



Emploi et
Développement social Canada

Employment and
Social Development Canada

Canada

EMPLOI ET DÉVELOPPEMENT SOCIAL CANADA (EDSC)

NC-POR-ROP-GD@HRSDCRHDCC.GC.CA

SERVICE CANADA

Sondage sur l'expérience client 2018-2019

ROP N° 101-18

DATE D'ATTRIBUTION DU CONTRAT : 9 JANVIER 2019
CONTRAT N° G9292-192214/001/CY

11 SEPTEMBRE 2019

Valeur du contrat : 249 634,20 \$ (TVH comprise)

THIS REPORT IS ALSO AVAILABLE IN ENGLISH UPON REQUEST.

© 2018-2019 Ipsos. Tous droits réservés. Le document contient des renseignements exclusifs et confidentiels qui ne peuvent être divulgués ou reproduits sans l'autorisation écrite d'Ipsos.



RÉSUMÉ

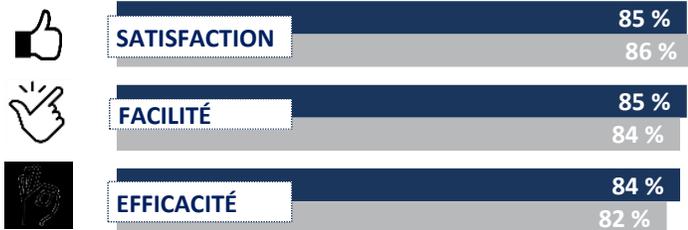
Sondage de Service Canada sur l'expérience client 2018-2019 – Les résultats en un coup d'œil

4 401 entrevues menées (de 600 à 1 100 par programme)

Méthode : Sondage par téléphone

Travail sur le terrain : du 6 au 31 mars 2019

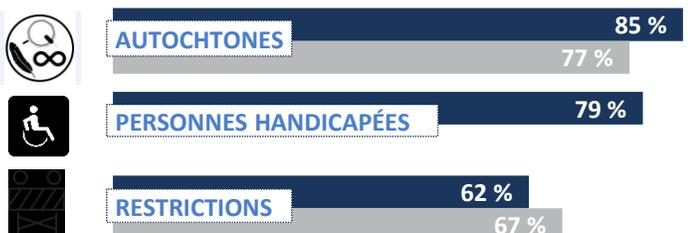
EXPÉRIENCE DE SERVICE GLOBALE



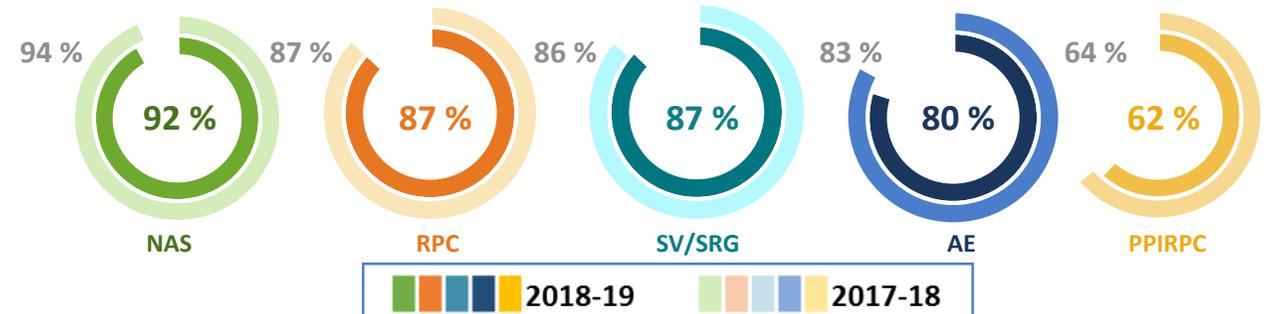
SATISFACTION PAR MODE DE PRESTATION



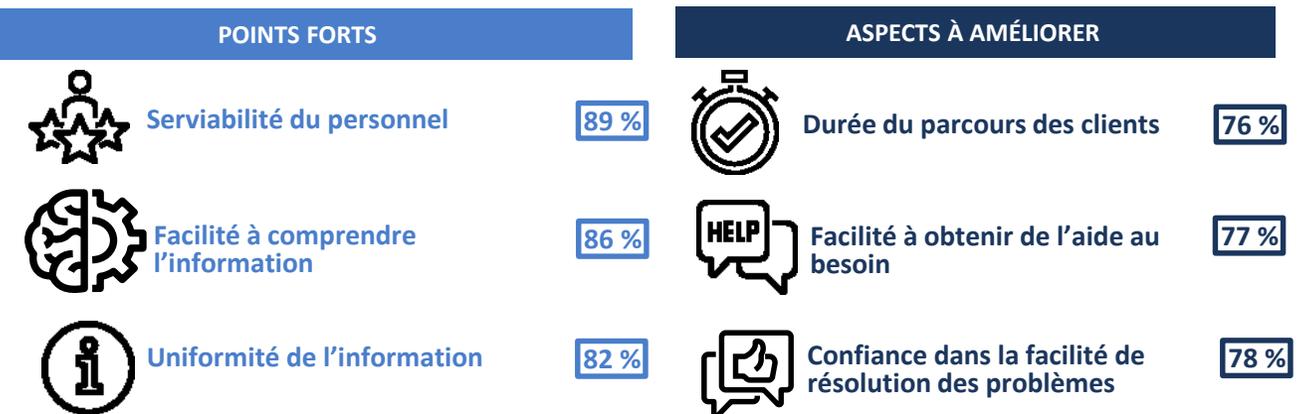
SATISFACTION PARMIS LES GROUPES VULNÉRABLES SÉLECTIONNÉS



SATISFACTION PAR PROGRAMME



PRINCIPAUX FACTEURS DE LA SATISFACTION



Contexte et objectifs



- Le projet de mesure de l'expérience client a été mené en deux phases. La première phase comprenait l'exécution du sondage sur l'expérience client, tandis que la deuxième phase comprenait une série de groupes de discussion en ligne et d'entrevues approfondies auprès des clients recensés au moyen du sondage quantitatif.
- Le sondage sur l'expérience client vise à assurer le suivi de l'expérience liée aux services offerts par Service Canada. En 2017-2018, la Direction générale de service aux citoyens a lancé le sondage annuel sur l'expérience client pour obtenir une mesure de référence.
- En 2018-2019, le sondage a servi à recueillir des données destinées à contribuer à la surveillance du rendement de la prestation des services de Service Canada et à guider la transformation des services.
- Il est à noter que cette vague du sondage accorde une place considérable à la collecte des renseignements à l'appui du processus décisionnel relatif à la transformation par rapport au suivi des aspects détaillés de l'expérience de service. On a apporté ce changement à cette vague du sondage puisque l'incidence de la transformation des services ne devrait pas être évidente avant que deux ans au moins se soient écoulés depuis sa mise en œuvre.
- La deuxième phase, de nature qualitative, examine les raisons pour lesquelles les clients qui ont l'habitude de faire des transactions en ligne choisissent de recourir au mode de prestation en personne et la mesure dans laquelle ils feraient ou non la transition vers le mode de prestation en ligne en réponse aux innovations proposées.
- Le volet qualitatif sert également à mieux comprendre l'expérience de service chez ceux qui ont eu un problème ou ont exprimé leur insatisfaction à l'égard de leur expérience globale.

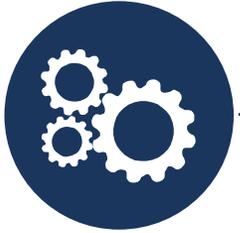
Méthode – Phase quantitative

- Un sondage téléphonique a été mené auprès d'un échantillon de 4 401 clients de Service Canada dans les six principaux programmes. Pour le sondage de 2018-2019, les bénéficiaires de la Sécurité de la vieillesse (SV) et du Supplément de revenu garanti (SRG) ont été rassemblés dans un seul groupe de clients, puisque les demandes de prestations étaient combinées.
 - Assurance-emploi (AE)
 - Régime de pensions du Canada (RPC)
 - Programme de prestations d'invalidité du Régime de pensions du Canada (PPIRPC)
 - Sécurité de la vieillesse (SV)/Supplément de revenu garanti (SRG)
 - Numéro d'assurance sociale (NAS)
- Un suréchantillonnage a été effectué auprès de deux groupes de clients vulnérables : ceux qui vivent dans des régions éloignées et les clients autochtones.
- Les entrevues ont eu lieu entre le 6 et le 31 mars 2019.
- Les clients qui avaient reçu des services en août, septembre ou octobre 2018 ont fait l'objet d'un échantillonnage (pour le PPIRPC et la SV/SRG, la période a été prolongée jusqu'en décembre 2018 afin d'obtenir un échantillon suffisant).
- La taille de l'échantillon pour le sondage comporte une marge d'erreur de $\pm 1,5 \%$, compte entre 600 et 1 100 personnes pour chaque programme, et la marge d'erreur se situe entre $\pm 4 \%$ et $\pm 2,9 \%$.
- Les résultats ont été pondérés selon l'âge, le sexe, la région, le programme et les prestations (approuvées ou refusées) à l'aide de données administratives sur les clients qui ont suivi un parcours (décision initiale) entre août et octobre 2018. On a maintenu les pondérations de programme constantes pour 2017-2018 afin de dégager des résultats tout changement attribuable à l'expérience de service.
- Le document Méthode détaillée du sondage sur l'expérience client 2018-2019 est disponible sous pli séparé.



Méthode – Phase qualitative

- Une série de six groupes de discussion qualitatifs en ligne ont été organisés entre le 7 et le 9 mai 2019.
- Quatre groupes portant sur l'incitation des clients à adopter le libre-service :
 - Trois groupes comptant 17 participants au total, dont un groupe réunissant des participants qui avaient présenté une demande d'AE en personne, mais n'étaient pas vulnérables en matière d'utilisation de services en ligne, un groupe réunissant des participants qui avaient présenté une demande de prestations du RPC en personne, mais n'étaient pas touchés par la cybervulnérabilité, et un groupe réunissant des participants qui avaient présenté une demande de prestations du PPIRPC en personne;
 - Un groupe témoin de huit participants qui avaient présenté une demande d'AE ou de RPC en ligne.
- Deux groupes portant sur l'insatisfaction et la résolution des problèmes :
 - Deux groupes de 11 participants au total.
- Les séances ont été hébergées sur la plateforme Ideation Exchange d'Ipsos et ont duré 90 minutes chacune. Tous les participants se sont également connectés à la téléconférence. Toutes les séances se sont déroulées en anglais.
- Une série de six entretiens téléphoniques ont été réalisés en français entre le 23 et le 28 mai 2019. Cinq entretiens ont été menés auprès de demandeurs de l'AE et une auprès d'un demandeur de la SV.



Principales constatations : Rendement

La satisfaction à l'égard de l'expérience de service est demeurée stable par rapport à 2017-2018 et a continué d'être inférieure pour les clients de l'AE et du PPIRPC. La satisfaction est fortement liée à la confiance envers Service Canada.

- La vaste majorité de la clientèle de Service Canada demeure satisfaite de l'expérience de service (85 %) et la trouve facile (85 %) et efficace (84 %). Au chapitre de l'efficacité, une amélioration a été enregistrée par rapport à l'an dernier, et une plus grande proportion de clients accordent les notes les plus élevées à la facilité et à l'efficacité, tandis qu'un plus petit nombre de clients accordent la note la plus élevée à la satisfaction globale.
- Les clients expriment également un degré élevé de confiance (83 %) envers Service Canada pour ce qui est de la prestation efficace des services aux Canadiens (une nouvelle mesure pour 2018-2019). On a constaté une très forte corrélation entre la confiance et la satisfaction globale de l'expérience de service.
- Plus de neuf clients qui demandent un NAS sur dix (92 %) se disent satisfaits de l'expérience de service, ce qui représente le résultat le plus élevé de tous les programmes, ce qui n'a pas changé par rapport à 2017-2018. Huit clients de l'AE sur dix (80 %) et près de six clients du PPIRPC sur dix (62 %) sont satisfaits dans l'ensemble, un résultat inférieur à celui des autres programmes, qui est resté statistiquement inchangé d'une année à l'autre.



Principales constatations : Rendement (suite)

Les clients demeurent les plus satisfaits de l'expérience des services en personne, tandis que la satisfaction à l'égard des centres d'appels spécialisés est la plus faible. Certaines difficultés se sont dégagées de l'expérience auprès des centres d'appels spécialisés d'une année à l'autre.

- La grande majorité des clients demeurent satisfaits de chaque mode de prestation de services. La satisfaction à l'égard du service en personne demeure la plus élevée (87 %), suivie des services en ligne (79 %) et des centres d'appels spécialisés (75 %).
- On a observé une baisse de satisfaction chez ceux qui ont eu recours aux centres d'appels spécialisés au cours de cette période de sondage par rapport à la période précédente. De plus, moins de clients ont accordé les notes les plus élevées à tous les modes de prestation de services par rapport à l'an dernier.

Dans l'ensemble, les clients de Service Canada accordent la note la plus élevée au service en ce qui a trait à la serviabilité du personnel, à la conviction d'avoir tout le nécessaire au moment de présenter une demande et à la confiance dans la sécurité de l'information.

- Près de neuf clients sur dix trouvent le personnel de Service Canada serviable (89 %), sont certains d'avoir tout le nécessaire au moment de présenter une demande (88 %) et sont convaincus que leurs renseignements personnels sont protégés (87 %).

Les attributs de service affichant des notes inférieures sont la rapidité du service, la facilité à obtenir de l'aide, le fait de n'avoir à expliquer la situation qu'une seule fois et la clarté du processus.

- Moins de huit clients sur dix ont donné des notes élevées au temps raisonnable nécessaire au parcours complet du client (76 %), à la facilité d'obtenir de l'aide au besoin (77 %), au fait de n'avoir à expliquer la situation qu'une seule fois (77 %) et aux indications claires, tout au long du processus, des étapes suivantes et de l'échéancier (77 %).

Certains aspects du service ont obtenu une note systématiquement élevée ou faible dans l'ensemble des programmes.

- La conviction d'avoir tout le nécessaire au moment de présenter une demande et la serviabilité des agents de Service Canada sont uniformément les domaines les mieux notés. La confiance dans la résolution des problèmes est toujours l'un des domaines les moins bien notés.



Principales constatations : Rendement (suite)

Les clients qui demandent un NAS continuent d'accorder les notes les plus élevées à tous les attributs du service.

- La grande majorité des clients qui demandent un NAS donnent des notes positives à tous les attributs et ont trouvé l'expérience de service facile et efficace. Toutes proportions gardées, les domaines les moins bien notés (qui ont tout de même obtenu des notes supérieures à 80 %) comprennent la clarté des mesures à prendre en cas de problème et la clarté des étapes suivantes et de l'échéancier connexe.

Les clients du RPC et de la SV/du SRG donnent des notes semblables à tous les attributs de service, et la plupart d'entre eux accordent une note élevée à chaque domaine.

- La majorité des clients du RPC et de la SV/du SRG donnent des notes élevées à la plupart des attributs de service. Les domaines les mieux notés sont la serviabilité des agents de Service Canada, la facilité à présenter une demande et la facilité à comprendre les conditions d'admissibilité. Les domaines qui sont toujours les moins bien notés sont la facilité d'obtenir de l'aide et la clarté des étapes suivantes et de l'échéancier connexe. Les clients du RPC ont également éprouvé plus de difficultés à comprendre les mesures à prendre en cas de problème ou de question, tandis que les clients de la SV/du SRG ont accordé des notes plus faibles au fait de n'avoir à expliquer la situation qu'une seule fois.

La majorité des clients de l'AE ont une impression positive de la plupart des aspects du service, mais les notes sont légèrement inférieures à celles des autres programmes.

- L'expérience de service de l'AE affiche les notes les plus élevées pour ce qui est de la confiance dans la protection des renseignements personnels, de la facilité à présenter une demande, de la facilité à comprendre l'information et de la serviabilité des agents de Service Canada. Les domaines les moins bien notés comprennent la rapidité du service, le fait de n'avoir à expliquer la situation qu'une seule fois, la facilité à obtenir de l'aide et la clarté du processus.

Les clients du PPIRPC continuent d'éprouver le plus de difficultés au cours de l'expérience de service.

- Les clients du PPIRPC accordent des notes considérablement plus faibles à la plupart des attributs de service. L'expérience de service du PPIRPC est jugée la plus élevée pour ce qui est de la confiance dans la protection des renseignements personnels et de la serviabilité des agents de Service Canada. Les attributs de service les moins bien notés comprennent la rapidité du service, la clarté des étapes suivantes et de l'échéancier connexe et le fait de n'avoir à expliquer la situation qu'une seule fois.



Principales constatations : Rendement (suite)

Dans l'ensemble, on a observé des changements positifs pour un certain nombre d'attributs de service liés à la facilité et à la confiance, tandis que la serviabilité des agents de Service Canada obtient moins de notes élevées.

- Les clients sont plus susceptibles de convenir que l'information était facile à comprendre, qu'ils avaient tout le nécessaire au moment de présenter une demande, qu'il était facile de comprendre les conditions d'admissibilité, que l'information sur la façon de présenter une demande était facile à trouver, qu'ils pouvaient passer d'une étape à l'autre sans difficulté et qu'ils étaient certains que tout problème serait facilement résolu.
- La serviabilité des agents de Service Canada a diminué par rapport à l'an dernier.



Principales constatations : Facteurs de la satisfaction

Les facteurs de la satisfaction les plus importants sont la rapidité du service, la serviabilité du personnel, la facilité à obtenir de l'aide, l'obtention de renseignements uniformes et la facilité de résolution des problèmes, bien que la satisfaction ne se soit pas améliorée dans ces domaines.

- Les aspects communs qui pourraient être améliorés pour la clientèle de Service Canada ne changent pas d'une année à l'autre. Afin d'améliorer l'expérience de service pour le plus grand nombre de clients ayant recours aux programmes d'EDSC, il faudrait principalement mettre l'accent sur l'amélioration de la rapidité du service, de la facilité à obtenir de l'aide et de la facilité de résolution des problèmes, qui représentent les attributs de service les plus fortement liés à la satisfaction globale lorsque le rendement est inférieur par rapport aux autres domaines.
- La rapidité du service a pris de plus en plus d'importance dans la détermination de la satisfaction. La mise en place d'un mécanisme permettant de mieux gérer les attentes concernant les temps d'attente et les délais de prise de décision devrait contribuer à améliorer la satisfaction des clients.
- La facilité à recevoir de l'aide tout au long du parcours du client est fortement liée à la confiance dans la résolution des problèmes ainsi qu'à la satisfaction et à la confiance générales. Elle offre aux clients la tranquillité d'esprit à laquelle ils aspirent tout au long des différentes étapes du processus de demande.

Bien que moins de clients aient eu un problème cette année, des difficultés sont survenues quant à la facilité de résolution. L'amélioration de la fonctionnalité en ligne, la courtoisie dans l'explication des refus, l'établissement proactif des attentes relatives aux temps d'attente et la centralisation des renseignements sur les demandes donneront probablement lieu à des résultats plus satisfaisants.

- Seize pour cent (16 %) des clients déclarent avoir eu un problème en 2018-2019, en baisse par rapport à l'an dernier. Toutefois, seul le tiers (33 %) d'entre eux estiment qu'il a été facilement résolu, soit beaucoup moins qu'en 2017-2018. Les problèmes les plus courants ont trait aux demandes longues et compliquées, aux renseignements en ligne portant à confusion, au trop long délai d'obtention des prestations ou de la décision et aux plaintes concernant le manque de connaissances du personnel.
- Les clients du PPIRPC et de l'AE sont les plus susceptibles d'avoir eu un problème (respectivement 32 % et 24 %), et moins de clients du PPIRPC, de clients de la SV/du SRG ou de clients qui demandent un NAS ont été aux prises avec un problème cette année. La facilité de résolution des problèmes est la plus élevée pour les clients du RPC (46 %) et la plus faible pour les clients du PPIRPC (28 %), et a diminué d'une année à l'autre pour les clients de l'AE et les clients qui demandent un NAS.
- Comme l'a révélé la recherche qualitative, les améliorations suggérées ont trait à une meilleure fonctionnalité en ligne, à une plus grande courtoisie dans l'explication des refus, à l'établissement proactif des attentes relatives aux temps d'attente et à la centralisation des renseignements sur les demandes en vue d'une meilleure résolution des problèmes.



Principales constatations : Accès aux services

La plupart des groupes de clients les plus vulnérables continuent d'accorder des notes élevées à l'expérience de service. La satisfaction des clients autochtones s'est améliorée d'une année à l'autre.

- Une forte majorité des clients des groupes vulnérables servis par Service Canada ont vécu une expérience de service positive.
- Comparativement à 2017-2018, la satisfaction à l'égard de l'expérience de service s'est considérablement améliorée chez les clients autochtones. Les clients moins scolarisés sont moins satisfaits d'une année à l'autre, mais la grande majorité d'entre eux donnent une note positive; les notes demeurent constantes par rapport à celles des autres clients.

Il faut améliorer l'expérience de service des clients touchés par des restrictions d'accès aux services et des clients handicapés pour qu'elle atteigne le même niveau de satisfaction que celui des autres clients. L'amélioration de la simplicité des renseignements, de la clarté du processus et de la facilité à obtenir de l'aide, particulièrement en ce qui concerne les situations uniques et complexes, est susceptible de contribuer au rehaussement de leur expérience.

- Les **clients touchés par des restrictions** sont plus susceptibles d'avoir connu un problème, un parcours plus long (plus de huit semaines précisément), et leur degré de satisfaction, quel que soit le mode de prestation de service, est inférieur à celui de l'ensemble des clients. Ils sont également moins satisfaits de plusieurs attributs de service, les écarts les plus flagrants regroupant la facilité à comprendre l'information, le fait de n'avoir à expliquer la situation qu'une seule fois, la facilité à remplir une demande en ligne, la confiance dans la résolution des problèmes et la facilité à obtenir de l'aide.
- Les **clients handicapés** sont beaucoup plus susceptibles d'avoir eu un problème, un parcours plus long (quatre semaines ou plus précisément) et d'être moins satisfaits des services en personne et en ligne. Ils sont également moins satisfaits de plusieurs attributs de service, les écarts les plus flagrants regroupant la facilité à remplir une demande en ligne, le fait de n'avoir à expliquer la situation qu'une seule fois, le passage d'une étape à l'autre sans difficulté et la facilité à comprendre l'information.



Principales constatations : Transformation des services

Les clients qui se sont rendus dans un bureau pour présenter une demande, y compris ceux qui avaient la possibilité de remplir une demande en ligne, l'ont fait en raison de la confiance et de la facilité qu'ils ressentent dans les contacts personnels. Le fait qu'un agent explique le processus et leur fournisse de l'aide augmente la conviction qu'ont les clients d'avoir présenté leur demande correctement.

- Les principales raisons pour lesquelles les clients préfèrent se rendre à un bureau de Service Canada sont la conviction que les choses sont faites correctement et le désir d'obtenir de l'aide ou de faciliter le processus. En outre, les clients de la SV/du SRG, du PPIRPC et du RPC disent plus souvent qu'ils ne se sentent pas à l'aise de déposer une demande en ligne, et les clients du PPIRPC et de la SV/du SRG signalent également plus fréquemment qu'ils n'ont pas accès à Internet ou à un ordinateur.
- Sur le plan qualitatif, le dépôt d'une demande en personne était perçu comme ayant un certain nombre d'avantages par rapport à la présentation d'une demande en ligne. Les clients mentionnent qu'ils sont convaincus que leur demande est correctement remplie et transmise, qu'il est plus rapide ou facile d'obtenir de l'aide qu'au téléphone et leur désir d'être « encadrés » dans le processus de demande pour avoir de meilleures chances d'obtenir une approbation et éviter les retards de traitement.
- La nécessité des modes de prestation en personne subsistera, particulièrement dans les cas plus complexes, comme les clients touchés par des restrictions d'accès aux services ou les clients handicapés, qui dépendent plus fortement de ces modes de prestation.

Près de la moitié des clients qui ont la possibilité d'utiliser le libre-service seraient enclins à le faire s'ils recevaient une aide rapide améliorée par téléphone, par clavardage ou par lien vidéo. Il s'agit de changements qui contribueraient à donner aux clients la conviction qu'ils suivent le processus correctement, ce qui est un facteur important dans le choix du mode de prestation en personne.

- Une aide rapide par téléphone pendant les heures d'ouverture et la possibilité de parler à un agent au moyen d'un lien vidéo inciteraient probablement les clients à effectuer leur demande en ligne. Si les étapes de la demande en ligne étaient plus simples et mieux expliquées, ou si une aide rapide était apportée par un service de clavardage en direct, certaines personnes seraient plus motivées à recourir au mode en ligne. Il convient de noter que deux personnes sur dix ont déclaré qu'aucune des solutions proposées ne les motiverait à effectuer une demande en ligne.
- La recherche qualitative nous enseigne que, pour attirer les clients vers le libre-service, il convient de répondre à leur besoin d'information et de consignes détaillées, et d'apporter certains des meilleurs aspects de l'expérience en personne. Cela comprend l'assurance d'une demande remplie correctement et de son bon traitement, la confirmation de la bonne réception des éventuels documents justificatifs et la possibilité d'obtenir facilement des réponses aux questions. Il faudrait également se pencher sur les préoccupations relatives au libre-service, notamment une meilleure communication des attentes à chaque étape du processus et l'assurance que leur demande est importante.



Principales constatations : Transformation des services (suite)

Mon dossier Service Canada (MDSC) aide à promouvoir le libre-service du fait que les clients sont encouragés à ne pas recourir au mode de prestation par téléphone. Les utilisateurs de MDSC apprécient la plateforme pour l'accès simple et facile aux renseignements et la clarté accrue quant à l'état de la demande. Les non-utilisateurs ne connaissaient pas bien la plateforme et ses fonctionnalités, mais ils l'ont trouvée intéressante.

- Plus de sept clients sur dix de l'AE et du RPC (prestations de retraite [RET]) ont déclaré avoir créé un compte MDSC au cours de la présentation de leur demande, ce qui n'est le cas que de trois clients de la SV/du SRG sur dix. Les trois quarts de ceux qui ont dit avoir créé un compte MDSC l'ont trouvé facile à utiliser, et les notes sont uniformes entre les clients de l'AE, du RPC-RET et de la SV/du SRG.
- Environ un quart des clients de chaque programme ont demandé de l'aide pour configurer leur compte MDSC, la moitié de ces derniers ayant choisi de se rendre dans un bureau, et un tiers, d'appeler le service téléphonique.
- Près de huit clients sur dix ont utilisé MDSC pour vérifier l'état de progression de leur demande, et deux tiers de ceux-ci y ont trouvé l'information voulue. Les clients de l'AE sont beaucoup plus susceptibles d'avoir vérifié l'état de leur demande. Les clients du RPC-RET sont plus susceptibles d'avoir reçu l'information voulue sans appeler Service Canada pour demander de l'aide.
- Sur le plan qualitatif, la fonctionnalité offerte par MDSC est universellement intéressante. Toutefois, la plateforme ainsi que les différentes fonctions et informations qu'elle offre sont largement méconnues.
- Les clients disent que l'utilisation du compte MDSC peut éliminer la confusion et l'incertitude concernant leur demande, et leur donner l'assurance qu'elle a été correctement remplie et qu'elle est en cours de traitement. L'idée d'un système de « gestion des cas » centralisé auquel ils pourraient accéder était extrêmement intéressante. Quelques clients ont connu des problèmes pour créer leur compte et, pour la plupart, la réception d'un NIP par courriel paraissait une bonne solution.



Principales constatations : Transformation des services (suite)

Les principaux obstacles à la demande en ligne à domicile sont psychologiques et émotionnels. Les clients déposent souvent leur demande de prestation pour la première fois, et l'importance d'un soutien accroît leur besoin d'être rassuré et mis en confiance à l'égard du processus.

- Presque tous les clients ont régulièrement recours à d'autres services en ligne. Cependant, ils ont l'impression que la situation est différente, dans la mesure où ils demandent très rarement des prestations gouvernementales (pour beaucoup, il s'agit de leur première demande).
- De plus, la gravité et l'importance de ce qu'ils demandent leur donnent un plus grand besoin d'être rassurés et mis en confiance à l'égard du processus.

Les constatations indiquent que les éléments suivants peuvent aider à augmenter le nombre de clients qui optent pour le libre-service :

- GÉRER LES ATTENTES QUANT À LA RAPIDITÉ DU SERVICE – Mieux décrire les étapes du processus y compris le temps que peut prendre chaque étape, le rôle du client d'un bout à l'autre de la démarche y compris les étapes charnières et les façons d'obtenir de l'aide ou de l'information sans se déplacer pour une rencontre en personne (c'est-à-dire 1 800 O-Canada, MDSC);
- DISPONIBILITÉ DE L'AIDE – Près de la moitié des clients qui ont l'option d'utiliser le libre-service pourraient être enclins à le faire moyennant une amélioration de l'aide, soit des conseils rapides par téléphone ou par clavardage, ou encore au moyen d'un lien vidéo; ces changements pourraient contribuer à donner aux clients l'assurance qu'ils suivent le processus correctement, ce qui est un facteur important pour le choix du mode de prestation en personne.
- CONFIANCE – Les clients veulent savoir que l'on considère leur demande comme étant importante et qu'on l'examine attentivement. Le personnel de Service Canada excelle à faire en sorte que les clients se sentent valorisés, ce qui manque actuellement à l'expérience du libre-service :
 - CERTITUDE – Le fait de garantir au client que sa demande a été remplie correctement constitue un résultat fortement souhaité et l'une des principales raisons pour lesquelles les clients choisissent d'avoir accès aux services en personne pour obtenir de l'aide;
 - CLARTÉ – L'explication concernant chaque question de la demande et la façon d'effectuer les démarches du processus constituent des avantages clés du mode de prestation en personne que l'on pourrait intégrer à d'autres modes de prestation.

