clients de Gazifère ayant récemment reçu un service parmi les clientèles résidentielles et d'affaires<sup>7</sup>. Il a également été décidé que le sondage serait appliqué à l'égard de ces deux catégories de clients, par type d'interaction :

- a. Les demandes d'informations au centre d'appel;
- b. Les visites techniques initiées par Gazifère;

---

<sup>4</sup> Les pratiques d'Enbridge Gas inc., d'Enbridge Gas New-Brunswick et d'Énergir ont été analysées.

<sup>5</sup> Le dernier ajustement de l'Ancienne méthode remonte à 2013. En effet, le sondage original a été modifié suite à une demande de la Régie (D-2010-112, R-3724-2010, page 60, paragraphe 230). Les modifications au sondage ont été proposées et approuvées par la Régie aux termes de sa décision D-2011-186 (page 31, paragraphe 108) et celui-ci a été officiellement utilisé à partir de l'année 2013.

<sup>6</sup> Représentant les clients commerciaux, institutionnels et industriels.

<sup>7</sup> Représentant les clients commerciaux, institutionnels et industriels.

- c. Les visites techniques initiées par le client; et
- d. Les travaux et les nouveaux branchements.

b. Échelles de mesure

Les distributeurs ayant fait l'objet de l'analyse d'Ad hoc utilisent tous une échelle de mesure de 1 à 10, alors que Gazifère utilisait encore une échelle de 4, variant de « très satisfaisant » à « insatisfait ». Le désavantage d'une échelle de mesure à 4 gradations est que les clients doivent se positionner de façon positive ou négative. L'échelle n'offre aucun point milieu permettant d'inclure les clients indécis.

Le nouveau sondage comprend donc une échelle de mesure variant de 1 à 10. En utilisant cette échelle de mesure, il est plus facile pour les répondants d'identifier leur niveau de satisfaction. Cette échelle permet également d'obtenir des résultats plus « nuancés », en ce sens qu'elle octroie au répondant un plus grand nombre de possibilités pour identifier son niveau de satisfaction (10 options vs 4 options).

c. Fiabilité des résultats

Selon l'Ancienne méthode, Gazifère sondait 400 clients par année, répartis sur quatre quarts. Le désavantage de cette approche est que les résultats peuvent être soumis à certaines fluctuations non liées à la satisfaction de la clientèle, mais plutôt à un trop petit échantillon et à une marge d'erreur somme toute importante (dans le cas de Gazifère, elle atteint généralement +/- 10 %).

La revue des pratiques des autres distributeurs a permis de constater que ceux-ci sondent un plus grand nombre de clients et de manière plus régulière<sup>8</sup>. La nouvelle approche de Gazifère permet donc un échantillonnage plus grand<sup>9</sup> et, par conséquent, une marge d'erreur plus petite (de l'ordre de +/- 4 %).

d. Moment de la collecte d'informations

Conformément à l'Ancienne méthode d'évaluation, Gazifère sondait sa clientèle à chaque trimestre. Ce faisant, les entrevues pouvaient intervenir plusieurs jours, voire semaines, après une interaction entre le client sondé et l'entreprise. Ce délai n'est pas optimal pour mesurer l'expérience client puisque le déroulement de l'interaction est moins frais dans la mémoire du client. La Nouvelle méthode réduit le temps écoulé entre la prestation du service et l'évaluation

---

<sup>8</sup> Par exemple, Enbridge Gas inc. sonde sa clientèle (6 200 clients par année) 12 fois par année et aux deux semaines pour les sondages concernant la facturation, alors qu'Énergir sonde sa clientèle (environ 2 550 clients par année), répartie sur 52 semaines.

<sup>9</sup> Par exemple, pour l'année 2020, Gazifère a prévu un échantillon d'environ 1 800 clients. Il est toutefois important de souligner que la taille de l'échantillon pourrait varier selon le taux de réponses obtenu.

du niveau de satisfaction de la clientèle, en sondant la clientèle de manière plus régulière, soit à chaque semaine.

e. Méthode de collecte

L'Ancienne méthode de Gazifère visait à sonder la satisfaction de la clientèle en ayant uniquement recours au téléphone comme outil de collecte. Or, aujourd'hui plusieurs moyens sont offerts pour collecter ce type d'informations.

Conformément à la Nouvelle méthode, la population cible est sondée par le biais d'un sondage Web (sur envoi d'invitation par courriel) ou téléphonique. Il est prévu que le sondage téléphonique soit utilisé pour tous les types d'interaction mentionnés ci-dessus, alors que le sondage Web ne sera utilisé que pour les interactions de type « demandes d'informations » et « visites techniques initiées par le client »<sup>10</sup>.

f. Pondération des résultats

Selon l'Ancienne méthode, la pondération des résultats s'effectuait d'abord à partir du poids total de la population (nombre de clients) de chacun des segments de la clientèle analysés (clientèles résidentielles et CII, ayant et n'ayant pas reçu de service). Gazifère calculait par la suite le résultat pondéré final.

La Nouvelle méthode pondère les résultats par type de clientèle (résidentiels vs affaires) ainsi que selon le type d'interactions, afin de représenter le plus fidèlement possible la population de Gazifère et d'obtenir une représentativité des résultats selon l'ensemble des interactions. Une pondération par expansion est par la suite appliquée, à la fin de chaque trimestre, de manière à projeter les résultats sur l'ensemble de la population touchée pour cette période. De plus, les résultats annuels tiennent compte du poids relatif de chaque trimestre. Cette méthode permet d'obtenir des résultats pouvant être généralisés à l'ensemble de la population ayant eu une interaction récente avec Gazifère.

### **Résultat de la satisfaction globale de la clientèle selon la Nouvelle méthode d'évaluation**

Les résultats présentés à la Régie pour l'année 2019 s'appuient sur les résultats obtenus selon l'Ancienne méthode. En effet, l'année 2019 servait d'année test pour s'assurer du bon fonctionnement de la Nouvelle méthode ainsi que pour ajuster cette dernière, au besoin. Avant

---

<sup>10</sup> Le sondage Web est utilisé seulement pour ces deux types d'interactions puisque, selon les analyses effectuées, ces deux segments comportent un échantillon plus élevé de clients, permettant ainsi d'espérer joindre un nombre suffisant de clients pour tirer des conclusions. Le sondage Web sera uniquement utilisé auprès de la clientèle résidentielle, pour ces mêmes raisons (nombre plus élevé de clients).

la présentation officielle des résultats obtenus suite à l'application de la Nouvelle méthode, dans le cadre de la fermeture réglementaire des livres 2020, Gazifère souhaitait présenter sommairement sa démarche à la Régie. En effet, Gazifère juge important de présenter à titre informatif, un aperçu de l'effet de sa nouvelle approche sur les résultats. Gazifère estime que le principal résultat à présenter est celui lié à la satisfaction globale de la clientèle, lequel est également présenté à la Régie selon l'Ancienne méthode<sup>11</sup>.

Le résultat pondéré de satisfaction globale de la clientèle découlant de l'utilisation de la Nouvelle méthode est de 84 % (en comparaison à 95,79 % selon l'Ancienne méthode).

La différence à la baisse entre les deux résultats (Nouvelle méthode vs Ancienne méthode) s'explique par les éléments suivants.

Au cours de l'année 2019, la Nouvelle méthode a été analysée, testée et ajustée, au besoin, dans l'objectif d'obtenir des résultats précis et fiables. À cet effet, certains ajustements ont été effectués afin de peaufiner le nouveau sondage<sup>12</sup>, dont l'ajout de la question permettant d'évaluer spécifiquement la satisfaction globale de la clientèle. Le résultat de 84 % s'explique par l'introduction de cette question, évaluée en cours d'année, et ayant donc eu pour effet de réduire le nombre de clients sondés sur cet élément. Cette situation a eu un impact à la baisse sur le résultat. Les résultats de 2020 permettront de compléter la migration et d'éliminer les derniers éléments d'ajustement associés au changement de méthode. Le suivi multi-annuel sera alors revenu à la normale (à compter de 2021).

Le résultat de 84 % est malgré tout considéré comme étant excellent. En effet, selon Ad Hoc, qui est expérimentée dans l'évaluation de l'expérience client, une référence de 76,5 % représente un seuil positif de la satisfaction de la clientèle. Cette référence a été élaborée suivant l'étude de plus d'un million de mesures destinées à évaluer la satisfaction de la clientèle. Le résultat de Gazifère est donc considéré excellent, étant supérieur au seuil de 76,5 %.

De plus, le résultat de 84 %, obtenu suivant l'application de la Nouvelle méthode est beaucoup plus précis que le résultat de 95,79% obtenu selon l'Ancienne méthode. En effet, la marge d'erreur de la Nouvelle méthode est plus petite, soit de 3,6 % (en comparaison à 12 % en vertu

---

<sup>11</sup> En effet, le résultat présenté à la pièce GI-9, Document 1 du présent dossier, fait état du niveau de satisfaction globale de la clientèle à l'égard de la prestation de service de Gazifère. Ce résultat provient du tableau « Résultat de perception générale pour fins de suivi » qui se retrouve à la pièce GI-9, Document 1.5.1 du présent dossier. Il est important de rappeler que ce résultat provient des réponses obtenues à la question numéro 8 (ancien sondage), laquelle cherche à évaluer les perceptions générales des clients.

<sup>12</sup> À titre d'exemple, certaines questions du nouveau sondage, joint en Annexe 1 de la présente pièce, ont été ajoutées avant son lancement officiel en janvier 2020, afin de clarifier et améliorer celui-ci. Le questionnaire joint en Annexe 1 est la version utilisée au cours de l'année 2019.

de l'Ancienne méthode), ce qui permet d'obtenir un résultat plus près de la réalité et surtout, plus fiable. La marge d'erreur, en vertu de la Nouvelle méthode, permet d'assurer que le résultat réel se trouve entre 80,4 % et 87,6 % (alors qu'en vertu de l'Ancienne méthode, elle pouvait se trouver entre 83,79 % et 100 %).

De plus, et tel que mentionné précédemment, l'échelle de mesure à 10 gradations utilisée dans le cadre de la Nouvelle méthode, apporte une plus grande variation sur les résultats en comparaison avec l'Ancienne méthode dans laquelle une échelle de 4 gradations était utilisée. De manière individuelle, la nouvelle échelle de mesure permet d'obtenir plus de précision puisqu'elle permet de nuancer davantage l'opinion des clients sondés. Elle offre également plusieurs options dans l'analyse des résultats (regroupements de résultats intéressants, etc.) afin de tirer différents constats.

## **Conclusion**

Gazifère a soumis, pour l'année 2019, le rapport annuel sur la satisfaction de la clientèle selon l'Ancienne méthode<sup>13</sup>. La Nouvelle méthode est pour sa part officiellement utilisée depuis janvier 2020. L'entreprise sera donc en mesure de déposer, dans le cadre de la fermeture réglementaire des livres 2020, un rapport détaillé et complet présentant les paramètres du sondage, et les résultats, conformément à la Nouvelle méthode. Dans l'immédiat, Gazifère présente, à l'Annexe 1, le sondage utilisé pour les années 2019 et 2020. Tel que mentionné précédemment, le sondage utilisé en 2019 a évolué à plus d'une reprise, avec l'ajout, en cours d'année, de la question F2 permettant d'évaluer la satisfaction globale de la clientèle ainsi que l'ajout de trois nouvelles questions (F3 à F5). L'ajout de ces trois dernières questions a été effectué avant le lancement officiel de la Nouvelle méthode, en janvier 2020, et font maintenant partie intégrante du sondage. Le sondage en annexe inclut donc également ces trois nouvelles questions, ce qui permet de donner un portrait global du sondage utilisé pour l'année 2020.

---

<sup>13</sup> Dossier R-4122-2020, GI-11, Document 1.5.1.

## Annexe 1

### QUESTIONNAIRE 2019

#### Questionnaire du sondage de satisfaction de la clientèle

Tel que mentionné ci-dessus, le sondage de satisfaction de la clientèle est effectué autant par le biais d'un sondage Web que téléphonique. Dans les deux cas, un courriel ou un message introductif est transmis au client. De plus, les premières questions de l'entrevue, peu importe la forme que prend cette dernière, servent à introduire le sondage et à identifier le contexte de l'évènement.

Suivant ces questions introductives, la clientèle est alors sondée sur les éléments suivants :

<b>Évaluation des mesures globales</b>		<b>Échelle de mesure<sup>14</sup></b>		
<b>B2</b>	Dans l'ensemble, quel est votre niveau de satisfaction envers les services récents que vous avez reçus concernant <b>&lt;ÉVÈNEMENT&gt;</b> ?	<b>Pas du tout satisfait</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Très satisfait</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10
<b>B3</b>	Pour quelles raisons avez-vous accordé la note de <b>&lt;à la question B2&gt;</b> sur 10 ?	<i>Soyez aussi précis que possible.</i>		
<b>B4</b>	Dans l'ensemble, à quel point trouvez-vous qu'il a été facile de faire affaire avec Gazifère pour <b>&lt;ÉVÈNEMENT&gt;</b> ?	<b>Pas facile du tout</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Très facile</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10
<b>B5</b>	Quelle est la probabilité que vous recommandiez Gazifère à un parent, ami ou collègue ?	<b>Pas du tout probable</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Très probable</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10
<b>B6</b>	Pour quelles raisons avez-vous accordé la note de <b>&lt;à la question B5&gt;</b> sur 10 ?	<i>Soyez aussi précis que possible.</i>		
<b>B7</b>	Plusieurs choix s'offrent à vous en termes de sources d'énergie.  En supposant que vous deviez changer vos équipements au gaz naturel, quelle serait la probabilité que vous choisissiez à nouveau des appareils au gaz naturel ?	<b>Pas du tout probable de choisir à nouveau le gaz naturel</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Très probable de choisir à nouveau le gaz naturel</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10
<b>B8</b>	Dans l'ensemble, à quel point trouvez-vous que la facture de Gazifère est claire et facile à comprendre ?	<b>Pas claire du tout</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Très claire</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10

<sup>14</sup> Pour chaque question, le client a aussi l'option de répondre « Je ne sais pas » ou encore « Ne s'applique pas » dans le cas des questions C4 et D1.

Évaluation du service à la clientèle		Échelle de mesure		
<b>C3</b>	Quel est votre niveau de satisfaction envers le service à la clientèle de Gazifère que vous avez reçu ?	<b>Pas du tout satisfait</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Très satisfait</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10
<b>C4</b>	Quel est votre niveau d'accord avec les énoncés suivants au sujet du service à la clientèle téléphonique de Gazifère...	<b>Pas du tout d'accord</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Tout à fait d'accord</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10
	a) Le personnel était à l'écoute de mes besoins			
	b) Le personnel était poli et courtois			
	c) Le temps d'attente avant de parler à une première personne m'a semblé raisonnable			
	d) La 1 <sup>ière</sup> personne à qui j'ai parlé a pu répondre à ma question / demande			
e) Il était facile de naviguer dans les menus du système téléphonique				
<b>C5</b>	Quel est votre niveau d'accord avec les énoncés suivants au sujet du service à la clientèle de Gazifère par courriel ou par le biais de formulaires remplis sur le site web de l'entreprise...	<b>Pas du tout d'accord</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Tout à fait d'accord</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10
	a) Le délai pour recevoir une première réponse m'a semblé raisonnable			
	b) La qualité de la langue écrite était satisfaisante			
	c) Les échanges par courriel ont été efficaces (nombre d'échanges requis raisonnable)			
d) La qualité de la réponse à ma question / demande était satisfaisante				
<b>C6</b>	Selon votre souvenir, environ combien de temps s'est écoulé avant de recevoir une première réponse courriel du service à la clientèle de Gazifère ?	<i>Vous pouvez répondre en heures ou en jours.</i> <input type="checkbox"/> ____ heures. <input type="checkbox"/> ____ jours.		



Évaluation des partenaires certifiés		Échelle de mesure		
<b>D1</b>	Quel est votre niveau d'accord avec les énoncés suivants au sujet de la prestation du service rendu par le technicien envoyé par Gazifère lors de sa visite.  <i>(Veuillez penser à l'ensemble des échanges et contacts que vous avez eus avec cette entreprise pour l'exécution des travaux.)</i>	<b>Pas du tout d'accord</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Tout à fait d'accord</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10
	a) Il représente bien Gazifère			
	b) Il a fait preuve de professionnalisme			
	c) Il a bien répondu à mes questions ou demandes			
	d) Il a gardé l'endroit propre / tel qu'il était avant les travaux			
	e) Le service à la clientèle de Gazifère m'a proposé une plage horaire dans un délai raisonnable pour ce rendez-vous			
	f) Il a respecté l'heure du rendez-vous			
<b>D2</b>	Pour quelles raisons avez-vous accordé la note de <b>&lt;à la sous-question D1e&gt;</b> sur 10 en ce qui concerne les horaires proposés pour les rendez-vous? En quoi la plage horaire proposée n'était-elle pas raisonnable ?	Soyez aussi précis que possible.		

Évaluation des travaux des équipes de terrain		Échelle de mesure							
<b>E1</b>	Comment évaluez-vous la qualité de l'information reçue de Gazifère vous avisant à l'avance que des équipes de Gazifère ou mandatées par Gazifère allaient effectuer des travaux sur votre propriété ?	<b>Pas du tout satisfait</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Très satisfait</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10					
					<b>E2</b>	Comment évaluez-vous votre niveau de satisfaction concernant les travaux, une fois ceux-ci complétés ?	<b>Pas du tout satisfait</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Très satisfait</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10

Divers		Échelle de mesure		
<b>F1</b>	Pensez maintenant à tous les intervenants de Gazifère impliqués lors de votre récente interaction concernant <ÉVÉNEMENT> ?	<b>Pas du tout efficace</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Très efficace</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10
<b>F2</b>	Compte tenu de votre expérience client, de manière générale, comment évaluez-vous la qualité des services que vous offre Gazifère ?	<b>Pas du tout satisfait</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Très satisfait</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10
<b>Trois nouvelles questions ajoutées sous cette catégorie dans le sondage 2020</b>				
<b>F3</b>	Un nouvel Espace client est maintenant disponible en ligne. Vous pouvez y consulter vos factures, consulter votre consommation, les services utilisés, apporter des changements, etc. Êtes-vous inscrit à cet Espace client ?	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non		
<b>F4</b>	Au cours des 3 derniers mois, avez-vous personnellement visité l'Espace client de Gazifère ?	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non		
<b>F5</b>	De façon générale, sur une échelle de 1 à 10, quel est votre niveau de satisfaction à l'égard de cet Espace client ?	<b>Pas du tout satisfait</b> <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8	<b>Très satisfait</b> <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10