



## Thème 2: Ecoute "clients"

# Visite à l'adhésion





# Le service de santé au travail de Chalons en Champagne

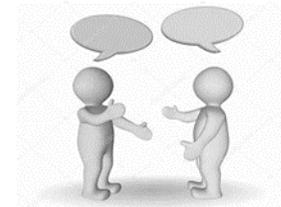
- Assure le suivi de 19000 salariés (1600 entreprises) tous secteurs à l'exclusion du BTP et du secteur agricole et environ 30 à 40 nouveaux adhérents par an
- 25 salariés :
  - 5 médecins
  - 4 infirmières
  - 3 ATST
  - 1 ergonome
  - 1 psychologue du travail
  - 1 toxicologue
  - 1 assistante sociale
  - des assistantes médicales
  - du personnel administratif
  - 1 directrice





# Inscrire le fonctionnement interne du service dans une démarche d'amélioration continue

- Dynamiser le lien avec les nouveaux adhérents
  - Être à l'écoute et mesurer leur satisfaction
  - Répondre avec efficacité et rapidité à leur demande tout en leur garantissant une qualité de service
- Communiquer sur nos missions et services
- Prendre en compte les besoins de adhérents



# Prise de contact lors de l'adhésion



- Présentation du service de santé au travail 
- Enquêtes des besoins de l'adhérent par un questionnaire validé en DPST



Etat des lieux des risques potentiels auxquels les salariés de l'entreprise sont soumis



Proposition de sensibilisation et d'information par l'équipe pluridisciplinaire sur les risques de l'entreprise





- Réalisation de la fiche d'entreprise (dans la mesure du possible)
- Rappel des compétences de l'équipe pluridisciplinaire par rapport aux risques identifiés
- Ecoute clients : identification avec l'adhérent de ses besoins





## Exemple d'écoute clients



- TPE (3 salariés) installée chez un particulier depuis 3 mois
- Activité en plein développement et croissante ++
- Projet de déménagement à cours terme
- Proposition d'accompagnement par l'ergonome pour l'aménagement des nouveaux locaux



# Retour vers le médecin du travail



- Échange suite au besoin de l'adhérent
- Demande d'intervention auprès de l'ergonome
- Mise en place de celles-ci





# Impact en DPST



- Réalisation d'un bilan annuel sur les enquêtes des besoins  
(2019 : 17 visites/enquêtes réalisées sur 36 nouveaux adhérents)
- Mesure des écarts entre les axes du Projet de service et les besoins des nouveaux adhérents
  - ➔ Si besoin urgent mise en place d'actions ponctuelles
  - ➔ Si tendance vers de nouveaux besoins : réflexion pour le nouveau Projet de service



Points forts	Points faibles
Prise de contact et échange avec l'adhérent	Enquête réalisée auprès des nouveaux adhérents seulement
Meilleure compréhension de nos missions par l'adhérent = valorisation du service	Ne pas être à 100% des nouvelles adhésions
Analyse des besoins en temps réel	Délai de réponse pour 1 besoin non prévu dans le projet de service

Après échange au sein du COPIL DPST il est envisagé d'envoyer l'enquête des besoins à tous les adhérents sans attendre le prochain projet de service.

A terme, mise en place d'un retour satisfaction client.

