



issa

INTERNATIONAL SOCIAL SECURITY ASSOCIATION
ASSOCIATION INTERNATIONALE DE LA SÉCURITÉ SOCIALE
ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL
INTERNATIONALE VEREINIGUNG FÜR SOZIALE SICHERHEIT

Séminaire technique sur les technologies de l'information et de la communication dans la sécurité sociale

Beyrouth, Liban, 22-23 juin 2010

Accès en libre service des clients de l'Organisation générale de l'assurance sociale (CSS, E-Services)

Une pratique de l'Organisation générale de l'assurance sociale

Présenté par:

Bander Alghafees

Database Administration Manager, Infrastructure Department

Organisation générale de l'assurance sociale

Arabie saoudite



issa

INTERNATIONAL SOCIAL SECURITY ASSOCIATION
ASSOCIATION INTERNATIONALE DE LA SÉCURITÉ SOCIALE
ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL
INTERNATIONALE VEREINIGUNG FÜR SOZIALE SICHERHEIT

Bonnes pratiques en sécurité sociale

Bonne pratique implémentée depuis: 2005

Accès en libre service des clients de l'Organisation générale de l'assurance sociale (CSS, E-Services)

Une pratique de l' Organisation générale de l'assurance sociale

Certificat avec mention, prix de l'AISS des bonnes pratiques – concours Asie et Pacifique 2009

Organisation générale de l'assurance sociale
Arabie saoudite

Résumé

La politique de l'Organisation générale de l'assurance sociale (General Organization for Social Insurance (GOSI)) consiste à donner priorité à ses clients. C'est sur la base de cette politique que la GOSI a décidé de devenir l'e-GOSI, la lettre «e» ne voulant pas dire seulement «électronique», mais aussi «efficacité» dans le service à la clientèle. L'accès en libre services des clients (la CSS) constitue l'une des principales démarches entreprises par la GOSI pour mettre en œuvre cette politique. Grâce à l'efficacité de cette stratégie, la GOSI donne satisfaction à ses clients et améliore la qualité de ses services, malgré un accroissement significatif du volume de transactions lié à la croissance économique de l'Arabie saoudite.

Grâce à la stratégie e-GOSI, la GOSI met à la disposition de ses clients des centres de services virtuels où ils peuvent effectuer des transactions électroniques rapides et faciles. Les clients étant le point focal de cette stratégie, la GOSI leur permet d'accéder à presque tous les services à travers différents canaux électroniques tout en introduisant de nouveaux services de façon proactive. Un des défis de cette stratégie a été de répondre aux besoins spécifiques d'une clientèle variée: employeurs, cotisants, bénéficiaires, hôpitaux et organismes publics.

Au-delà des avantages que les e-services génèrent pour ses clients, la GOSI en a tiré des gains substantiels, notamment sur le plan de la durée des transactions, l'optimisation des ressources, l'image du service à la clientèle, les économies financières, ainsi que la fiabilité et la disponibilité des données.

CRITÈRE 1:

Quel(le) était le problème/la question/le défi que la bonne pratique a permis de résoudre/relever?

Compte tenu de la forte croissance économique et des mutations démographiques observées en Arabie saoudite au cours des six dernières années, la GOSI a prévu un essor important du secteur privé et du nombre de salariés qu'il emploie. C'est pourquoi elle a mis en place dès juin 2005 des e-services en tant que mesure proactive destinée à faire face aux défis suivants:

- augmentation du nombre d'employeurs, de cotisants et de bénéficiaires;
- expansion de ses activités vers de nouvelles zones géographiques afin d'élargir ses services aux nouvelles entreprises;
- nécessité d'améliorer la qualité des services et d'éviter des problèmes liés à la croissance de l'institution tels que files d'attente, difficultés à trouver une place de parking, lenteur dans le traitement des requêtes, lourdeurs bureaucratiques et éventuelles erreurs liées à un volume excessif de dossiers en instance;
- importance de préserver l'image de la GOSI comme institution bien gérée, dotée

d'un service à la clientèle de qualité.

Face à ces défis, la GOSI a recherché une solution lui permettant d'apporter des réponses novatrices, efficaces, rentables et génératrices de valeur ajoutée.

CRITÈRE 2:

Quels étaient les principaux objectifs et les résultats attendus?

La solution proposée se devait non seulement d'apporter une réponse aux défis susmentionnés, mais aussi de générer les résultats suivants:

- améliorer la qualité du service à la clientèle en offrant aux usagers des services flexibles, personnalisés et efficaces;
- développer une relation plus solide et concrète entre la GOSI et ses parties prenantes;
- réduire les coûts administratifs et opérationnels;
- fournir un processus rentable, simple et facile à utiliser pour la GOSI, pour ses cotisants et pour ses bénéficiaires;
- disposer davantage d'information exacte, fiable et disponible en temps voulu;
- protéger les droits des assurés et minimiser le nombre de fraudes éventuelles;
- éliminer les procédures bureaucratiques grâce aux nouvelles technologies.

CRITÈRE 3:

Quelle a été l'approche ou la stratégie innovante suivie pour atteindre les objectifs?

Afin de faire face aux défis susmentionnés et d'atteindre les résultats attendus, la GOSI a mis en œuvre une stratégie innovante basée sur des services électroniques et couvrant une multitude de domaines, dont les suivants:

- Adoption d'une approche proactive du service à la clientèle grâce à une interaction avec les organismes publics. Par exemple, nous fournissons aux jeunes mariées une allocation spécifique sans qu'elles aient à la demander, grâce aux données fournies par le ministère de l'Intérieur dès la célébration de l'union matrimoniale.
- Réorganisation globale des processus: modification des règles d'accès aux e-services et suppression de certaines étapes des processus administratifs, remplacées par des systèmes électroniques de vérification, afin de garantir l'efficacité des services sans prendre de risques sur le plan de la fiabilité ou de la qualité.
- Instauration de dispositifs électroniques d'interaction avec les organismes publics afin d'accéder directement à leurs bases de données, ce qui permet de faire gagner du temps aux usagers et d'obtenir des informations plus à jour. La GOSI est ainsi en interaction constante avec le Centre national d'information.

- Mise en place d'e-services multicanaux: les différents segments de clientèle ont été pris en compte de façon spécifique selon leurs besoins et leurs moyens. Les canaux électroniques incorporés au système central de gestion de la GOSI incluent les éléments suivants:
 - un portail web: il s'agit là d'une agence virtuelle dans laquelle le client peut effectuer des transactions en ligne, et ce en moins de 30 secondes;
 - un utilitaire dédié au traitement de grands volumes de données: similaire au portail web, il permet au client de télécharger des fichiers contenant un grand nombre de transactions, ce qui lui permet d'effectuer des milliers de transactions en 30 secondes;
 - grâce à sa transparence inter-système, le système électronique de la GOSI est connecté au système client à travers les services web, ce qui lui permet d'intégrer directement toutes les informations et mises à jour pertinentes sans aucune intervention humaine. Cela représente un gain de temps et une garantie sur le plan de la fiabilité des données et du traitement des dossiers;
 - un serveur vocal interactif: il s'agit là d'un autre canal e-service très apprécié par les personnes qui ne savent pas se servir d'un ordinateur. Pour l'utiliser, un simple téléphone suffit (pas besoin d'avoir un PC ou une connexion Internet);
 - stations d'accès en libre service (kiosques) et SMS;
 - l'e-paiement: grâce aux technologies MTA, SVI et l'Internet, les employeurs peuvent vérifier le solde de leur compte et payer leurs cotisations. De la même façon, les bénéficiaires reçoivent leurs prestations par transfert électronique directement sur leur compte bancaire.
- Sécurisation de l'information et des canaux de communication grâce à l'utilisation des technologies appropriées telles que signatures numériques et certificats électroniques.
- Création de sites de récupération de données afin de garantir la fiabilité et la continuité du service. Des personnes spécialement qualifiées sont en outre chargées d'évaluer la convivialité des services.
- La fourniture des services est accompagnée d'un soutien multicanal: assistance par e-mail, par téléphone et en ligne, manuels en ligne et vidéocapture d'écran.
- Campagne multifrontale d'information sur les services fournis: au niveau des agences locales, auprès des clients, en ligne et à travers les médias. La GOSI fait également appel à ses clients pour promouvoir ses services en les incitant à faire part de leur expérience et à vanter le gain de temps et d'argent lié à l'utilisation des e-services.
- Réalisation régulière d'études sur l'amélioration de la performance et d'audits sur le fonctionnement des différents services, notamment à travers des enquêtes auprès de la clientèle, des études sur le terrain et l'analyse des transactions et des utilisations. Les améliorations apportées reflètent les résultats des sondages menés auprès des clients.

CRITÈRE 4:

Les ressources et moyens ont-ils été utilisés de façon optimale pour mettre en œuvre la pratique en question?

La stratégie utilisée par la GOSI face aux défis susmentionnés a consisté à utiliser les ressources existantes pour mettre en œuvre des solutions. Les ressources suivantes ont été explorées et employées:

- intégration des solutions aux logiciels de gestion d'information dont disposait la GOSI;
- participation des employés du département des TI à toutes les étapes du projet;
- utilisation de l'expérience d'autres projets mis en œuvre en interne;
- application de technologies à code source libre pour le développement des services, car elles constituent une méthode fiable et rentable.

CRITÈRE 5:

Quels sont les impacts/résultats obtenus jusqu'à présent?

L'impact de la stratégie e-service a été observé dans de nombreux domaines:

- le volume des transactions s'est accru de 85 pour cent entre 2006 et 2009, alors que le nombre de salariés de la GOSI n'a augmenté que de quatre pour cent;
- service à la clientèle: l'e-service est d'accès facile et convivial; il est financièrement avantageux; il représente un gain de temps (au niveau des transactions et du temps de transport); il offre une couverture géographique complète et permet aux clients d'utiliser les services 24h/24 et 7 jours/7. Selon une enquête réalisée auprès des utilisateurs des e-services, 89,3 pour cent d'entre eux se sont déclarés satisfaits. Ces résultats sont corroborés par le taux de croissance annuel du nombre d'utilisateurs des e-services: 296 pour cent en moyenne;
- facteur temps: malgré le doublement du nombre de transactions, le nombre de transactions opérées dans le cadre des agences a diminué de 67 pour cent, ce qui a entraîné une baisse de 75 pour cent de la durée moyenne des transactions. Si l'on inclut les e-services dans ce calcul, la durée moyenne des transactions a diminué de 96 pour cent, puisque les opérations effectuées en ligne n'impliquent aucun coût en terme de temps;
- facteur coût: comme pour tous les services électroniques, les e-services proposés par la GOSI représentent de nombreuses économies intangibles pour toutes les parties: la GOSI elle-même, ses clients, la société dans son ensemble et l'environnement. La qualité des services est meilleure; les frais généraux diminuent; les clients gagnent du temps et ont accès aux services avec plus de commodité; les gains de temps et d'argent génèrent une plus grande productivité et efficacité sur le plan économique et, enfin, la réduction de la circulation automobile contribue à diminuer la pollution de l'air. Pour la GOSI, les e-services représentent

une économie de 44 pour cent en termes de coût des transactions (hors frais généraux et frais administratifs) et d'environ 16 millions de SAR par trimestre sur le plan de la masse salariale;

- planification stratégique de haut niveau: les données sont désormais plus précises et constamment actualisées. Les rapports des instances de haut niveau reflètent avec une pertinence accrue la situation réelle de l'institution, notamment la meilleure optimisation du temps de travail (96 pour cent).

CRITÈRE 6:

Quels sont les enseignements qui ont été tirés de l'application de la bonne pratique?

La GOSI a tiré de nombreux enseignements de cette expérience, notamment les suivants:

- Malgré la tendance naturelle à résister au changement, la GOSI a conduit une série de changements à plusieurs niveaux: sur le plan organisationnel en modifiant les processus, au niveau des ressources humaines en formant son personnel et, sur le plan culturel, en promouvant ses initiatives novatrices.
- Soutien de la direction: la direction et le personnel d'encadrement de la GOSI ont été impliqués dans la stratégie dès le départ. Des études de faisabilité, des présentations et des réunions-débats ont été organisées avec le concours de la direction, afin d'obtenir son accord et son engagement en faveur de l'initiative.
- Les campagnes d'information jouent un rôle important. Pour que les nouveaux services soient efficaces, il est nécessaire d'informer aussi bien les employés que les clients sur leur fonctionnement et leurs avantages. Avant de lancer les nouveaux services, la GOSI a invité ses salariés à des séminaires et des ateliers pour leur expliquer leur mode de fonctionnement et leurs avantages et les former à leur utilisation. D'autre part, elle a adressé à ses clients des courriers et des dépliants destinés à leur expliquer le fonctionnement et les avantages des nouveaux services.
- Il est important de collaborer avec tous les départements concernés afin qu'aucun ne se sente exclus. Plusieurs départements de la GOSI ont pris part aux réunions où le projet a été débattu et mis au point. Cela leur a permis de se sentir parties prenantes du projet.
- Les TI offrent des économies réelles pour les institutions comme la GOSI, comme expliqué plus haut.
- Convivialité des e-services: la simplicité d'utilisation des e-services a facilité leur adoption par la clientèle.

CRITÈRE 7:

Dans quelle mesure votre bonne pratique se prête-t-elle à une reproduction par d'autres institutions de sécurité sociale?

Nous considérons que ce modèle peut être reproduit par d'autres institutions et convient à la plupart des institutions axées sur les services.