

Article

Symposium 2008 :
Collecte des données : défis, réalisations et nouvelles orientations

Approches de communication centrées sur les entreprises pour la gestion de la réponse aux enquêtes-entreprises

par Robert Marske et Deborah M. Stempowski

2009



Approches de communication centrées sur les entreprises pour la gestion de la réponse aux enquêtes-entreprises

Robert Marske et Deborah M. Stempowski¹

Résumé

Le U.S. Census Bureau mène des enquêtes mensuelles, trimestrielles et annuelles sur l'économie américaine, ainsi qu'un recensement quinquennal. Ces programmes imposent un effort considérable aux entreprises. Les nouvelles technologies, les nouvelles formes d'organisation et l'amenuisement des ressources influent sur la capacité des entreprises de répondre aux enquêtes. Ces changements influencent également les attentes des entreprises à l'égard du Census Bureau, les systèmes internes de l'organisme et ses relations bilatérales avec les entreprises.

Depuis plusieurs années, le Census Bureau prend des mesures spéciales pour aider les grandes entreprises à se préparer au recensement. Dans tous nos programmes, nous avons également instauré une communication centrée sur les entreprises. Nous avons ainsi établi un modèle de relation qui met l'accent sur l'infrastructure et les pratiques opérationnelles et qui permet au Census Bureau d'être plus réceptif.

Le présent exposé porte sur les communications et les systèmes du Census Bureau, centrés sur les entreprises. Nous décrivons des initiatives et des difficultés importantes ainsi que leur incidence sur les pratiques du Census Bureau et sur le comportement des répondants.

Mots clés : Collecte et questionnaires, réponse et non-réponse.

1. Introduction

1.1 Contexte

L'objectif du programme d'enquêtes économiques du Census Bureau consiste à produire des mesures complètes, exactes et ponctuelles de l'économie américaine. Sa réalisation dépend de réponses exactes et ponctuelles aux enquêtes-entreprises. Une communication efficace entre les répondants et le Census Bureau est donc essentielle.

Comme la technologie permet aujourd'hui une communication et un accès à l'information presque instantanés, les entreprises attendent davantage du Census Bureau. Elles ont besoin d'aide pour s'y retrouver dans le labyrinthe des demandes de participation aux enquêtes. Quant aux analystes, ils ont besoin de comprendre l'ensemble des points de communication avec les entreprises et les exigences imposées à ces dernières.

Nous ne sommes pas les seuls à solliciter l'attention et les ressources des entreprises. Si la technologie a facilité de nombreuses tâches, elle a également permis aux fournisseurs de données d'assumer davantage de tâches, de sorte que nos répondants sont aujourd'hui plus occupés que jamais. En outre, les entreprises ne font souvent pas la distinction entre les enquêtes du Census Bureau, celles d'autres organismes du Commerce Department et celles d'autres organismes fédéraux ou locaux. Elles peuvent donc être déroutées lorsqu'elles tentent de communiquer avec quelqu'un au sujet d'une enquête. Faute d'un point d'accès direct à un organisme et à un ensemble de programmes d'enquêtes qui sont complexes, une entreprise a du mal à négocier le processus de réponse. Les systèmes internes et les relations organisationnelles du Census Bureau doivent pouvoir surmonter ces difficultés.

Les analystes d'enquête du Census Bureau n'ont pas la tâche facile. Ils doivent comprendre les branches d'activité et les marchandises à mesurer et, parallèlement, comprendre la nécessité de déclarer des renseignements à l'État du

¹ Robert Marske et Deborah M. Stempowski, U.S. Census Bureau.

point de vue du répondant. Ils doivent comprendre pourquoi nous menons nos enquêtes et comment elles s'inscrivent dans nos programmes. S'ils peuvent expliquer aux entreprises la nature de ces programmes, il devient plus facile d'obtenir la collaboration des répondants. Notre personnel doit également comprendre les avantages, pour le Census Bureau et pour les entreprises, de l'échange de renseignements entre les enquêtes. Si nous ne pouvons pas échanger facilement, d'une enquête à l'autre, les renseignements obtenus au sujet de l'organisation, des personnes-ressources, des changements d'adresse et du profil de réponse d'une entreprise, nous perdons une partie de l'avantage acquis.

1.2 Structure des programmes de la statistique des entreprises du Census Bureau

Pour comprendre certains problèmes de communication interne qui se posent au Census Bureau, il faut comprendre notre structure organisationnelle et celle de nos programmes d'enquêtes.

Le Census Bureau mène un *Economic Census* (recensement économique) tous les cinq ans. À ce recensement se greffent d'autres enquêtes périodiques, plus fréquentes, qui nous permettent de suivre la conjoncture économique. Par exemple, l'enquête intitulée *Report of Organization* est envoyée chaque année à la plupart des entreprises qui comptent plus d'un établissement. Elle permet de tenir à jour notre liste des emplacements d'affaires de ces entreprises, d'obtenir des mesures de la rémunération et de l'emploi et de vérifier la classification des industries. Alliée aux données administratives des entreprises à établissement unique, elle nous permet de produire des données annuelles par branche d'activité et par secteur géographique pour mettre à jour les mesures du recensement économique.

Au fil de nombreuses années, les programmes d'enquêtes du Census Bureau ont évolué avec les besoins des utilisateurs et les caractéristiques de l'industrie et abouti à une structure de vastes programmes statistiques distincts. Ces programmes sont gérés par des divisions opérationnelles distinctes, spécialisées respectivement dans la statistique de la fabrication et de la construction, celle des administrations publiques, celle du secteur des services et celle des entreprises. Au sein de la Manufacturing and Construction Division (MCD), les mêmes effectifs sont chargés, par branche d'activité, du recensement économique quinquennal et des enquêtes périodiques (annuelles, trimestrielles et mensuelles). La Service Sector Statistics Division (SSSD), elle, dispose d'effectifs distincts pour le recensement économique (par branche d'activité) et pour les enquêtes annuelles, trimestrielles et mensuelles. Cette différence dans l'organisation est significative, car elle a une incidence sur les relations entre ces effectifs et les entreprises répondantes. Chaque programme d'enquête majeur tient son propre registre d'enquête.

Si la plupart des programmes d'enquêtes périodiques utilisent aujourd'hui le *Standard Economic Processing System*, ils sont cependant traités indépendamment. Il n'est donc pas possible d'échanger facilement des renseignements d'une enquête à l'autre en dehors des examens de rapprochement périodiques.

Les entreprises répondantes sont organisées de manière très différente. Souvent, elles ignorent si les enquêtes qui leur sont adressées proviennent du Census Bureau ou d'un autre organisme. Or elles supposent que les renseignements fournis au Census Bureau (sur la fermeture d'un établissement, par exemple) dans le cadre d'une enquête sont transmis à toutes les autres enquêtes du Census Bureau qui en ont besoin.

2. Approche centrée sur les entreprises

2.1 Évolution de l'approche centrée sur les entreprises

De par leur nature, les enquêtes-entreprises imposent un effort considérable aux entreprises répondantes. Elles les obligent à extraire des renseignements dans des dossiers établis pour d'autres fins et qui n'existent pas nécessairement au niveau de détail demandé. Pour motiver les entreprises à répondre à ces enquêtes, il est indispensable de comprendre leur structure organisationnelle et leurs méthodes de tenue de dossiers. Nous devons aussi tenir compte des difficultés et des possibilités liées à l'évolution de leur environnement.

La plupart des communications avec les entreprises ont lieu lorsqu'une entreprise reçoit un questionnaire d'enquête. On communique de personne à personne lorsqu'une entreprise pose une question au sujet d'un questionnaire, qu'un analyste pose une question au sujet des données déclarées, qu'une entreprise tarde à transmettre ses renseignements et que nous menons une recherche ou une évaluation. Nous sommes conscients de la nécessité d'établir un dialogue plus proactif afin de mieux connaître les entreprises et d'amener ces dernières à mieux comprendre ce que nous leur demandons.

Le Census Bureau a mené plusieurs vastes études sur les pratiques de réponse et de tenue de dossiers des grandes entreprises pour évaluer la réaction de ces dernières à nos enquêtes. Nous menons des études cognitives à l'aide de questionnaires nouveaux ou révisés qui éclairent parfois la communication. Dans le cadre des programmes d'enquêtes permanentes, nous recueillons également des renseignements isolés au sujet de facteurs qui influent sur la réponse des entreprises.

Les principales constatations de l'étude de Sudman (2000) influencent aussi notre façon d'établir la communication :

1. Le Census Bureau a du mal à rester au fait des réorganisations et des changements de personne-ressource qui touchent souvent les entreprises participant à plusieurs programmes d'enquêtes.
2. Dans l'ordre de priorité des entreprises, les enquêtes du Census Bureau viennent après les rapports financiers internes, les rapports aux actionnaires, les rapports fiscaux et les rapports destinés aux organismes de réglementation.
3. Les entreprises répondantes aimeraient avoir plus de renseignements au sujet des enquêtes, notamment un préavis suffisant, le nom des personnes-ressources antérieures et les modifications apportées aux enquêtes.
4. Bon nombre d'entreprises estiment qu'un point de service unique permettrait de rationaliser la communication.
5. Les fournisseurs de données ignorent généralement à quoi servent les résultats des enquêtes, même au sein de leur entreprise.

En 1970, le Census Bureau a établi un nouveau personnel de gestion des relations avec la clientèle afin de réorganiser sa façon de communiquer avec les grandes entreprises qui participent à une ou plusieurs enquêtes-entreprises et au recensement économique. Les grandes entreprises sont très importantes : un nombre relativement restreint d'entre elles comptent pour un segment considérable de l'activité du secteur privé américain. Par conséquent, nous accordons beaucoup d'attention à l'exactitude et à la ponctualité de leur réponse. Nous devons aussi tenir compte des besoins des petites entreprises, mais nous concentrons nos ressources limitées sur les grandes entreprises puisqu'elles ont une incidence plus forte.

Nous avons envisagé la gestion des relations avec la clientèle comme une relation bien structurée : un gestionnaire des relations avec la clientèle gère la relation du Census Bureau avec la ou les personnes-ressources de certaines grandes entreprises répondantes. Ce gestionnaire représente l'entreprise dans sa relation avec le Census Bureau et aide l'entreprise à comprendre nos programmes et leur importance. À l'origine, ce modèle de relation reposait sur un portefeuille d'une trentaine d'entreprises réparties entre les quatre analystes à temps plein de la gestion des relations avec la clientèle. Pour ces entreprises, nous avons établi des calendriers de déclaration, mené des visites (ou fait des appels) de présentation, effectué des mises à jour annuelles et réglé au besoin les problèmes ponctuels. Nous avons également tenu avec tous les secteurs de programme des séances d'information sur le rôle du gestionnaire des relations avec la clientèle et sur les ressources disponibles. Le programme a été accueilli avec enthousiasme par les gestionnaires de programmes et s'est très vite avéré un succès. Plusieurs entreprises appellent souvent leur gestionnaire des relations avec la clientèle pour lui poser des questions et lui fournir des mises à jour. Le comportement des répondants s'est amélioré et nous avons pu dissiper la confusion de plusieurs entreprises au sujet de la réponse aux enquêtes.

Le modèle initial de gestion des relations avec la clientèle comportait plusieurs étapes :

1. Sélectionner une entreprise (proposée par un membre du personnel d'enquête ou par elle-même).
2. Établir le profil de l'entreprise – rapport annuel, profil organisationnel d'après le *Business Register* (registre des entreprises)², profil de déclaration d'après les enquêtes du Census Bureau.
3. Convoquer une réunion des représentants des enquêtes pour cerner les problèmes de déclaration et les habitudes de communication et discuter des personnes-ressources.

² Il s'agit de la vaste base de données du Census Bureau sur les entreprises et les établissements américains; tenue à des fins statistiques, elle comprend l'univers du recensement économique et des enquêtes-entreprises périodiques.

4. Choisir une personne de l'entreprise susceptible d'être la personne-ressource dans les relations de l'entreprise avec le Census Bureau.
5. Approcher l'entreprise pour lui présenter le programme de gestion des relations avec la clientèle et proposer une rencontre.

Le gestionnaire des relations avec la clientèle jouait un rôle limité. Il n'avait pas pour mandat de négocier des modalités de réponse aux enquêtes et ne disposait pas d'un processus pour fusionner les renseignements au sujet d'entreprises individuelles à partir des divers programmes d'enquêtes. Comme chaque enquête possède son propre système de tenue de dossiers, il n'a pas été possible de constituer un dépôt central pour documenter les personnes-ressources, les problèmes et les modalités de déclaration.

Néanmoins, la rétroaction des entreprises et l'amélioration du comportement des répondants semblent montrer que nous pouvons satisfaire à la fois les préoccupations des entreprises au sujet des ressources limitées et le besoin des analystes d'enquête en renseignements sur les entreprises. Le point de vue centré sur les entreprises a été institutionnalisé dans l'ensemble de la Economic Directorate (direction de l'économie).

- a. L'un des objectifs stratégiques de cette direction consiste à faciliter la déclaration des plus grandes entreprises en adoptant, à l'égard de la collecte des données, une approche centrée sur les entreprises.
- b. Les objectifs de rendement de nombreux gestionnaires et analystes d'enquête comprennent une mesure spécifique du rendement fondée sur la réceptivité aux préoccupations des entreprises.
- c. Les entreprises demandent davantage de renseignements. Les analystes font suivre un plus grand nombre d'appels provenant d'entreprises. La demande de calendriers de déclaration augmente de la part des entreprises et des analystes. Enfin, la demande de renseignements sur les entreprises augmente de la part du personnel des secteurs de programme chargés de la recherche sur les entreprises.

Nous avons organisé une nouvelle direction des relations avec la clientèle ET les répondants. Cette nouvelle organisation est consciente du lien entre la collecte des données et les utilisateurs de données. Les entreprises veulent savoir ce qu'elles obtiennent en contrepartie de l'effort qu'elles déploient pour répondre à nos enquêtes. De plus en plus, les membres du personnel d'enquête orientent systématiquement vers cette direction les entreprises qui posent des questions auxquelles ils ne peuvent pas répondre.

2.2 Amélioration des outils et des processus centrés sur les entreprises

Nous avons mis au point plusieurs outils importants pour faciliter l'approche centrée sur les entreprises.

Calendriers de déclaration. L'un des premiers outils de gestion des relations avec la clientèle que nous avons mis au point, les calendriers de déclaration dressent à l'intention de chaque entreprise le profil des enquêtes du Census Bureau auxquelles elle participe. Ils comprennent des métadonnées au sujet de chaque enquête (numéro de formulaire, objet, dates d'envoi et d'échéance, nom de la personne-ressource) et des renseignements au sujet de chaque unité déclarante d'une enquête (nom, adresse, personnes-ressources, antécédents de déclaration) (annexe A).

Les entreprises s'étonnent souvent que le fardeau total soit moins lourd qu'elles ne l'imaginaient. Les analystes d'enquête, eux, s'étonnent souvent de constater que bien d'autres analystes du Census Bureau ont pour interlocuteur la même personne-ressource de l'entreprise. Les calendriers constituent une ressource pour les analystes qui se préparent à des visites d'entreprises et à d'autres formes d'interaction; ils montrent combien nos divers registres d'enquête étaient souvent inexacts. Pendant plusieurs années, l'établissement des calendriers de déclaration a été un processus laborieux fondé sur une programmation personnalisée et sur l'appariement manuel des données. Nous avons enfin automatisé le processus en 2006.

Logiciel de gestion des personnes-ressources. Ce logiciel de série, personnalisé, nous permet de documenter et de suivre la communication avec les entreprises et les visites d'entreprises. Il organise la documentation des interactions et des visites, archive les dossiers correspondants et met à jour, presque en temps réel, le registre des entreprises. Le logiciel produira des rapports qui permettront aux gestionnaires du Census Bureau de suivre le

rendement des entreprises et l'efficacité des gestionnaires de compte³ affectés au recensement économique de 2007 (annexe B).

Information et ressources. Nous avons créé, surtout à l'intention des répondants, un site d'assistance aux entreprises qui permet d'accéder à la déclaration électronique, à des formulaires de déclaration et à des services en ligne comme la prolongation de la période de déclaration, l'état des déclarations ainsi que le courriel sécuritaire, et qui servira à transmettre les calendriers de déclaration automatisés (annexe C).

Nous avons également créé un site intranet comportant des liens vers de nombreuses sources d'information au sujet des entreprises et des enquêtes (annexe D). Pendant la phase de collecte des données du recensement, nous produisons un bulletin d'information hebdomadaire pour tenir les gestionnaires de compte au courant de l'évolution du processus. Nous cherchons toujours à obtenir l'appui de la haute direction en assistant à des réunions de gestion ainsi qu'en annonçant et en offrant nos services dans toute la mesure du possible.

Pour inciter les entreprises à répondre au recensement économique de 2007, nous avons mis au point une approche intégrée axée principalement sur un site Web (business.census.gov) qui répond à la question : « Quels en sont les avantages pour moi? » (annexe E).

2.3 Programme des gestionnaires de compte dans le cadre du recensement économique

Tous les cinq ans depuis 1991, le Census Bureau désigne des « gestionnaires de compte » pour établir une relation privilégiée avec les plus grandes entreprises et pour les aider à répondre au recensement économique. Le recensement est un programme vaste et complexe qui exige un effort substantiel de la part des entreprises. Le programme des gestionnaires de compte mobilise presque tous les analystes affectés au recensement économique (ils étaient environ 150 en 2007); il est offert à environ 1 200 des plus grandes entreprises. Il s'agit d'une activité naturellement centrée sur les entreprises. Ce programme nous a permis de mettre au point un logiciel de documentation, une formation portant sur l'ensemble des programmes et la communication électronique permanente de solutions aux problèmes éprouvés par le personnel des diverses enquêtes.

Lors du recensement économique de 2007, les gestionnaires de compte ont permis d'obtenir de ces entreprises un taux de réponse de 96 % en octobre de l'année de recensement, contre un taux de réponse global de 86 %. Par comparaison, le taux de réponse des grandes entreprises au recensement économique de 1992 était de 92 %, mais pour l'atteindre, il a fallu prolonger la collecte des données jusqu'à l'année suivante.

Le succès du programme des gestionnaires de compte repose sur une formation efficace, l'amélioration des outils et l'harmonisation du message des gestionnaires à l'échelle de l'organisme. Il s'agit désormais d'en assurer la longévité. Le programme a un cycle de vie de seulement deux ans sur cinq; au terme de la collecte des données, les analystes qui agissent en tant que gestionnaires de compte retournent à leurs tâches habituelles de gérer les programmes courants du recensement et des enquêtes.

Leçons tirées du programme des gestionnaires de compte de 2002

De la part des entreprises :

1. Les interviews menées auprès des entreprises révèlent qu'une certaine confusion persiste. Même les très grandes entreprises ne comprennent pas le cycle du recensement économique ni sa relation aux autres enquêtes qu'elles reçoivent pour mieux comprendre comment les programmes s'agencent entre eux. Bon nombre d'entreprises souhaiteraient un calendrier de déclaration. Le programme d'information préliminaire, qui précède le recensement économique, offre des renseignements utiles, notamment en proposant l'aide de personnes-ressources spécialisées et en expliquant les modifications apportées depuis le recensement précédent.

³ Ce sont les personnes-ressources chargées d'aider les 1 500 plus grandes entreprises à déclarer leurs données en réponse au recensement économique.

2. Les entreprises ont une réaction unanimement positive à l'égard des gestionnaires de compte. Ces derniers leur offrent l'aide dont elles ont besoin. Elles ne se sentent jamais harcelées et elles aiment bien avoir affaire à une seule personne-ressource. Cette relation personnelle est rassurante. Leur gestionnaire de compte leur explique les concepts et les aide à obtenir la prolongation de la période de déclaration et à maîtriser la déclaration électronique, tout en leur offrant l'occasion de se défouler.
3. Les entreprises ont réagi favorablement à notre site en ligne d'assistance aux entreprises, mais toutes n'étaient pas au courant de l'ensemble des caractéristiques, dont la capacité intégrée de courrier électronique.
4. Méthodes : Le personnel des enquêtes-établissements a interviewé 15 grandes entreprises pour connaître leurs impressions sur l'information préliminaire qu'elles ont reçue en vue du recensement économique, les relations personnelles avec leur gestionnaire de compte et leur communication avec nous.

De la part des gestionnaires de compte :

1. Environ 89 % des gestionnaires de compte interrogés estiment avoir joué un rôle efficace. Environ 46 % estiment avoir convaincu au moins une entreprise de répondre aux enquêtes alors qu'autrement, elle ne l'aurait pas fait.
2. Selon eux, certaines entreprises ont été déroutées par le remplacement de l'analyste de l'enquête intitulée *Report of Organization* par un gestionnaire de compte pour l'année du recensement et ont eu du mal à concilier le calendrier d'appels téléphoniques du recensement économique avec ceux d'autres enquêtes menées en même temps.
3. Nous avons également observé un conflit entre le désir de formation dans certains secteurs et des plaintes au sujet d'un surcroît de travail.
4. Certains gestionnaires de compte auraient aimé pouvoir consulter plus de spécialistes à l'égard d'aspects précis, comme la déclaration électronique, et auraient souhaité que la formation relative aux appels téléphoniques propose davantage de stratégies pour faire face à des situations réelles.
5. Les gestionnaires de compte rapportent également que leurs principales difficultés consistaient à joindre la bonne personne-ressource (près de la moitié), à utiliser le logiciel de déclaration électronique (plus du tiers) et à trouver le temps nécessaire pour effectuer les appels téléphoniques (plus du quart). Ils sont aussi incertains des limites de leur autorité auprès des entreprises récalcitrantes.
6. Méthodes : Nous avons mené un sondage de rétroaction en ligne auprès des 140 gestionnaires de compte. À la suite de l'enquête, nous avons organisé des groupes de discussion avec certains gestionnaires et gestionnaires de compte afin de préciser les réponses.

Note : Les leçons tirées du recensement économique de 2007 sont en cours de compilation.

2.4 Une nouvelle orientation

Après avoir mené pendant plusieurs années le programme pilote de gestion des relations avec la clientèle, et forts de l'expérience supplémentaire tirée du programme des gestionnaires de compte de 2002, nous avons envisagé sous un nouveau jour les objectifs du programme, y compris les attentes des entreprises et la mesure dans laquelle nous y répondons. Nous avons constaté que les entreprises préféreraient l'approche globale centrée sur les entreprises à l'attention exclusive d'un seul analyste de gestion des relations avec la clientèle.

Nous avons adopté une politique de « documentation des visites » pour que l'information au sujet des entreprises circule à l'échelle de la direction de l'économie, afin d'offrir un meilleur service aux entreprises qui répondent à des enquêtes économiques. Nous entendons utiliser la rétroaction des entreprises avant d'effectuer de nouvelles visites et maximiser les occasions de collaboration interne. Il ne s'agit pas de réduire la portée des visites, mais de faire en sorte que nos activités et nos pratiques respectent les entreprises et imposent un fardeau minimal à leurs ressources.

Une grande partie de la rétroaction des entreprises a confirmé ce que nous savions :

1. Il nous arrive de ne pas donner suite à la mise à jour des renseignements concernant les entreprises et de ne pas mettre ces renseignements à la disposition de toutes nos enquêtes.
2. Il nous arrive de ne pas tenir à jour les coordonnées d'une entreprise (adresse et personne-ressource); les formulaires peuvent alors circuler à l'interne pendant des semaines ou des mois, ce qui retarde la réponse de l'entreprise.
3. Les entreprises s'attendent à communiquer avec nous par voie électronique et obtenir des réponses « en temps réel ».
4. Les calendriers de déclaration donnent aux entreprises une meilleure idée des enquêtes auxquelles elles doivent répondre. Elles peuvent déceler rapidement les erreurs et planifier leurs besoins en ressources. Elles aimeraient pouvoir consulter leurs calendriers de déclaration en ligne.
5. Les entreprises aimeraient recevoir un préavis de plusieurs mois au sujet des nouvelles enquêtes et être avisées des modifications importantes par rapport aux enquêtes antérieures.
6. Les entreprises sont satisfaites des réponses qu'elles obtiennent des analystes d'enquête auxquels elles posent des questions, mais elles trouveraient utile de connaître le nom d'une personne-ressource centrale au Census Bureau.

L'équipe d'amélioration des méthodes d'enquêtes-entreprises nous a offert son soutien en collaborant à l'automatisation du calendrier de déclaration et en l'intégrant au registre des entreprises. Nous pouvons maintenant produire en quelques secondes, sur simple pression d'un bouton, une liste à jour des enquêtes auxquelles participe une entreprise donnée. Cette fonction fait maintenant partie intégrante du registre des entreprises. Si les enquêtes périodiques ne sont pas pleinement intégrées au registre des entreprises, il s'agit cependant d'un important premier pas dans cette direction.

3. Difficultés et prochaines étapes

3.1 Difficultés

Telle qu'elle a été configurée à l'origine, la gestion des relations avec la clientèle fait face à un parcours du combattant : aucune enquête permanente n'étant administrée par des gestionnaires des relations avec la clientèle, la plupart des entreprises se contentent de s'adresser aux spécialistes qui administrent les enquêtes auxquelles elles participent. Parallèlement, les entreprises comptent sur le personnel du Census Bureau pour se charger des problèmes, y compris ceux qui ne sont pas de son ressort, et pour les régler ou désigner un spécialiste capable de le faire.

Nous exerçons nos activités au sein d'une organisation structurelle des programmes économiques et des effectifs du Census Bureau qui est essentiellement inchangée. Nous avons adopté et mis en œuvre des pratiques qui peuvent exister au sein des structures organisationnelles et des programmes d'enquêtes actuels. Nous misons sur l'information, l'amélioration des ressources offertes aux analystes et les modifications apportées aux pratiques opérationnelles internes.

La sécurité pose un problème. Les entreprises et les analystes veulent communiquer par courrier électronique. La rapidité et l'aspect pratique de cet outil ont révolutionné le milieu de travail. Pourtant, le rôle du Census Bureau en tant que responsable des données du public revêt une importance capitale. Nous avons mis sur pied un nouveau centre de messagerie sécurisée qui permet aux entreprises et aux analystes de communiquer et d'échanger des fichiers dans un environnement sécuritaire. Utilisé pour la première fois lors du recensement économique de 2007, le système s'est avéré très efficace. Néanmoins, bon nombre d'entreprises hésitent à adopter un nouvel outil logiciel et préfèrent utiliser le courrier électronique ordinaire, malgré les risques qu'il comporte.

3.2 Prochaines étapes

L'intégration réussie du calendrier de déclaration automatisé au registre des entreprises permet d'envisager d'autres améliorations. Comme prochaine étape, nous étudierons la possibilité d'intégrer la gestion des personnes-ressources au registre des entreprises afin d'étendre encore plus l'échange de renseignements d'une enquête à l'autre.

L'attention accrue accordée aux approches centrées sur les entreprises présente l'occasion de poursuivre au-delà du recensement économique de 2007 les relations établies dans le cadre du programme des gestionnaires de compte. Elle fournira également l'élan nécessaire pour mettre au point de meilleurs outils d'intégration et d'exploitation de l'information et des ressources. Il nous faut mettre sur pied un système de communication qui permet l'échange ponctuel de renseignements sur les entreprises et ajouter de la valeur aux différents éléments d'information que nous recueillons au sujet des interactions avec les entreprises.

La direction des relations avec la clientèle et les répondants continuera de mettre au point des ressources, des processus et des outils pour faciliter la communication et de promouvoir énergiquement les activités centrées sur le client.

Pour le statisticien d'enquête d'une administration publique, le défi consiste à recueillir, à l'intention des économistes, des données auprès d'entreprises qui, si elles tiennent des registres, le font à des fins comptables ou fiscales. Nous obtiendrons d'elles ces renseignements dans la mesure où nous répondrons à leurs besoins en information en tenant compte de leurs ressources de plus en plus sollicitées.

Bibliographie

- Sudman, S., Willimack, D.K., Nichols, E. et Mesenbourg, T.L. (2000). Exploratory Research at the U.S. Census Bureau in the Survey Response Process in Large Companies, *Proceedings of the Second International Conference on Establishment Surveys*, American Statistical Association.
- Marske, R.A. et Marcus III, S.O., (2000). Developing Customer Relationship Management for Census Bureau Economic Programs, *Proceedings of the Second International Conference on Establishment Surveys*, American Statistical Association.
- Stettler, K. et Anderson, A.E. (2004). Account Manager (AM) Program Company Feedback, Summary of Telephone Interviews, August 16, 2004 (document inédit)
- Ahmed, S.A. et Stempowski, D.M. (2007) Business Process Improvement in the Economic Programs Directorate, *Proceedings of the Third International Conference on Establishment Surveys*, American Statistical Association.

Annexe A – Calendrier de déclaration d’une entreprise

2006 Census Bureau Survey Reporting Calendar- Summary
sample company

Reporting units as of Feb 2006

Form No.	Survey Title	Survey Acronym	Media Available	No. of Reporting Units	Reporting Unit Type	No. of mailings per year	Mail Date	Due Date	Census Bureau Contact (Some of these names are general contacts for the survey. Any individual subject you regularly contact would supersede these.)	Company Contact
ACE-1(M)	Annual Capital Expenditures Survey collects broad-based statistics from employer firms on the nature and level of capital expenditure by businesses	ACES	Paper	1	Company	1	March	30 days	Charles Fink (301) 763-3331 Charles.Aiba.Fink@census.gov	Person One 111-222-3333
ICT-1(M)	Information & Communication Technology Survey collects capitalized and expensed figures for information and communication technology equipment and software	ICT	Paper	1	Company	1	March	30 days	Charles Fink (301) 763-3331 Charles.Aiba.Fink@census.gov	Person One 111-222-3333
MS(S)5	Manufacturers' Shipments, Inventories, and Orders collects broad and time series of changes in domestic manufacturing activity and indicators of future production commitments for all large manufacturers	MS	Paper, Fax, Electr.	1	Company	12	Monthly	30 days	Chris Savage (301) 763-4834 John.C.Savage@census.gov	Person Two 111-222-4444
MA-10000	Annual Survey of Manufacturers collects detailed annual statistics on the activities and products of U.S. manufacturers	ASM	Paper, Electr.	1	Plant	1	February	30 days	David Eade (812) 218-3788 David.E.Eade@census.gov	Person Three 111-222-6555
MA3340	Semiconductors, Printed Circuit Boards, and Other Electronic Components collects data on manufacturers of semiconductors, printed circuitboards, connectors, capacitors, and other electronic components	CR	Paper, Electr.	1	Plant	1	December	30 days	Philippe Morris (301) 763-4819 Philippe.S.Morris@census.gov	Person Four 111-222-6666
MDC1	Survey of Plant Capacity Utilization collects current data on the rates of capacity utilization in U.S. manufacturing plants.	PCU	Paper	1	Plant	1	February	6 weeks	Mayella Johnson (301) 763-4701 Mayella.B.Johnson@census.gov	
NC-99001	Report of Organization updates company organization form with location businesses on Census Bureau's business register; collects operating data by Establishment, used in Annual County Business Patterns reports	COB	Paper, Electr.	1	Company	1	February	30 days	Skaron Boley (812) 218-3379 Skaron.L.Boley@census.gov	Person Three 111-222-6555
QFR-200	Quarterly Financial Report collects current financial statistics	QFR	Paper, Electr.	1	Part of Company	4	15 days prior to end of quarter	25 days after end of quarter	May Bakhtin (301) 763-3343 May.A.Bakhtin@census.gov	Person One 111-222-3333
RDI	Survey of Industrial Research and Development collects annual data on research and development expenses	R&D	Paper	1	Part of Company	1	March	30 days	Yvette Moore (301) 763-7660 Yvette.E.Moore@census.gov	Person Five 111-222-7777
SA-42	Annual Trade Survey (Merchant Wholesalers) collects detailed industry measures of wholesale company activities	ATS	Paper	1	Company	1	January	30 days	John Trimble (301) 763-7223 John.R.Trimble@census.gov	
SA-42(MSBO)	Annual Trade Survey (Manufacturers' Sales Branches and Offices) collects data on manufacturers' sales branches and offices, the selling branches of US manufacturing and mining companies	ATS	Paper	1	Company	1	January	30 days	John Trimble (301) 763-7223 John.R.Trimble@census.gov	
SA-42(AGBP)	Annual Trade Survey (Agents, Brokers, and Electronic Markets) collects data on agents, brokers, and electronic markets selling and processing goods where more than half the volume of business is conducted on a commission basis	ATS	Paper	1	Company	1	January	30 days	John Trimble (301) 763-7223 John.R.Trimble@census.gov	

Annexe B – Logiciel de gestion des relations avec la clientèle

ECONOMIC PROGRAMS CRM
NEED HELP? Please Contact the CRM Staff @ x3-2547

Company Dashboard
Likely to Refuse

LaunchPad
Refresh Dashboard
Disclosure Prohibited -- Title 13, U.S. Code
AM Software Help

BR Headquarters

Headquarters	TEST COMPANY 901
Alpha	000901
ENT ID	29292154321
CRM Analyst	
Census Acct Mgr	ROBERT MARSKE
Census Acct Mgr Phone	301-763-6718
2007 Password	21Q45X2Y
2007 Resp Rate	

[View Headquarters](#)

Name & Address

Alpha/Alpha-Part # + or D+SU EIN#	000901	Register ID + (ENT., SPE., SU)	29292154321
Name 1 +	TEST COMPANY 901		
Name 2			
Attention			
Street	unknown		
City	unknown	State	UNKN Zip unknown
Company Contact		Phone	
		Part Resp Rate	

Call 2 Contacted

CEX Received

ER Visit Completed

Activities/Interactions
Company Visits
Contacts
Surveys
Company Info
Company Parts
2002 Activities/Interactions

Activities/Interactions

[Grant Extension](#) [Create New Activity/Interaction](#)

Last Update	Alpha - Part	Thread	Alert	Category	Summary	Notes
8/29/2008 9:28:37 AM	000901	2	Check	Econ Census Call	Call 2: Form Received? / ER Assistance Requ	Introduced myself to Mr. Jones. He has received the advance info materials
1/7/2008 3:38:22 PM	000901	2		Econ Census Call	Call 2: Form Received? / Spoke to Contact	updated task
8/30/2007 3:32:46 PM	000901	1		Econ Census Call	Call 1: AM Introduction / Spoke to Contact	
8/30/2007 3:16:39 PM	000901	1		Other	test icon change	test
8/30/2007 3:16:16 PM	000901	1		Econ Census Call	Call 1: AM Introduction / Spoke to Contact	test
8/15/2007 1:28:11 PM	00001	1	Check	Other	test email notify - 2	test email notify
12/4/2007 10:53:59 AM	00001	1	Check	Other	test email notify	test email notify
12/4/2007 10:53:52 AM	000901	2	Check	Other	blah blah blah	

Système d'information sur la gestion des personnes-ressources – « Gérer ce qu'on mesure »

ECONOMIC PROGRAMS CRM
Managers HQ Report

	Company (#)	2007 % Resp	% ER Resp	2007 Ext.	Call1 Hot Cont	Call 2 Hot Cont	Call 3 Cont	Call 3 LVM	Call 3 Hot Cont	Call 4 Cont	Likely to Refuse
GRAND TOTALS:	1,225	84.07	73.63	81	153	196	853	74	49	429	44
CSD											
DIVISION TOTALS:	4	97.37	63.03	0	0	0	1	1	0		
Business Investment Branch (BIB)											
BRANCH TOTALS:	4	97.37	63.03	0	0	0	1	1	0		
EPCD											
DIVISION TOTALS:	179	79.31	63.28	12	76	73	60	6	21	26	3
Chief, EPCD(Chief, EPCD)											
BRANCH TOTALS:	1	98.25	0.00	0	0	1			0		
Assist Director For Econ Prgrm(Assist Director For Econ											
BRANCH TOTALS:	11	73.55	56.44	0	2	1	9	0	0	4	
Economic Plan & Process Imprvmtt(EPPIS)											
BRANCH TOTALS:	1	75.00	0.00	0	0	1			1		
Edit & Micro Processing Branch(EMPD)											
BRANCH TOTALS:	2	100.00	99.58	0	0	2			0		
Electronic Reporting Branch(EROB)											
BRANCH TOTALS:	20	98.26	77.97	1	4	13	3	0	2		
Mailout & Data Capture Branch(MDCB)											
BRANCH TOTALS:	11	32.17	3.06	1	6	4	4	1	3		1
NPC Staff(NPC Staff)											
BRANCH TOTALS:	85	91.08	76.71	8	61	44	8	3	13		
Program Research & Methods Branch(PRMB)											
BRANCH TOTALS:	2	10.15	9.79	1	0	1	2	0	0		
Summary Statistics Processing Br(SSPB)											
BRANCH TOTALS:	3	98.67	97.33	0	0	0	1	1	0	0	

Annexe C –Site d'assistance aux entreprises

U.S. Census Bureau

Resources

- [Home](#)
- [General FAQs](#)
- [Industry Information](#)
- [Electronic Reporting](#)
- [Online Services](#)
- [2007 Econ. Census Forms](#)
- [Form Archive](#)

General

- [About the Econ. Census](#)
- [Contact Us](#)
- [Key Dates](#)
- [Changes for 2007 Census Program](#)
- [What's Asked](#)
- [How Data Are Used](#)
- [Glossary](#)

Classification Info.

- [Classification FAQs](#)
- [Classification Forms](#)

Miscellaneous

- [Legal](#)
- [Confidentiality](#)
- [Website Feedback Form](#)
- [Site Map](#)

Related Sites

- [SBC and BES Surveys](#)
- [Other Economic Surveys](#)
- [NAICS](#)
- [2002 Econ. Census Help](#)
- [business.census.gov](#)

Search For:

You are here: → [BHS Home](#)

Welcome! The Business Help Site (BHS) is designed to help businesses complete the **2007 Economic Census**. It describes census highlights, clarifies coverage and content, facilitates computer uses, and identifies other sources of assistance.

[General Frequently Asked Questions \(FAQs\)](#)
Find answers to questions about the Economic Census, and how to complete and return your census form.

[Detailed Information By Industry](#)
Find information on Economic Census coverage, sample forms and instructions, and answers to questions on business industries.

[Electronic Reporting](#)
Access information on this convenient and easy-to-use alternative to paper forms.

[Online Services](#)
Request form reprints, decryption keys (CD-ROM users), or filing status reports with this secure link.

[2007 Economic Census Forms](#)
View 2007 Economic Census Sample Forms and Instructions.

[Economic Census of Puerto Rico and the Island Areas](#)
Puerto Rico and Island Areas ([U.S. Virgin Islands](#), [Guam](#), [the Northern Mariana Islands](#), and [American Samoa](#)).

[Survey of Business Owners and Self-Employed Persons \(SBO\)](#)

Last revised: June 26 2008 10:41:01

This symbol indicates a link to a non-government web site. Our linking to these sites does not constitute an endorsement of any products, services or the information found on them. Once you link to another site you are subject to the policies of the new site.

Census Bureau Links: [Home](#) • [Search](#) • [Subjects A-Z](#) • [FAQs](#) • [Data Tools](#) • [Catalog](#) • [Census 2000](#) • [Quality](#) • [Privacy Policy](#) • [Contact Us](#)

USCENSUSBUREAU
Helping You Make Informed Decisions

Services en ligne

U.S. Census Bureau

Login

Have your username (UID) and password (PW) ready. These can be found in the label of your report form.

They are also shown in the mailing label of letters sent to multi-establishment companies.

Enter username (UID) and the password (PW).

Username (UID):

Password (PW):

CFN 23456789003 657 1 81102 07 L1
 EIN XX-XX-7890 R
UID → 2345678900 J6JMQ11 ← **PW**
 SEQ001-00004

 NAME1
 NAME2
 STREET ADDRESS
 PLACE ST 12345-6789

The following services are offered online. You will need your username (UID) and password (PW) to access our secure server.

Filing Status	Check which report forms we have received/not received from your company.
Remail Forms	Order replacements for lost or misplaced report forms.
Additional Forms	Order additional report forms for locations not originally included in your company.
List Forms	Display Forms Mailed To Your Company
Decryption Key	View decryption / passphrase key if you received an encrypted CD-ROM.
Company Calendar	Check your company calendar of surveys.
Secure Messaging Center (SMC)	Securely exchange messages and data files with Census Bureau.

AM Home Page
AM Bulletins
AM Training
AM Tools
Census Contacts
Electronic Reporting
Visit/ Promo Information
Econ Dir CSD EPCD ESMPD FTD GOVS MCD SSSD



2007 Economic Census Account Manager Homepage

Welcome to Your 2007 Economic Census Account Managers' Homepage! If you identify a page you think will be useful to other AM's, please email suggestions to crm@census.gov. Thanks!

Important Dates to Remember:
Keep Calling your Companies
Call 4 - "Thanks for Reporting"

What's New on the AM Web -

- [Economic Census Reminder & Overdue Letters](#) **L DATE!**
- [AM Bulletin 15 Now Available](#) **NEW!**

AM News -

[Business.Census.Gov](#)

This is a great web site for those who want to know more about the 2007 Economic Census - **Give it a Test Drive!**

[Econ Form to Analyst List Now Available](#)

Thanks to Jennifer Lee's request, we've developed a list of Analysts and Branches to contact should you have questions about the Economic Census forms. The list is available on the [Census Contacts](#) page

[Call 2 Training Materails Now On-line](#)

Need a refresher? Call 2 training materials are available on the [AM Training page](#)



OFFICIAL 5 YEAR MEASURE OF AMERICAN BUSINESS

Watch for your **2007 Economic Census forms** in December

[Q&A](#) | [TESTIMONIALS](#) | [MEDIA/ASSOCIATIONS](#) | [CONTACT US](#)

How do I find the average salaries for jobs in my industry?

Select your industry from the list below.

IT'S A FACT...

85%

OF THE COUNTRY'S GAS STATIONS SELL GROCERIES AND OTHER FOOD ITEMS.

The Economic Census helps organizations make informed business decisions. Take a moment now to see just a sample of the information available to you.

Industry Snapshots

Select a featured industry...

Business & Facts

Select any industry...

Want more information about your industry?

How are businesses using this kind of information?

Find out more about 2007 Economic Census

“The Economic Census is indispensable to understanding America’s economy.”
– Ben Bernanke

