## Projet de mémoire de fin de cycle en vue de l’obtention du diplôme de Master-Start-Up

### Spécialités :

#### Audit et contrôle de gestion et E-business

**THEME :**

**THEME :**

**Amélioration des services de paiement digital**

**« BaridiMob » pour une meilleure satisfaction client**

**CAS: Algérie Poste**

**Projet :**

**GO-FRIHA**

|  |  |
| --- | --- |
| **Présenté par :** | **Encadré par :** |
| * ADDER Sid Ali * HACEHLAF Sonia * RAMDANI Fouad Abderaouf | * Mme CHADLIA Amel * Mr DERAHMOUNE Hilal |

**Promotion : Juin / 2025**

**Projet de mémoire de fin de cycle en vue de l’obtention du diplôme de Master-Start-Up**

**Spécialités** :

Audit et contrôle de gestion et E-business

**THEME :**

**Amélioration des services de paiement digital**

**« BaridiMob » pour une meilleure satisfaction client**

**CAS : Algérie Poste**

**Projet :**

**GO-FRIHA**

|  |  |
| --- | --- |
| **Présenté par :** | **Encadré par :** |
| * ADDER Sid Ali * HACEHLAF Sonia * RAMDANI Fouad Abderaouf | * Mme CHADLIA Amel * Mr DERAHMOUNE Hilal |

**Promotion : Juin / 2025**

# Dédicaces

*Avant toute chose, je rends grâce à Allah, Le Tout-Puissant, Le Miséricordieux, pour Sa guidance, Sa protection et Sa force qui m’ont accompagné tout au long de ce parcours. Sans Sa volonté, rien de tout cela n’aurait été possible.*

*Je dédie ce travail, du plus profond de mon cœur, à toutes les personnes qui m’ont soutenu, inspiré et encouragé.*

*À mes parents, mon père et ma mère, pour leur amour infini, leurs sacrifices silencieux, et leur présence constante à mes côtés. Vous êtes ma fierté et ma plus grande force. Merci pour tout.*

*À mon frère* ***Nazim,*** *dont l’aide précieuse dans ce travail a été d’un immense appui. Ta présence et ton engagement m’ont beaucoup aidé à avancer.*

*À mes sœurs,* ***Danya*** *et* ***Loubna****, mes sources de douceur et d’encouragement, merci pour votre affection sincère et votre soutien constant.*

*À* ***Fouad*** *et* ***Sid Ali****, mes camarades de travail et de route, pour leur collaboration sincère, leur engagement et leur esprit d’équipe. Travailler à vos côtés a été une vraie chance, et je vous remercie pour chaque effort partagé.*

*À mes amies pour leur bienveillance, leur écoute et leur présence tout au long de cette aventure.*

*Et une pensée toute particulière à* ***Anaïs****, qui, malgré la distance, m’a soutenu avec une générosité de cœur inestimable. Ton implication, ta patience et ta présence à mes côtés, même de loin, ont été d’une grande importance. Merci du fond du cœur.*

*Ce mémoire est le fruit d’un travail, mais surtout d’un amour partagé, d’un soutien fidèle et d’une force collective. Il vous est dédié.*

***SONIA***

*Je dédie ce mémoire à mes parents, pour leur amour, leur soutien inconditionnel et leur patience tout au long de mon parcours.*

*À ma sœur, pour sa présence constante et son encouragement dans les moments difficiles.*

*À une personne très spéciale* ***ND****, dont la présence, les mots et le soutien m’ont aidé à garder le cap, même dans les moments les plus compliqués.*

*À mes amis :* ***Mehdi, hellah, Malek, Samy, outchi, feycal*** *et* ***Sifou, Lotfi, Mohamed,*** *véritables piliers dans ma vie, qui ont partagé avec moi joies et défis.*

*À mes amis:****Charif*** *et* ***Moncef*** *qui traversent des épreuves difficiles, je pense à vous et je vous envoie toute ma force et mon soutien.*

*À mes binômes* ***Fouad*** *et* ***Sonia****, pour leur collaboration, leur soutien et leur esprit d’équipe qui ont rendu ce travail possible.*

*Enfin, tous mes dédicaces à* ***UB*** *qui m’a appris la solidarité, la passion et le sens de la famille. À vous tous, merci d’être à mes côtés, aujourd’hui et toujours.*

***Sid Ali***

*Je tiens tout d’abord à exprimer ma profonde gratitude envers Allah, Le Tout-Puissant, Le Miséricordieux, pour Son aide, Sa guidance, Sa protection et la force qu’Il m’a prodiguées à chaque étape de ce parcours. Sans Sa volonté et Sa bénédiction, rien de tout cela n’aurait pu être accompli.*

*Je dédie ce travail à toutes les personnes qui, par leur soutien, leur inspiration et leurs encouragements, ont contribué de manière significative durant cette période.*

*À mes parents,* ***mon père*** *et* ***ma mère****, je dédie ce travail en reconnaissance de leur amour inconditionnel, de leurs sacrifices et de leur soutien indéfectible. Vous êtes pour moi une source de fierté et de force constante. Merci infiniment pour tout.*

*Je tiens également à rendre un hommage émouvant à* ***ma grand-mère*** *et à* ***mon grand-père****, aujourd’hui absents. Leur mémoire et leur amour continuent de m’accompagner, et leur sagesse ainsi que leur bienveillance demeurent une source constante de force et d’inspiration tout au long de mon parcours. Je vous aime et vous porte à jamais dans mon cœur.*

*À mes frères,* ***Rayan*** *et* ***Racim****, qui m’ont toujours offert leur soutien fidèle et leur affection sincère. Leur encouragement a été une véritable source de motivation.*

*À* ***Sid Ali*** *et* ***Sonia****, mes frères également et mes camarades de travail et de route, pour leur collaboration sincère, leur engagement, leur dévouement et leur esprit d’équipe. Ce fut une véritable chance de travailler à vos côtés, et je vous suis reconnaissant pour tous les efforts accomplis ensemble.*

*À mes amis, pour leur soutien précieux, leur encouragement et leur accompagnement tout au long de cette aventure.*

*À* ***Yakoub Fares****,* ***Toufik****,* ***Djaber****,* ***Harouach Oussama****,* ***Chouaib****,* ***Iskander****,* ***Titi Sidahmed****,* ***Oussama****,* ***Badrreddine****,* ***Mehdi****,* ***Mustapha, Mohamed, Nassim, Fouad****,* ***mes chères cousins et cousines*** *et sans oublier toute ma famille de loin ou de près, pour leur amour, leur soutien et leur présence fidèle, ainsi que* ***Madame Manghour****,* ***Monsieur Abdi****,* ***Monsieur Sebbar*** *et* ***Monsieur Goutal*** *pour leur bienveillance, leur partage de connaissance et leur conseil.*

*À une personne très précieuse pour moi, malgré son absence, m’a apporté un soutien précieux et m’a offert un appui essentiel et une contribution déterminante tout au long de ce parcours.*

*Ce mémoire résulte non seulement d’un travail rigoureux, mais aussi d’un engagement sincère, d’un soutien constant et d’une dynamique collective. Il vous est spécialement dédié.*

***Fouad***

# Remerciements

Nous remercions d’abord Dieu, notre Créateur, de nous avoir accordé la santé, la force, la volonté et le courage nécessaires à la réussite et à l’accomplissement de ce travail.

Nous tenons à exprimer notre profonde gratitude à nos encadrants, Professeure CHADLIA Amel et Professeur DERAHMOUNE Hilal, pour leur accompagnement tout au long de ce travail. Leur expérience académique, leur rigueur intellectuelle, ainsi que leurs conseils et critiques constructives ont grandement contribué à l’aboutissement de cette recherche. Nous les remercions également pour la qualité de leurs remarques, leur disponibilité et leur soutien constant.

Nos remerciements s’adressent aussi à Monsieur Azzaz, pour son aide précieuse, sa disponibilité et sa contribution significative à la réussite de ce projet.

Nous tenons également à remercier chaleureusement l’ensemble du personnel d’Algérie Poste pour leur accueil chaleureux et leur coopération professionnelle.

Nous n’oublions pas d’exprimer toute notre reconnaissance à l’ensemble des professeurs de l’ESGEN, qui ont partagé avec engagement et dévouement leurs savoirs tout au long de notre formation.

Nous remercions enfin les membres du jury pour l’honneur qu’ils nous font en acceptant de juger ce travail, ainsi que toutes les personnes qui, de près ou de loin, ont contribué à la réalisation de ce mémoire.

Nous remercions chaleureusement Monsieur ATTAR NOUREDDINE, pour son soutien, sa vision et ses conseils précieux, qui ont grandement contribué à la réussite de notre travail.

# Liste des figures

[**Figure 1: Organigramme d’Algérie poste 28**](#_bookmark13)

[**Figure 2 : Première page 40**](#_bookmark16)

[**Figure 3 : Sexe 43**](#_bookmark18)

[**Figure 4: Age 43**](#_bookmark19)

[**Figure 5 : Situation Professionnelle 44**](#_bookmark21)

[**Figure 6 : Revenu mensuel 44**](#_bookmark23)

[**Figure 7:Fréquence d’utilisation de BaridiMob 45**](#_bookmark25)

[**Figure 8 : Fréquence d’utilisation BaridiMob 45**](#_bookmark27)

[**Figure 9 : Raisons d’utilisation de BaridiMob 46**](#_bookmark30)

[**Figure 11 : Fréquence d’évaluation de l’expérience des utilisateurs 46**](#_bookmark32)

[**Figure 12: Fréquence d’évaluation de la sécurité 47**](#_bookmark34)

[**Figure 13: Fréquence des atteintes à la sécurité sur BaridiMob 48**](#_bookmark37)

[**Figure 13 : Catégories de problèmes rencontrés 48**](#_bookmark38)

[**Figure 16 : Améliorations souhaitées en matière de sécurité 49**](#_bookmark41)

[**Figure 17 :Rencontres de dysfonctionnements sur BaridiMob 50**](#_bookmark44)

[**Figure 18: Types de problèmes techniques rencontrés 50**](#_bookmark46)

[**Figure 19 : Fréquence des indisponibilités constatées 52**](#_bookmark50)

[**Figure 20 : Répartition horaire des interruptions de service 53**](#_bookmark52)

[**Figure 21 : Impact de l’indisponibilité sur la confiance 54**](#_bookmark55)

[**Figure 22 : Fréquence des contacts avec le service client 54**](#_bookmark57)

[**Figure 23 : Fréquence d’évaluation du service client 55**](#_bookmark59)

[**Figure 24 : Difficultés rencontrées avec le service client 55**](#_bookmark61)

[**Figure 25 :Recommandations pour améliorer le support client 56**](#_bookmark63)

# Liste des tableaux

[**Tableau 1 : Statistique d’utilisation du service BaridiMob en 2924 et 2025 38**](#_bookmark14)

[**Tableau 2 : Sexe 43**](#_bookmark17)

[**Tableau 3 : Age 43**](#_bookmark20)

[**Tableau 4 : Situation Professionnelle 44**](#_bookmark22)

[**Tableau 5 : Revenu mensuel 44**](#_bookmark24)

[**Tableau 6 : Fréquence d’utilisation de BaridiMob 45**](#_bookmark26)

[**Tableau 7 : Fréquence d’utilisation BaridiMob 45**](#_bookmark28)

[**Tableau 8 : Raisons d’utilisation de BaridiMob 46**](#_bookmark29)

[**Tableau 9:Fréquence d’évaluation de l’expérience des utilisateurs 46**](#_bookmark31)

[**Tableau 10 : Fréquence d’évaluation de la sécurité 47**](#_bookmark33)

[**Tableau 11 : Comportements adoptés en cas de doute sur la sécurité des données 47**](#_bookmark35)

[**Tableau 12 : Fréquence des atteintes à la sécurité sur BaridiMob 48**](#_bookmark36)

[**Tableau 13:Catégories de problèmes rencontrés 48**](#_bookmark39)

[**Tableau 14 : Améliorations souhaitées en matière de sécurité 49**](#_bookmark40)

[**Tableau 15 : Réaction face à un manque de sécurité sur BaridiMob 49**](#_bookmark42)

[**Tableau 16 : Rencontres de dysfonctionnements sur BaridiMob 50**](#_bookmark43)

[**Tableau 17 : Types de problèmes techniques rencontrés 50**](#_bookmark45)

[**Tableau 18 : Réponse des usagers face aux erreurs sur BaridiMob 51**](#_bookmark47)

[**Tableau 19 : Impact des bugs sur l’utilisation de BaridiMob 52**](#_bookmark48)

[**Tableau 20 : Fréquence des indisponibilités constatées 52**](#_bookmark49)

[**Tableau 21 : Répartition horaire des interruptions de service 53**](#_bookmark51)

[**Tableau 22 : Réactions face à l’indisponibilité du service 53**](#_bookmark53)

[**Tableau 23 : Impact de l’indisponibilité sur la confiance 54**](#_bookmark54)

[**Tableau 24 : Fréquence des contacts avec le service client 54**](#_bookmark56)

[**Tableau 25 : Fréquence d’évaluation du service client 55**](#_bookmark58)

[**Tableau 26 : Difficultés rencontrées avec le service client 55**](#_bookmark60)

[**Tableau 27 : Recommandations pour améliorer le support client 56**](#_bookmark62)

[**Tableau 28: Niveau de vérification de la variable en fonction du poids relatif 56**](#_bookmark64)

[**Tableau 29: Statistiques descriptives sur l’expérience utilisateur de BaridiMob 57**](#_bookmark65)

[**Tableau 30 : Évaluation de l’expérience des utilisateurs par rapport à la sécurité 59**](#_bookmark66)

[**Tableau 31 : Évaluation de l’expérience des utilisateurs par rapport aux bugs 59**](#_bookmark67)

[**Tableau 32 : Évaluation de l’expérience des utilisateurs par rapport l’indisponibilité du service BaridiMob .60**](#_bookmark68)

[**Tableau 33:Évaluation de l’expérience des utilisateurs par la rapidité de réponse du service client 61**](#_bookmark69)

[**Tableau 34 : Analyse des liens entre sécurité, confiance, confidentialité et satisfaction 62**](#_bookmark70)

[**Tableau 35 : Modèle de régression linéaire sur la satisfaction des utilisateurs de BaridiMob 63**](#_bookmark71)

[**Tableau 36 : Analyse de la variance (ANOVA) du modèle de régression 63**](#_bookmark72)

[**Tableau 37 : Tableau des coefficients de régression linéaire 63**](#_bookmark73)

**Tableau 38 : Tableaux des investissements 93**

**Tableau 39 : Tableaux des achats directs 94**

**Tableau 40 : Tableau des charges externes 94**

**Tableau 41 : Tableau du chiffre d’affaires 95**

**Tableau 42 : Tableau du TCR 97**

**Tableau 43 : Tableau des flux de trésorerie 98**

**Tableau 44 : Tableau de synthèse 99**

# Liste des abréviations

|  |  |
| --- | --- |
| **Abréviations** | **Signification** |
| ANOVA | Analyse de la Variance |
| BDL | Banque de développement local |
| BEA | Banque extérieure d'Algérie |
| BNA | Banque nationale d’Algérie |
| CCP | Compte Courant Postal |
| CIB | Corporate & Investment Banking Card Verification Value (code de  sécurité au dos des cartes bancaires) |
| CNEP | La Caisse nationale d'épargne et de prévoyance |
| CNAS | Caisse Nationale des Assurances Sociales |
| CPA | Coût Par Action |
| CVV2 | Card Verification Value (code de sécurité au dos des cartes bancaires) |
| DAB | Distributeur Automatique de Billets |
| EMV | Europay Mastercard Visa (norme de sécurité des cartes à puce) |
| EMS | Express Mail Service |
| GIE | Groupement d’Intérêt Économique |
| L’E.P.I.C | Établissement Public à caractère Industriel et Commercial |
| L’OCDE | Organisation de coopération et de développement économiques |
| MPTTN | Ministère de la Poste, des Télécommunications, des Technologies et du Numérique |
| OTP | One Time Password (mot de passe à usage unique) |
| PCI DSS | Payment Card Industry Data Security Standard (norme de sécurité des  données) |
| PTT | Poste, Télégraphe et Téléphone |
| QR CODE | Quick Response Code (code de réponse rapide à scanner) |
| SMS | Short Message Service |
| SPSS | Statistical Package for the Social Sciences Europay Mastercard Visa  (norme de sécurité des cartes à puce) |
| TPE | Terminal de Paiement Électronique |

## Sommaire

[Dédicaces II](#_bookmark0)

[Remerciements V](#_bookmark1)

[Liste des figures VI](#_bookmark2)

[Liste des tableaux VII](#_bookmark3)

[Liste des abréviations VIII](#_bookmark4)

[Résumé II](#_bookmark5)

[Partie1 :Amélioration des services de paiement digital « BaridiMob » pour une meilleure satisfaction client I](#_bookmark6)

[Introduction générale 1](#_bookmark7)

[CHAPITRE 1 : Les solutions de paiements digitaux pour évaluer la satisfaction client 4](#_bookmark8)

[Section 01 : Concepts fondamentaux sur le paiement digital 5](#_bookmark9)

[Section 02 : La mesure de la satisfaction client 14](#_bookmark10)

[CHAPITRE 02 : Amélioration de BaridiMob afin d’optimiser l’expérience client chez d’Algérie poste 23](#_bookmark11)

[Section01 : BaridiMob : un acteur clé des paiements en Algérie 24](#_bookmark12)

[Section 02 : Étude empirique 40](#_bookmark15)

[Conclusion générale 67](#_bookmark74)

[Bibliographie 70](#_bookmark75)

[Annexe 72](#_bookmark76)

Partie 2 :GO-FRIHA 79

Fiche signalétique du projet 70

Premier axe : présentation du projet 71

Deuxième axe : Aspects innovants 78

Troisième axe : Analyse stratégique du Marché 79

Quatrième axe : Plan de production et d’organisation 85

Cinquième axe : Plan financier 93

Sixième axe : Prototype Expérimental 100

Annexes 101

BMC 101

Table des matières 106

Résumé

Ce mémoire vise à optimiser les services de paiement digital offerts par l’application BaridiMob d’Algérie Poste, en identifiant les problèmes réels rencontrés par les utilisateurs afin de proposer des pistes d’amélioration concrètes. Pour ce faire, une enquête a été menée auprès des clients utilisateurs de l’application. En analysant les données issues de 400 répondants, l’étude met en évidence les principaux facteurs impactant la satisfaction client, notamment la sécurité perçue, la disponibilité du service, la fréquence des bugs techniques et la qualité de l’assistance. Les résultats montrent que les dysfonctionnements fréquents, les interruptions nocturnes et la lenteur du support réduisent la confiance des clients. Ce mémoire propose ainsi des recommandations visant à offrir une expérience utilisateur plus fluide, plus sécurisée et plus fiable, en soutien à la stratégie de digitalisation d’Algérie Poste.

* **Mots-clés** : paiement digital, application mobile, satisfaction client, expérience utilisateur

Abstract

This This thesis aims to optimize the digital payment services offered by BaridiMob, the mobile application of Algérie Poste, by identifying the real issues experienced by users and proposing concrete improvement measures. To achieve this, a survey was conducted among the application's users. By analyzing the data from 400 respondents, the study highlights the main factors affecting customer satisfaction, including perceived security, service availability, the frequency of technical bugs, and the quality of customer support. The results show that frequent malfunctions, night-time service interruptions, and slow support responses reduce customer trust. This research offers recommendations aimed at ensuring a smoother, more secure, and more reliable user experience, in support of Algérie Poste’s digitalization strategy.

* **Keywords :** digital payment, mobile application, customer satisfaction, user experience

ملخص

يهدف هذا البحث إلى تحسين خدمات الدفع الرقمي التي يقدمها تطبيق BaridiMob التابع لبريد الجزائر، من خالل

تحديد المشاكل الحقيقية التي يواجهها المستخدمون واقتراح حلول ملموسة لتجاوزها. لتحقيق هذا الهدف، تم إجراء استبيان شمل

عمالء التطبيق. من خالل تحليل بيانات 400 مشارك، تسلط الدراسة الضوء على أهم العوامل التي تؤثر على رضا المستخدمين،

مثل األمان ال ُمد َرك، وتوفر الخدمة، وتكرار األعطال التقنية، وجودة الدعم الفني. وقد أظهرت النتائج أن األعطال المتكررة، واالنقطاعات الليلية، وبطء االستجابة من الدعم تؤدي إلى تراجع ثقة العمالء. وبنا ًء على ذلك، يقترح هذا البحث توصيات تهدف

إلى تقديم تجربة مستخدم أكثر سالسة وأمانًا وموثوقية، دع ًما الستراتيجية التحول الرقمي لبريد الجزائر.

 **الكلمات المفتاحية :**الدفع الرقمي، التطبيق المحمول، رضا العمالء، تجربة المستخدم

**Partie1 :Amélioration des services de paiement digital « *BaridiMob* » pour une meilleure satisfaction client**

## Introduction générale

Dans un monde de plus en plus interconnecté, les technologies financières ne cessent d’évoluer redéfinissant les mécanismes traditionnels des échanges monétaires. Plusieurs innovations sont créées comme le paiement digital qui s’impose comme une réponse adaptée aux exigences actuelles, offrant un service rapide, sécurisé et accessible, face à un contexte économique mondial en constante mutation. Ce développement a une importance majeure qui touche de nombreux acteurs, pour les États, on prend l’exemple de la digitalisation des paiements qui permet de réduire les coûts liés aux opérations et accroître la transparence et la sécurisation dans les transactions de paiement. Elle contribue également à améliorer le processus de collecte des ressources publiques. Du coté des banques, elles se sont tournées vers le digital pour développer une stratégie omnicanale et mieux ciblée, l'importance de la digitalisation des moyens de paiement pour les banques repose sur une augmentation de la satisfaction client ,la digitalisation a permis à leurs clients de gérer leurs comptes plus facilement et de manière plus rapide et autonome, ce qui a entraîné une augmentation de la satisfaction client mais aussi elle a offert la possibilité de stimuler les ventes et de renforcer la fidélité des clients, ce qui est essentiel pour le succès des entreprises à l'ère numérique, les banques sont en réalité des acteurs majeurs dans cette digitalisation et ont dû développer des solutions digitales très importantes qui ont permis de faciliter les échanges avec les sociétés et leurs clients.

La digitalisation des moyens de paiement pour les entreprises est basée sur une relation entre les entreprises et les banques, cette relation est facilitée afin de pouvoir proposer la meilleure expérience d’achat à leurs clients.

Pour les clients, la digitalisation des moyens de paiement a considérablement amélioré leur expérience d'achat en garantissant la sécurité, la traçabilité, la rapidité et l’accessibilité.

Le paiement digital a connu une évolution très dense ces dernières années dans le monde et surtout en Algérie, en prenant le cas de BaridiMob qui est une application mobile qui met à la disposition des utilisateurs un panel de services monétiques et financiers postaux d'Algérie Poste. Le nombre d’utilisateur de BaridiMob est de cinq millions ce qui prouve qu’il a connu un succès national. Le service est confronté à plusieurs dysfonctionnements liés à la disponibilité et la sécurité qui ont conduit à plusieurs critiques par ses utilisateurs.

Notre étude se base sur ces dysfonctionnements, pour répondre au mieux aux attentes des clients et connaître les causes de ces bugs et améliorer ces services.

##### Problématique :

Compte tenu de ce qui a été présenté précédemment, la problématique de cette étude se définit comme suit :

##### Comment améliorer les services de paiement de BaridiMob pour une meilleure satisfaction client ?

Afin de répondre à cette problématique, nous avons jugé important de la subdiviser en sous- questions suivantes :

* Comment le niveau de sécurité perçu par les clients influence-t-il leur confiance envers BaridiMob ?
* Comment la fréquence des bugs impacte-t-elle l’expérience utilisateur ?
* Comment l’indisponibilité de BaridiMob à certaines heures affecte-t-elle la satisfaction des utilisateurs ?
* Pourquoi les utilisateurs rencontrent-ils des difficultés à obtenir une assistance rapide et efficace ?

Pour répondre à ces questions, nous avons émis les hypothèses suivantes :

* L'absence de la protection suffisante des données personnelles et financières entraîne une réticence des utilisateurs à utiliser l’application pour leurs transactions.
* Des bugs récurrents provoquent une frustration chez les utilisateurs, réduisant ainsi la confiance dans le service et augmentant le taux d'abandon de l’application.
* Des interruptions fréquentes du service à des heures tardives entraînent une frustration et une perte de confiance des clients envers l’application.
* Un manque de personnel qualifié et une absence de solutions d’automatisation (chatbots, FAQ interactives) allongent les délais de réponse et réduisent la satisfaction des clients.

##### Intérêt du sujet :

Nous nous sommes focalisés sur les moyens de paiement digital à travers l’étude de l’application mobile BaridiMob offre à ces utilisateurs différents services monétiques et financiers postaux d'Algérie Poste. L’objectif de cette étude est d’identifier les avantages et les inconvénients de cette application et proposer des solutions afin de l'améliorer pour répondre aux attentes des clients.

##### Démarche de travail :

Dans ce travail nous avons adopté une méthodologie descriptive pour le premier chapitre, et une méthodologie analytique pour le deuxième chapitre.

La démarche théorique est élaborée sur la base d’une revue bibliographique utilisant des ouvrages, articles et documents, mémoires, thèses et sites Web relatifs au paiement électronique etc.

La démarche pratique s’appuie sur un questionnaire élaboré par nous-même qui est mis à la disposition des utilisateurs de l'application BaridiMob, leurs réponses vas nous aider à confirmer ou infirmée nos hypothèses.

##### Plan de travail :

Pour mener à bien notre travail et afin de répondre à la problématique précédente, nous avons organisé notre mémoire en un chapitre théorique et un chapitre pratique, le premier chapitre intitulé

« Les solutions de paiements digitaux pour évaluer la satisfaction client » qui aborde les notions de base sur les paiements digitaux et la satisfaction client.

Le deuxième chapitre intitulé « Amélioration de BaridiMob afin d’optimiser l’expérience client chez d’Algérie poste », dans ce dernier nous allons présenter l’établissements d’accueil et ces différents services et interpréter les résultats du questionnaire.

Nous terminerons par une conclusion générale qui fera la synthèse de notre travail théorique et pratique.

## CHAPITRE 1 : Les solutions de paiements digitaux pour évaluer la satisfaction client

Ce chapitre a pour objectif de poser les fondations théoriques nécessaires à la compréhension du lien entre les solutions de paiement digital et la satisfaction client. Il s'agit d’un cadre de référence essentiel pour situer le cas de BaridiMob dans un contexte plus large, et pour éclairer les variables clés qui seront analysées par la suite.

Dans une première section, nous nous intéresserons aux paiements digitaux. Nous commencerons par en donner une définition claire, puis nous retracerons leur évolution à l’échelle mondiale. Ensuite, nous examinerons les avantages qu’ils offrent en termes de rapidité, accessibilité et traçabilité, tout en soulignant les défis associés, tels que les risques de cybersécurité, les problématiques de confidentialité et les inégalités d’accès numérique. Nous terminerons cette section par une présentation du cadre légal et réglementaire algérien, qui encadre l’usage des moyens de paiement électroniques, en particulier les applications comme BaridiMob.

Dans une deuxième section, nous explorerons la satisfaction client en tant que concept central pour les entreprises, en particulier dans le secteur des services numériques. Nous aborderons sa définition, son importance stratégique dans le maintien de la fidélité et la réputation d’une entreprise, ainsi que les dimensions clés qui la composent (qualité de service, sécurité perçue, confiance, expérience utilisateur, etc.). Nous décrirons également les méthodes de mesure les plus courantes, qu’elles soient qualitatives ou quantitatives, avec un focus sur les enquêtes et les indicateurs d’évaluation utilisés dans les études empiriques.

Ce cadre théorique vise ainsi à mieux comprendre les éléments qui influencent l’expérience utilisateur dans un environnement de paiement digital, et servira de base à l’analyse spécifique du cas BaridiMob, présentée dans le chapitre suivant.

### Section 01 : Concepts fondamentaux sur le paiement digital

Dans cette section, nous définissons ce que sont les paiements, puis retraçons l’évolution des technologies de paiement digital. Nous expliquons aussi la différence entre le paiement digital et le paiement électronique. Nous évoquons ensuite les avantages et les défis que présentent ces moyens de paiement pour les utilisateurs, les entreprises et les institutions financières, notamment en matière de cybersécurité et d’inclusion financière. Enfin, nous présentons le cadre légal et la situation du paiement digital en Algérie.

##### Définition et évolution des paiements digitaux

Pour comprendre l'essor des paiements digitaux, il est essentiel de revenir sur la notion même de paiement.

##### Définition des paiements.

Le paiement en général est l’action de payer. Ce concept consiste à verser une somme d’argent due en échange d’un bien ou d’un service.

Selon Serge Guinchard, « Le paiement est l’acte par lequel une personne exécute une obligation, le plus souvent en versant une somme d’argent. »1

##### Historique et évolution des technologies de paiement

Depuis le début des temps, les gens échangent leurs biens et services selon une base d’unités monétaires physiques ou immatérielles, lesquelles ont progressé durant des années. Avant l’apparence de la monnaie métallique, les échanges étaient réalisés en utilisant le troc, des coquillages, des pierres et des fèves de cacao comme outils d’échange. Par la suite, au bout des siècles et des évolutions technologiques, les solutions de paiement se sont transformées, passant d’une monnaie palpable à des alternatives numériques.2

Au début, d’après Hérodote, les premières pièces de monnaies en or et en argent sont apparues chez les Lydiens, une communauté originale de la Turquie actuelle, au VIIe siècle avant J.C. Le roi Crésus, qui a gouverné de 561 à 546 avant J.-C., a notamment encouragé l’utilisation de la

*1Serge Guinchard, Introduction générale au droit, 16e édition, Dalloz, Paris, 29 août 2024,. 2BNP Paribas, L’histoire des paiements en 18 dates, Histoire BNP Paribas, BNP Paribas, Paris,* [*https://histoire.bnpparibas/lhistoire-des-paiements-en-18-dates*](https://histoire.bnpparibas/lhistoire-des-paiements-en-18-dates) *, [consulté le 2 mai 2025 à 20h]*

monnaie pour rémunérer ses mercenaires. Les pièces composées d’un mélange d’or et d’argent, étaient décorées avec un lion et un taureau. En 1360, le roi français Jean II le Bon a créé la première pièce de monnaie appelée franc en or.

Le concept des billets a été découvert en Chine au début du huitième siècle sous la dynastie des Song 960-1279, appelés Jiaozi. Ces billets étaient imprimés à l’encre noire sous la forme de plaques gravées en bois ou en bronze. Concernant le chèque, son existence était depuis le XVIII° siècle, Inventé en Angleterre en 1742. Aussi, la banque de France a émis ses premiers chèques en 1826 nommé mandats blancs. Le véritable lancement des chèques en France a eu lieu le 14 juin 1865, mais son utilisation était très peu avant la première guerre mondiale.

Pour les cartes bancaires ont été créées aux États-Unis en 1951 par la société Diners- Club. Le Bank of America a lancé la véritable carte en 1958. Après les États-Unis,

L’Angleterre a adopté ces cartes en 1960 et puis la France a lancé la carte bleue en 1967 par cinq banques françaises.

En 1967, le premier distributeur automatique de billets (DAB) est mis en place par la banque Barclays à Londres. Une année après, la France a adopté son premier DAB par la société marseillaise de crédit.

Un nouveau moyen de paiement a été découvert à la fin des années 1970 par Roland Moreno, qui a donné naissance à la carte à puce en France. « Cette solution est déployée dans toute la France dès 1988 pour lutter contre la fraude, qui a remplacé les cartes magnétiques »

L’utilisation présente de la carte bancaire, qui consiste à l’insérer dans un terminal et à insérer un code, existe depuis 1980 sachant que les États-Unis sont les premiers qui ont utilisé le TPE en 1983.

Au milieu des années 90, le lancement de la puce rechargeable qui a connaît un large succès dans les parkings et les cantines scolaires, son concept est clair « chargez un petit montant sur cette puce à partir de votre compte bancaire ».

À la fin des années 90, l’avènement du e-commerce et des modes de paiement via internet, tels que PayPal.

Le 12 janvier 2009, la première transaction en bitcoins à lieu entre Satochi Nakamoto, pseudonyme du ou des créateurs de cette crypto-monnaie et Hal Finney, ingénieur et développeur de jeux-vidéos.

En 2010, c’était la découverte et la conception de la carte en braille par le designer Kwon Ki Nam. Cette carte elle peut lire les empreintes digitales et elle possède des hauts parleurs pour énoncer les achats effectués.

Plusieurs entreprises telles que Amazon, Mastercard, Alibaba, ont développé le paiement par selfie ou reconnaissance faciale en 2015 en appuyant sur la caméra du téléphone portable.

Depuis 2016, nous pouvons utiliser notre téléphone portable comme un moyen de paiement sans contact.1

##### Définition du paiement digital et sa différence entre le paiement électronique :

Avant de comparer les deux notions, il est important de définir clairement ce qu’on entend par le paiement électronique et le paiement digital.

##### Définition du paiement digital

Le paiement digital est une sous-catégorie du paiement électronique, le E-paiement peut être défini comme :

« Le paiement électronique désigne tout paiement effectué au moyen d’un dispositif électronique, comme une carte bancaire, un smartphone, ou un ordinateur, via un réseau de télécommunication » 2

« Les paiements électroniques sont des transferts de fonds initiés à distance à l’aide de dispositifs électroniques, incluant les cartes, les téléphones mobiles et Internet. »3

*1 Orisha Commerce, Évolution des moyens de paiement, Blog Orisha Commerce, Orisha,* [*https://commerce.orisha.com/fr/blog/evolution-moyen-paiement*](https://commerce.orisha.com/fr/blog/evolution-moyen-paiement)

2 *Banque de France, Les moyens de paiements, Publications Banque de France, Banque de France, Paris,* [*https://www.banque-france.fr/fr/publications-et-statistiques/publications/les-moyens-de-paiements,*](https://www.banque-france.fr/fr/publications-et-statistiques/publications/les-moyens-de-paiements) *[consulté le 25 mai 2025 à 19h]*

3 *International Monetary Fund, Financial Access Survey Guidelines (2021)* [*https://www.imf.org/en/Topics/digital-payments-and-finance*](https://www.imf.org/en/Topics/digital-payments-and-finance) *, [consulté le 25 mai 2025 à 19h05]*

Selon Turban, E., King, D., Lee, J., « Le paiement électronique est une transaction financière réalisée via des moyens numériques, qui permet le transfert de fonds entre un payeur et un bénéficiaire sans l’utilisation d’espèces physiques. » 1

D’après ces définitions on peut définir le paiement digital comme un moyen de paiement en ligne qui désigne les transactions financières réalisées en utilisant des technologies digitales sans le besoin de l’argent liquide.

##### Différence entre le paiement digital et le paiement électronique :

Le paiement électronique est un terme plus vaste qui englobe l’ensemble des formes de transactions et de paiements effectués par des moyens électroniques ou dématérialisés tels que la carte visa et la carte CIB et la carte Edahabia en Algérie. Le paiement digital fait partie importante des paiements électroniques mais il se diffère par l’utilisation des solutions digitales comme : les applications mobiles comme BaridiMob (une application mobile qui met à la disposition des utilisateurs des services monétiques et financiers postaux d’Algérie Poste, elle contribue à optimiser le temps, gérer le compte CCP et les opérations de n’importe où et à n’importe quel moment), les portefeuilles numérique (PayPal et Yassir-cash en Algérie) et paiement par des QR codes (AliPay).

##### Les avantages et inconvénients des paiements digitaux

Les paiements digitaux offrent de nombreux avantages. En parallèle, ils comportent aussi certaines limites que nous résumons dans ce qui suit :

##### Avantages pour les entreprises

Parmi les nombreux bénéfices offerts par les paiements digitaux, plusieurs concernent directement les entreprises.

##### Sécurité renforcée et prévention de la fraude *:*

Les moyens de paiement numériques utilisent des technologies avancées pour améliorer la sécurité et lutter contre la fraude. Par exemple, les plateformes de mobile money protègent les

*1 Turban, E., King, D., Lee, J., « Electronic Payment Systems », in Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective, 9e éd., Springer, Cham, 12 octobre 2017*

transactions et les données personnelles grâce à des systèmes de cryptage et d’authentification. De plus, les téléphones portables peuvent être sécurisés avec des méthodes comme l’empreinte digitale ou la reconnaissance faciale. Ces protections renforcent la confiance des utilisateurs dans les paiements numériques et réduisent les risques de fraude ou de vol d’identité. 1

##### Gestion financière et administrative simplifiée :

Les paiements numériques permettent de suivre et de répertorier les dépenses journalières, ce qui facilite la comptabilité, elle réduit aussi les coûts associés à la gestion des transactions. Les commerçants n’ont pas besoin de s’occuper de la gestion de fonds en espèces (La logistique de l’argent liquide implique souvent un coût (parfois caché) pour le stockage, le comptage, le transport ou encore le contrôle de l’authenticité des billets) ni de la maintenance de terminaux de paiement électronique TPE coûteux. 2

##### Solution 100% dématérialisée :

Votre client n’a pas besoin d’avoir sa carte bancaire sur lui pour finaliser sa commande. Il peut donc réaliser son achat en toute simplicité, directement depuis son mobile ou un autre appareil connecté cela améliore l’expérience client en offrant un paiement rapide, simple via le mobile et plus de flexibilité dans les moyens de paiement proposés. 3

##### Avantages et inconvénients pour les utilisateurs :

* + 1. **Avantages** *:*

Les avantages du paiement digital des utilisateurs sont résumés comme suit :4

1 *Imagina, Paiement en ligne : tout ce qu’il faut savoir, Blog Imagina, Imagina,* [*https://imagina.com/fr/blog/article/paiement-en-ligne/*](https://imagina.com/fr/blog/article/paiement-en-ligne/) *, [consulté le 20 mai 2025 à 17h08 ]*

*2Market Pay, Paiement à distance : quelles solutions proposées ? Quels avantages et inconvénients ?, Blog Market Pay, Market Pay,* [*https://market-pay.com/blog/paiement-a-distance-quelles-solutions-proposees-quels-avantages-et-*](https://market-pay.com/blog/paiement-a-distance-quelles-solutions-proposees-quels-avantages-et-inconvenients)[*inconvenients*](https://market-pay.com/blog/paiement-a-distance-quelles-solutions-proposees-quels-avantages-et-inconvenients) *, [consulté le 20 mai à 17h10 ]*

3 *PayPlug, Les différents moyens de paiement : avantages et inconvénients, Blog PayPlug, PayPlug,* [*https://www.payplug.com/fr/blog/differents-moyens-paiement-avantages-inconvenients/*](https://www.payplug.com/fr/blog/differents-moyens-paiement-avantages-inconvenients/) *, [consulté le 20 mai 2025 à 17h13]*

4*ASJP, Présentation de la revue, Portail ASJP, CERIST, Alger,* [*https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/417,*](https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/417) *[consulté le 20 mai 2025 a 15h]*

##### Rapidité d’utilisation lors des transactions :

Cela permet aux utilisateurs d’éviter la file d’attente et faire leurs paiements rapidement dans un clic.

##### Évite le port de l’argent liquide sur soi :

Le paiement digital aide les utilisateurs à ne pas avoir besoin de porter de l’argent, que ce soit en billets ou en pièces afin d’éviter les perdre et les risques de vol.

##### Facilite toutes opérations, transactions et paiements en ligne :

Moyen de règlement simple et pratique car il permet d’effectuer des opérations à tout moment, sans perdre du temps et sans déplacement, aussi disponible 24h/24 et 7j/7.

##### Protection renforcée grâce au code confidentiel personnel (CVV2 et OTP) :

Offre une sécurité améliorée et garanti la confidentialité grâce à deux codes confidentiels personnels (CCV2 et OTP). Le CVV2 est un petit code à 3 chiffres situé au dos de la carte bancaire et il est demandé pour chaque opération effectuée en ligne pour la passer, même pour confirmer que c’est la bonne personne qui possède la carte et pas quelqu’un d’autre en cas de vol du numéro de la carte. Pour l’OTP, est un code secret temporaire qui sera reçu par sms pour confirmer la transaction, il sera changé chaque transaction et il doit entrer pour valider le paiement.

##### Inconvénients :

Malgré les avantages précédemment évoqués, certaines limites subsistent et méritent d’être prises en considération. 1

##### Frais de transaction

Certains paiements mobiles ou en ligne peuvent entraîner des frais supplémentaires, supportés par l’utilisateur ou le commerçant.

1 *Mahaal, Les avantages et les inconvénients des différentes méthodes de traitement des paiements, Blog Mahaal, Mahaal,* [*https://www.mahaal.app/fr/blog/,*](https://www.mahaal.app/fr/blog/) *consulté le 26 mai 2025 à 14h32*

##### Dépendance à la technologie

Ces paiements nécessitent un appareil électronique (smartphone, ordinateur) et une connexion Internet, ce qui peut exclure certaines personnes.

##### Risques en cas de panne

En cas de problème technique ou de coupure d’Internet, les paiements peuvent devenir impossibles, bloquant l’accès au service.

##### Problèmes de confidentialité

Les transactions laissent des traces numériques, ce qui peut soulever des inquiétudes sur la vie privée et l’usage des données personnelles.

##### Fraude et cybercriminalité :

Les solutions de paiement en ligne présentent de nombreux avantages, mais elles s’accompagnent aussi d’un inconvénient majeur : la fraude et la cybercriminalité qui est un défi important pour les entreprises.

Les cybercriminels cherchent constamment à exploiter les failles de sécurité pour accéder aux données sensibles des clients et détourner des fonds.

##### Frais de transaction élevés :

Les portefeuilles électroniques appliquent généralement des commissions plus élevées que celles des paiements par carte bancaire.

##### Chargeback fréquent :

Le nombre d’acheteurs qui contestent des transactions réalisées via un portefeuille électronique est plus élevé que pour d’autres moyens de paiement, ce qui oblige les commerçants à traiter davantage de demandes de remboursement.

##### Lancement du e-paiement en Algérie et son cadre légal

Le paiement électronique ou paiement en ligne est l’un des services crée par la GIE a été officiellement lancé le 04 octobre 2016 et mis en œuvre par 11 banques et 9 entreprises et 9 web marchands proposant ce service à leurs clients. Concernant les banques il y a six banques publiques

; la BADR, CPA, BDL, BNA, BEA, CNEP, et cinq autres privées ; Trust Bank Algérie, Natixis Algérie, Société Générale Algérie, Gulf Bank Algérie et Al Baraka. Et pour les entreprises, Il s’agit

d’Air Algérie, Tassili Airlines, Djezzy, Algérie Télécom ; Mobilis, SEDAL, CNAS, OOREDOO et l’assureur Amana.

Or pour ce qui est de la plateforme du système de paiement électronique algérien, il s’articule principalement sur l’utilisation de la carte CIB sous ces deux formes l’une fournie par les banques et la seconde par Algérie Poste, et ce, à travers tout un réseau, comme se présente à l’heure actuelle.

Depuis octobre 2016, le paiement sur Internet par carte CIB est officiellement opérationnel en Algérie. Dans une première phase, le service a été ouvert pour les grands facturiers, et aujourd’hui, 105 Web marchands sont adhérents au système de paiement sur internet par CIB. Faisant suite à l’adhésion d’Algérie Poste au GIE Monétique et la réalisation de l’interopérabilité CIB/EDAHABIA, entrée en production depuis le 05 janvier 2020.1

##### Le cadre légal

Selon l’article 27 de la Loi n° 18-05 relative au commerce électronique, le paiement des transactions électroniques est défini : « Le paiement des transactions commerciales électroniques s’effectue, à distance ou à la livraison du produit, par les moyens de paiement autorisés conformément à la législation en vigueur », « Lorsque le paiement est électronique, il s’effectue à travers des plates-formes de paiement dédiées, mises en place et exploitées exclusivement par les banques agréées par la Banque d’Algérie et Algérie Poste et connectées à tout type de terminal de paiement électronique via le réseau de l’opérateur public de télécommunications », « Le paiement des transactions commerciales transfrontalières s’effectue exclusivement à distance par voie de communications électroniques ».

Selon l’article 28 de la Loi n° 18-05 relative au commerce électronique, « La connexion du site web du e-fournisseur à une plate-forme de paiement électronique doit être sécurisée par un système de certification électronique »

Selon l’article 29 de la Loi n° 18-05 relative au commerce électronique, « Les plates- formes de paiement électronique établies et exploitées conformément à l’article 27 ci- dessus, sont soumises au contrôle de la Banque d’Algérie pour garantir qu’elles répondent aux exigences

*1ASJP, Présentation de la revue, Portail ASJP, CERIST, Alger,*[*.https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/417,*](https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/417) *[consulté le 20 mai 2025 à 21h]*

d’interopérabilité, de confidentialité, d’intégrité, d’authentification, et de sécurité des échanges de données »1

*1 Journal Officiel de la République Algérienne, N° 28, 16 mai 2018, p. 07-08.*

### Section 02 : La mesure de la satisfaction client

Dans un environnement concurrentiel, la satisfaction du client représente un indicateur stratégique majeur pour les entreprises. Cette section a pour objectif de présenter les fondements de la satisfaction client, son importance pour l’entreprise, les principaux facteurs qui l’influencent, ainsi que les différentes dimensions à prendre en compte pour l’évaluer. Enfin, nous aborderons les outils et méthodes utilisés pour mesurer cette satisfaction de manière concrète et opérationnelle.

##### Définition de la satisfaction :

Selon KOTLER : « la satisfaction est le jugement d’un client vis-à-vis d’une expérience de consommation ou d’utilisation résultant d’une comparaison entre ses attentes à l’égard du produit et ses performances perçus ».1

De son côté LINDON définit : « la satisfaction peut être comprise en marketing, comme le sentiment de plaisir ou déplaisir qui nait de la comparaison entre les attentes préalable et une expérience de consommation ».2

Enfin, pour YVES LEGOLVAN, « la satisfaction des besoins des clients est la finalité même de la démarche marketing, elle exprime le degré de contentement procuré par la réponse apportée à un désir. » 3

##### Importance de la satisfaction client pour l’entreprise :

La satisfaction client est un aspect essentiel pour toute entreprise qui souhaite prospérer sur le marché concurrentiel d’aujourd’hui en peut les résumer sur plusieurs points :4

* 1. **La fidélisation de votre clientèle :**Des client satisfait ses des client fidèles, En offrant une expérience client personnalisée, et inoubliable, les entreprises peuvent non seulement fidéliser leurs clients existants, mais aussi attirer de nouveaux clients grâce au bouche-à-oreille positif et en apportant plusieurs changement en se basant sur les

*1Kotler Philip, Dubois Bernard, Marketing Management, Publi-Union, Paris, 2000.*

*2 Lendrevie Jacques, Lévy Julien, Mercator, Dunod, Paris, 2003.*

*3 LeGoff Yvon, « Stratégie, segmentation, marketing-mix et politique de l’offre », in Marketing, 7ᵉ édition, Éditions d’Organisation, Paris, 1995.*

*4 Smart Tribune, Satisfaction client : définition, enjeux et outils, Blog Smart Tribune, Smart Tribune,* [*https://blog.smart-tribune.com/fr/satisfaction-client*](https://blog.smart-tribune.com/fr/satisfaction-client) *,[ consulté le 28 mars 2025 à 13h07]*

*Guest Suite, Satisfaction client : comment la mesurer efficacement ? Blog Guest Suite, Guest Suite,* [*https://www.guest-suite.com/blog/satisfaction-client*](https://www.guest-suite.com/blog/satisfaction-client) *, [consulté le 28 mars à 13h12]*

commentaire négatif vous pouvez alors améliorer les avis sur votre entreprise et attirer ainsi davantage de clients , Cela représente un véritable facteur clé de succès .

* 1. **Un avantage concurrentiel :** La satisfaction client est également un avantage concurrentiel, car elle permet de se différencier des concurrents et de gagner la confiance des prospects.
  2. **Un outil de mesure :** la satisfaction client offre des informations précieuses sur les aspects de votre entreprise d’une part pour améliorer les produits, les services et l’expérience client dans son ensemble et d’une part pour prévenir la perte de clients, augmenter la fidélité des clients existants, attirer de nouveaux clients et améliorer la réputation de la marque.

**2.1 Une notoriété accrue :** Des consommateur vont avoir tendance à publier à travers le web (avis, réseaux sociaux …). Ils contribuent à votre notoriété à travers les avis en ligne, représente le premier critère de choix d’une entreprise, elle permet aussi de renforcer sa réputation dans le marché, elle permet aussi d’économiser les frais de communication comme les publicités car elle mise sur les avis de votre clientèle, vous avez moins besoin de publicité.

##### Les facteurs de la satisfaction client :

Plusieurs facteurs influencent la satisfaction du client, voici les principaux points :

* **La promotion :** La promotion est l’un des facteurs les plus importants qui a un effet sur la satisfaction client. Selon Kotler La promotion est « un ensemble de techniques destinées à stimuler les ventes, souvent à court terme, en augmentant le rythme ou le volume des achats des consommateurs ou des distributeurs » 1
* **La qualité des produits et services :** La qualité des services est un élément très sensible qui porte des conséquences directes sur la satisfaction client, elle peut être définie comme des « conditions dynamiques associées à des produits, à des services, à des ressources humaines, des processus et à l’environnement qui répond aux attentes ou qui les dépasse ». Enfin, il a été démontré que quand la qualité et les attentes augmentent, la satisfaction client va être affecté de façon positive à long terme.2

*1Kotler Philip, Keller Kevin Lane, Marketing Management, 15ᵉ édition, Pearson Education, Paris, 2016.*

*2Goetsch David L., Davis Stanley B., Quality Management: Introduction to Total Quality Management for Production, Processing, and Services, Prentice Hall, New Jersey, 1994.*

* **Le prix :** Le prix est un autre facteur qui influence la satisfaction client. Un prix est le montant qu’un acheteur donne à un vendeur en échange d’un bien ou d’un service. Il peut encore être défini comme la somme d’argent facturée pour un produit ou un service de la valeur totale échangée par les consommateurs en raison des avantages que procure l’utilisation du tel produit ou service. 1
* **L’innovation :** L’OCDE définit l’innovation comme “la mise en œuvre d’un produit (bien ou service) ou d’un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d’une nouvelle méthode de commercialisation ou d’une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l’entreprise, l’organisation du lieu de travail ou les relations extérieures” (OCDE, 2005). Commercialisation ou d’une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l’entreprise, l’organisation du lieu de travail ou les relations extérieures” (OCDE, 2005).2
* **La valeur perçue :** « La valeur perçue par le client est la différence entre son évaluation globale des bénéfices et des coûts associés à une offre, et les alternatives perçues »3
* Pour toute entreprise, la promotion, la perception du prix, la qualité des produits et services ainsi que l’innovation ont un impact significatif sur la satisfaction client.4

##### Les dimensions de la satisfaction client :

La satisfaction client repose sur plusieurs dimensions qui permettent de mieux comprendre les attentes et les perceptions des consommateurs qui sont :5

*1Hapsari Retno, Suhud Ujang, Mukhtar M., « The influence of service quality and price on customer satisfaction and loyalty in airline industry », Journal of Business and Management Review, vol. 2, n°7, 2021, pp. 435–445.*

*2OCDE, Manuel d’Oslo : Principes directeurs pour le recueil et l’interprétation des données sur l’innovation, 3ᵉ édition, Collection OCDE Science, Technologie et Industrie, Éditions OCDE, Paris, 2005.*

*3Kotler Philip, Keller Kevin Lane, Marketing Management, 15ᵉ édition, Pearson Education, Paris, 2016.*

*4 Hapsari Retno, Suhud Ujang, Mukhtar M., « The influence of service quality and price on customer satisfaction and loyalty in airline industry », Journal of Business and Management Review, vol. 2, n°7, 2021, pp. 435–445.*

*5Smart Tribune, Satisfaction client : définition, enjeux et outils, Blog Smart Tribune, Smart Tribune,* [*https://blog.smart-tribune.com/fr/satisfaction-client*](https://blog.smart-tribune.com/fr/satisfaction-client) *, [consulté le 5 mai 2025 à 16h]*

*Qualtrics, Satisfaction client : comment la mesurer ?, Blog Qualtrics, Qualtrics,* [*https://www.qualtrics.com/fr/gestion-de-l-experience/client/satisfaction-client*](https://www.qualtrics.com/fr/gestion-de-l-experience/client/satisfaction-client) *, [consulté le 5 mai 2025 à 16h03]*

* 1. **La dimension cognitive :**

La dimension cognitive compte sur le jugement de l’offre par le consommateur ses de juger la performance d’un produit ou d’un service par rapport au client, Elle peut s’étudier de deux manières qui sont :

En s’éternisant sur chacun critère qui peut influencer l’avis des client (produit est utile ou non, adapté ou non à la situation …)

En mesurant la satisfaction globale (dépasse ou non les attentes du client) Pour qu’une entreprise puisse analyser le degré de satisfaction lié à chacun des attributs de ses produits ou services, elle remet aux consommateurs un questionnaire de satisfaction afin de collecter des données sur un aspect particulier de son offre :

* Le produit fonctionne-t-il efficacement ?
* Est-il facile à utiliser ou non ?
* Les temps d’attente sont-ils adéquats ?
* Le tarif est-il justifié ?

C’est en interrogeant ses clients sur chaque paramètre qu’une marque va pouvoir déterminer les atouts de son offre tout en repérant les faiblesses qu’il est crucial d'améliorer pour offrir une meilleure expérience aux clients. Le facteur à l’origine d'une insatisfaction pourra alors être facilement discerné.

##### La dimension émotionnelle

La dimension émotionnelle prend en compte les ressentis et les émotions éprouvées par l’acheteur avant, pendant et après son acquisition. La satisfaction émotionnelle est déterminée par la capacité du produit ou du service à satisfaire les attentes d’individu. Cependant, c’est surtout la relation entre le client et la marque qui crée le lien émotionnel.

L’interaction entre le vendeur et l’acheteur est cruciale lors de l’achat. Les consommateurs cherchent à être bien orientés, écoutés et compris. C’est pourquoi établir une stratégie marketing centrée sur le client est essentiel, plutôt que de se focaliser uniquement sur le produit. La création de produits doit s’ajuster aux besoins, aux désirs, ainsi qu’aux avis et feedback des utilisateurs, pas l’inverse.

Pour développer des émotions positives chez les clients vis-à-vis d’une marque, cette dernière doit surveiller plusieurs aspects de la relation client :

* Son service clientèle : Est-il efficace et de qualité ? Est-il capable de fournir des informations aux personnes qui en ont besoin ?
* Sa force de vente : Offre-t-elle de bons conseils ? Est-elle compétente dans son domaine d’expertise ?
* Son service après-vente : Résout-il les litiges rapidement ? Les solutions proposées sont-elles bien accueillies ?

La relation client revêt également une grande importance dans l’expérience d’achat des consommateurs. Une étude menée par PwC, un cabinet d’audit américain, démontre qu’environ 80% des clients estiment que la rapidité, la qualité, l’assistance compétente ainsi que la cordialité d’un service client sont les facteurs les plus significatifs pour vivre une expérience client positive. Toutefois, une expérience favorable est synonyme de satisfaction.

##### La dimension comportementale

Cette dimension aborde le comportement d’achat des consommateurs. Un acheteur content, ayant vécu une expérience d’achat positive, aura tendance à renouveler son acquisition. Toutefois, un bon retour de la part des clients ne garantit pas nécessairement un changement de comportement. Il est donc essentiel d’analyser les diverses composantes du comportement d’achat :

* **L’intention de rachat :** mesurer le pourcentage de clients susceptibles de répéter leur achat permet à une entreprise de recueillir des données sur son taux de fidélisation. Néanmoins, affirmer qu’on a l’intention de racheter un produit ne se traduit pas automatiquement par un acte d’achat. Cette évaluation doit donc être considérée avec prudence par les experts en marketing.
* **La fréquence d’achat :** en interrogeant ses clients sur la régularité de leurs acquisitions, une marque évalue le niveau de fidélité de sa clientèle. Cela lui permet de déterminer à quelle fréquence elle doit interagir et solliciter ses clients fidèles.

Cependant, cette fréquence doit être mise en perspective avec la nature des produits concernés.

* **Le canal utilisé :** une entreprise doit s’intéresser aux moyens que les clients préfèrent pour acquérir ses produits et services (site web, visite en magasin, commande à partir d’un catalogue, etc.). Ainsi, elle pourra mesurer l’efficacité de chaque canal de vente grâce aux données collectées et ajuster les ressources allouées à chacun pour optimiser l’expérience client.

##### La dimension affective

La dimension affective de la satisfaction du client renvoie à l’attachement qu’un utilisateur ressent envers une marque. Cela se manifeste par la possibilité de recommander les produits ou services proposés par cette marque. Effectivement, lorsqu’une personne apprécie un produit et est satisfaite de son expérience d’achat, elle est encline à le recommander à son entourage, que ce soit de manière verbale à ses proches ou en ligne à ses contacts, voire à des inconnus sur les réseaux sociaux.

En effet, de nos jours, avec l’essor rapide des médias sociaux, les consommateurs sont de plus en plus enclins à partager leurs opinions sur les produits achetés et les services utilisés. Les recommandations constituent parmi les méthodes de communication et de promotion les plus puissantes.

##### Les mesures de la satisfaction client

Afin d’évaluer la satisfaction client qui est un indicateur clé dans la performance de l’entreprise plusieurs outils et méthodes de mesure ont été développés, que nous présentons ci-dessous :1

##### Le questionnaire de satisfaction client

Le standard pour évaluer la satisfaction des consommateurs concernant divers produits ou services. Il vous est possible de remettre à vos clients un questionnaire en ligne avec de nombreux outils comme Google Forms, Sphynx… mais parfois également par téléphone ou sur papier). N’oubliez pas d’intégrer à la fois des questions ouvertes et des questions fermées. Assurez-vous de

*1 CCI Lyon Métropole, Satisfaction client : comment la mesurer et avec quels outils, Blog CCI Lyon Métropole, CCI,* [*https://www.lyon-metropole.cci.fr/notre-blog/satisfaction-client-comment-la-mesurer-et-avec-quels-outils*](https://www.lyon-metropole.cci.fr/notre-blog/satisfaction-client-comment-la-mesurer-et-avec-quels-outils) *, [consulté le 10 mai 2025 à 14h]*

*Cartelis, Comment mesurer la satisfaction client ? Blog Cartelis, Cartelis,*

[*https://www.cartelis.com/blog/mesurer-satisfaction-client/#alternatives-questionnaires-satisfaction*](https://www.cartelis.com/blog/mesurer-satisfaction-client/#alternatives-questionnaires-satisfaction) *, [consulté le 10 mai 2025 à 14h11]*

trouver un juste milieu dans le nombre de questions posées : il faut en avoir suffisamment pour permettre des analyses pertinentes, mais veillez à ne pas décourager les répondants si vous en incluez trop.

##### L’entretien qualitatif

Les entretiens qualitatifs offrent une analyse précise des retours et des attentes des clients. Ils se déroulent en face à face (ou par visioconférence) avec un ou plusieurs clients simultanément (ils vous permettent d’obtenir des réponses en général plus complètes, puisqu’elles sont basées sur une écoute active de vos clients).

Cela nécessite des compétences en conception d’entrevue et en relation client, afin de diriger et de gérer efficacement la conversation. Cependant, l’entretien qualitatif demande du temps et peut engendrer des coûts importants.

##### Le client mystère

Le client mystère teste les produits et services à votre demande et peut intervenir dans divers contextes : visite en magasin, évaluation d’un service par téléphone. . .

Il existe des entreprises spécialisées, mais vous pouvez aussi embaucher vous-même pour un coût réduit. C’est une méthode efficace pour avoir un retour honnête, car la neutralité du client mystère est essentielle. Toutefois, cette approche peut être mal vue par les employés.

##### La borne de sondage

La borne de sondage offre la possibilité d’évaluer la satisfaction des clients à un moment donné. Située à un emplacement clé dans le magasin, le client a simplement besoin d’appuyer sur un bouton pour répondre à une question fermée, tout cela de manière anonyme et amusante. Cette approche est rapide et peu coûteuse, cependant, il est essentiel de bien choisir la question à poser afin d’obtenir des analyses significatives.

##### Boîte à idée

La boîte à idées classique est mise en libre disposition au client pour qu’il y dépose un avis, une suggestion ou une question. De nouvelles options en ligne émergent, permettant notamment d’accéder à toutes les idées soumises et de voter pour celles qui les intéressent. Toutefois, ce système est rarement utilisé par les clients.

##### Retour interne

Vous pouvez demander à vos collègues de partager toutes les informations pertinentes lors de leurs échanges avec les clients. Cela peut se produire à diverses phases du processus de vente : la vente, la livraison, le service après-vente… Le retour interne est précieux pour recueillir des avis sur la façon dont les clients vivent leur expérience. Cependant, cela demande une grande discipline de la part des collaborateurs.

##### Réseaux sociaux

Il est pertinent de prêter attention aux avis diffusés sur les réseaux sociaux. Des retours positifs ou négatifs peuvent rapidement influencer la réputation de votre établissement ou, au contraire, engendrer des situations délicates.

Il est donc essentiel de consacrer une personne ou une équipe à la surveillance des réseaux, en particulier des commentaires sur les pages de votre entreprise, sous les publications ou dans les messages privés. En effet, maîtriser les tendances virales liées à des vidéos ou des images partagées par des comptes privés sera plus complexe, même si cette veille reste très bénéfique pour évaluer l’image de l’organisation.

De plus, il est crucial d’établir une stratégie interne dès le début, afin de maintenir une direction cohérente pour tous les membres de l’entreprise. Par exemple, votre entreprise peut choisir de ne pas répondre aux commentaires négatifs, ou de répondre uniquement à certains, ou à tous.

##### Avis client en ligne

Les clients ont également la possibilité de laisser des avis en ligne. L’évaluation des retours des clients constitue un excellent moyen d’évaluer la satisfaction des consommateurs.

De la même manière que sur les plateformes sociales, il est crucial de rester vigilant, car une fois qu’ils sont mis en ligne, ces avis sont accessibles à tous les consommateurs qui recherchent ou consultent le site d’une entreprise.

Ces avis peuvent être laissés de manière spontanée. En général, ils seront plus courts, de qualité inférieure et souvent plus critiques. Toutefois, ils ne doivent pas être ignorés. Les avis peuvent aussi être demandés, suite à une action sur un site, ou après un échange avec le service client. Ceux- ci auront tendance à être plus élaborés et comporteront généralement un nombre plus élevé de commentaires positifs que les avis spontanés.

##### Conclusion

Ce chapitre a permis de poser les bases théoriques nécessaires pour comprendre le lien entre les solutions de paiement digital et la satisfaction client. Dans un premier temps, nous avons défini les paiements digitaux et présenté leur évolution historique, en mettant en évidence les principaux avantages qu’ils offrent, tels que la rapidité, la praticité et la sécurité. Nous avons également abordé leurs inconvénients, notamment les risques liés à la cybersécurité, les frais de transaction, et l’exclusion de certaines catégories de la population.

Nous avons ensuite présenté la situation du paiement digital en Algérie, ainsi que le cadre juridique qui encadre son utilisation, ce qui nous a permis de mieux situer le cas de BaridiMob dans le contexte national.

Dans un second temps, nous avons expliqué ce qu’est la satisfaction client, pourquoi elle est importante pour les entreprises, et quels sont les principaux facteurs qui l’influencent. Nous avons aussi présenté les différentes méthodes utilisées pour mesurer cette satisfaction, qu’elles soient qualitatives ou quantitatives.

Ainsi, ce chapitre fournit un cadre de référence utile pour mieux analyser le service BaridiMob. Il nous permettra, dans le chapitre suivant, de comprendre comment les utilisateurs perçoivent cette solution de paiement et quels sont les éléments qui influencent leur niveau de satisfaction.

## CHAPITRE 02 : Amélioration de BaridiMob afin d’optimiser l’expérience client chez d’Algérie poste

Dans ce chapitre, nous procédons à une analyse approfondie du service BaridiMob, solution de paiement mobile proposée par Algérie Poste, en nous appuyant sur les résultats d’une enquête menée auprès des utilisateurs. L’objectif principal est de comprendre les perceptions, les attentes et les difficultés rencontrées par les usagers, afin de formuler des pistes d’amélioration concrètes visant à optimiser l’expérience client.

La première étape consiste à présenter brièvement l’entreprise Algérie Poste, ses missions ainsi que l’évolution de ses services numériques, en particulier la mise en place de l’application BaridiMob.

Dans un second temps, l’analyse se penche sur l’utilisation de BaridiMob : ses fonctionnalités principales, ses avantages perçus mais aussi les problèmes techniques signalés par les utilisateurs. Cette évaluation repose sur les données recueillies à travers un questionnaire ciblant différents aspects de l’application, tels que la sécurité, la fiabilité, la satisfaction globale, la réactivité du service client, ou encore les bugs et indisponibilités du service.

Ce chapitre est structuré en deux sections complémentaires.

La première section est consacrée à la présentation détaillée de BaridiMob, incluant ses services, ses caractéristiques techniques et ses apports pour les clients.

La seconde section propose une analyse critique des résultats du questionnaire. Elle met en évidence les forces du service, mais aussi les axes d’amélioration, en se fondant sur les retours d’expérience des utilisateurs. Elle se conclut par des recommandations concrètes en vue d’optimiser la qualité du service et renforcer la satisfaction des usagers.

### Section01 : BaridiMob : un acteur clé des paiements en Algérie

Cette section présente l’organisme Algérie Poste, ses missions, ainsi que le fonctionnement de BaridiMob, ses services et ses fonctionnalités Cette partie permet de comprendre le contexte d’utilisation de l’application et les enjeux qu’elle confronte.

##### Présentation générale d’Algérie Poste

* 1. **Historique d’Algérie poste**

En Algérie, à l’époque de la colonisation, le rôle de la poste était de garder les liens avec la métropole en obtenant les mandats, les chèques postaux, les abonnements aux journaux, la vente de timbres, le dépôt d'argent dans les caisses d'épargne, le paiement des pensions, des enseignants, des employés municipaux et salaires des départements de l'administration publique

Sous l’appellation officielle de « Poste, Télégraphe & Téléphone » gardée bien après la souveraineté, tout le monde a choisi l’acronyme constitué des trois initiales « PTT », qui avec le temps allait être dénommer affectueusement et avec humour par le peuple de : « Petit Travail Tranquille ».

Le départ d’un grand nombre de postiers français laisse un grand vide dans la fonction publique générale. Face à ce problème, le personnel algérien relève le défi et s’appropria du réseau fondé, à l’époque de près de six cent (600 bureaux de poste)1

##### Présentation de l’E.P.I.C ALGÉRIE POSTE

L’établissement public à caractère industriel et commerciale « E.P.I.C Algérie Poste » est Placé sous la tutelle du Ministère de la Poste, des Télécommunications, des Technologies et du Numérique (MPTTN),

Administré par un Conseil d’Administration est présidé par le ministre chargé des postes ou son représentant.

*1Algérie Poste, Historique, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger,* [*https://www.poste.dz/page/historique*](https://www.poste.dz/page/historique)*,[ consulté le 20 mars 2025 à 16h53]*

Dirigé par un Directeur Général, nommé par décret présidentiel.

Définie par un arrêté ministériel du 21 janvier 2010 et encadrée par deux (02) Comités, exécutif et Commercial & marketing, l’organisation de l’E.P.I.C Algérie Poste, est bâtie autour des métiers postaux classiques sur trois niveaux (Central, Régional, et Local)

La Direction Générale d’Algérie Poste et ses services centraux sont installés à Bab Ezzouar 16024, au Lot n°01, Parcelle n°04, Zone d'affaires, dans un immeuble de douze (12) étages.

Au niveau central :

* + - Divisions métiers (03) :
    - Réseau et Métiers Postaux ;
    - Monétique et Services Financiers Postaux ;
    - Courrier Colis ;

Directions Centrales supports (13) :

* + - Direction de l'informatique et de la sécurité des réseaux ;
    - Direction du patrimoine et des moyens généraux ;
    - Direction des finances et de la comptabilité ;
    - Direction des ressources humaines ;
    - Direction de la formation et du perfectionnement ;
    - Direction de la stratégie, de l'organisation et du contrôle de gestion ;
    - Direction des infrastructures postales et des bâtiments ;
    - Direction de de l'inspection,
    - Direction de l'audit et du contrôle interne,
    - Direction des affaires juridiques et des relations internationales,
    - Direction de la communication ;
    - Direction de la normalisation et de la qualité ;
    - Direction des timbres postaux et de la philatélie

Au niveau Régional :

* + - Inspection régionale (13)
    - Centre Financier Régional (08)
    - Centre Régional de Comptabilité (08) Au niveau Wilaya :
    - Au niveau local, les bureaux de poste sont placés géographiquement sous l’autorité

d’une « Direction d’Unité Postale » de Wilaya.

* + - Direction d’Unité Postale de Wilaya (50)
    - Seule la Wilaya d’Alger de par sa stature de la capitale du Pays, est dotée de trois Directions réparties sur trois zones, Est, Centre et Ouest.1

##### Missions d’Algérie Poste

L'institution est responsable de l'application, à l'échelle nationale, de la politique nationale visant à développer les services postaux et financiers postaux en gérant les tâches liées à la gestion des services, au renouvellement et au développement des infrastructures correspondantes.

La stratégie globale d'Algérie Poste est centrée sur les initiatives mises en œuvre dans chaque domaine, afin de se positionner comme :

* Le leader de la distribution de services de proximité et à domicile ;
* L'institution phare en termes d'inclusion financière citoyenne ;
* L'intervenant majeur dans le secteur du courrier et des colis, en accélérant sa transformation numérique et l'intégration de ses réseaux physique et numérique
* Développement des services monétiques

Algérie Poste a mis en place une nouvelle plateforme monétique, sécurisée et conforme aux normes, qui offre plusieurs services électroniques tels que le paiement électronique qui est une priorité pour les autorités, visant à généraliser les moyens de paiement électronique en Algérie, à favoriser l'inclusion financière et à améliorer la rentabilité de l'économie nationale. Le but de cette

1 *Algérie Poste, Présentation, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger,* [*https://www.poste.dz/page/presentation,*](https://www.poste.dz/page/presentation)*[consulté le 22 mars 2025 à 14h45]*

approche est de rendre plus accessible l'utilisation des différents moyens de paiement électronique multi-canaux, en intégrant l'utilisation des guichets automatiques, TPE, des paiements en ligne sur Internet et des options de paiement via les applications mobile.

##### - Le Réseau du GAB

Afin de réduire la charge des bureaux de poste et de rendre les transactions financières faciles, Algérie Poste a opté à l’élargissement de son réseau « GAB » par l’acquisition d’une génération d’automates nouvelle qui offre de nouveaux services comme virement de compte à compte, la recharge mobile, la commande de chéquier, le changement …

Alors qu’en 1999, le réseau postal a distribué un nombre de presque 100 mille cartes électroniques, utilisant un total de 100 Billets DAB qui ne permettaient que le retrait d’argent, mais depuis 2017 plus de 5,7 millions de cartes de paiement (cartes EDAHABIA), avec une production en continu afin de satisfaire tous les clients de la poste 1375 GAB qui offrent des services différents.

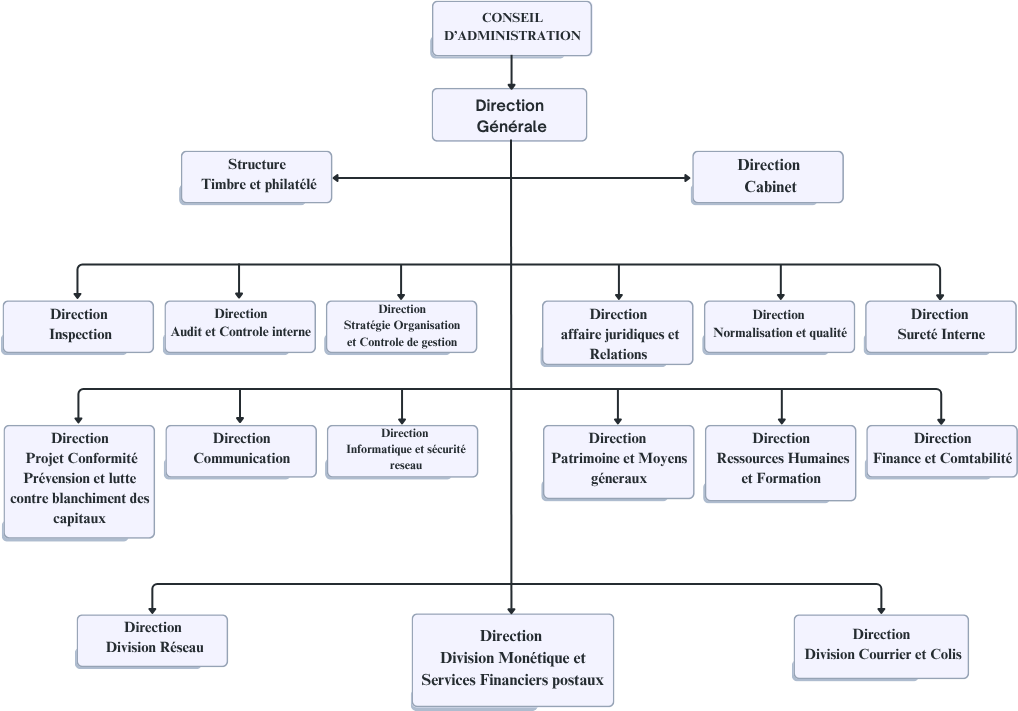
En 2018, ces GAB ont enregistré la réalisation de plus soixante-six (66) millions d’opérations services en ligne.

Afin de mieux satisfaire les clients d’Algérie poste, elle opte à l’améliorer la qualité des service postaux et financier à travers le lancement des services en ligne (BARIDINET et Services via Mobile) tel que l’application mobile BARIDIMOB qui permet de réaliser toutes les opérations effectuées avec la carte « EDAHABIA »1

*1Algérie Poste, Présentation, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger,* [*https://www.poste.dz/page/presentation*](https://www.poste.dz/page/presentation) *,[consulté le 22 mars 2025 à 14h45]*

##### Organigramme d’Algérie poste

***Figure*** *1: Organigramme d’Algérie poste*



**Source** : Document interne d’Algérie poste

##### Les différentes prestations d’Algérie Poste

Algérie Poste propose une large gamme de prestations destinées aussi bien aux particuliers qu’aux entreprises.

##### Services financiers postaux et monétiques :

Algérie poste offre plusieurs services financiers postaux et monétique qui sont :1

1 *Algérie Poste, Services corporate, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger,* [*https://www.poste.dz/services/corporate/cor-services*](https://www.poste.dz/services/corporate/cor-services) *,[ consulté le 22 mars 2025 à 14h24]*

##### Ouverture de compte CCP :

Chaque personne morale de statuts juridiques confondus, de nationalité Algérienne ou étrangère résidente et/ou installée en Algérie, a le droit d’ouvrir un Compte Courant Postal (CCP) tout en respectant les conditions légales et réglementaires en vigueur.

Les opérations d’ouverture de comptes CCP ainsi que les commandes des moyens de paiements qui correspondent (Carnet de chèques, carte monétique...) peuvent s’effectuer au niveau de la poste ou via une application Web (internet) sur le site ccpnet.poste.dz.

##### Virements multiples

C’est un service offert aux entreprises pour le paiement de salaires de leurs personnels soit :

* De manière manuelle : en déposant le bordereau contenant la liste de tous les salariés ;
* Et/ou automatique : échange de données informatisées en envoyant un fichier électronique normalisé.

##### Prélèvement sur le compte CCP avec balayage

Cette prestation consiste à assurer des prélèvements automatiques des montants des échéances, sur les courants postaux de leurs clients bénéficiaires des crédits accordés par nos partenaires.

C’est une prestation dédiée aux entreprises, banques et commerçants, qui offrent des crédits à leurs clients détenteurs de comptes CCP pour l’acquisition de biens et de services afin de récupérer les mensualités des crédits accordés. Elle concerne aussi les coopératives et organismes de gestion des œuvres sociales des différents secteurs.

En plus des opérations de prélèvement, un autre service supplémentaire de balayage (passage) quotidien sera également effectué sur les comptes courants postaux des titulaires CCP si un prélèvement n’est pas effectué à la date d’échéance pour essayer l’opération à nouveau.

##### Retraits de fonds

Les entreprises peuvent retirer leurs fonds, en envoyant leurs personnels désignés, au niveau des établissements postaux (dont la liste est reprise sur le site www.poste .dz) répartis sur l’ensemble du territoire national, en remettant en contrepartie des chèques normalisés et sans aucune limite de montants à condition d’avoir un solde suffisant.

##### Web Marchand : E-Paiement

Algérie poste autorise d’utiliser sa plateforme monétique diversifiée (multicanaux), sécurisé et conforme aux normes internationales (EMV et PCI DSS) pour vous permettre de créer des sites Web Marchand (e-commerce) afin de commercialiser vos produits et services en insérant un système de paiement via cartes monétiques.

##### Paiement par TPE

Un moyen de paiement électronique offrant plus d’avantages et interopérable avec la SATIM qui est destiné aux entreprises, commerçants, artisans et tout autre acteur de profession libérale qu’ils soient publics ou privées.

##### Services monétiques (Edahabia)

* Commander une carte Edahabia1
* Informations utiles de votre carte Edahabia 2
* Conseils d’utilisation de votre carte Edahabia3
* Services OFFERTS PAR LA CARTE MONETIQUE EDAHABIA cardless 4
* Service de distribution postale accélérée : Service Prémium5

##### Services postaux :

Algérie poste offre un pack de service postaux :6

*1Algérie Poste, carte, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger* [*https://www.poste.dz/services/particular/carte,*](https://www.poste.dz/services/particular/carte) *[consulté le 26avril à 9h38] 2 Algérie Poste, Info carte, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger,*

[*https://www.poste.dz/services/particular/info-carte*](https://www.poste.dz/services/particular/info-carte) *,[consulté le 26 avril 2025 à 09h39]*

*3 Algérie Poste, Conseil carte, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger,* [*https://www.poste.dz/services/particular/conseil-carte*](https://www.poste.dz/services/particular/conseil-carte) *,[ consulté le 26 avril 2025 à 09h39] 4 Algérie Poste, Cardless, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger,* [*https://www.poste.dz/services/particular/cardless,*](https://www.poste.dz/services/particular/cardless) *[consulté le 26 avril 2025 à 09h40]*

*5 Algérie Poste, Premium, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger,* [*https://www.poste.dz/services/particular/premium,*](https://www.poste.dz/services/particular/premium)*[ consulté le 26 avril 2025 à 09h41]*

*6 Algérie Poste, Services postaux corporate, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger* [*https://www.poste.dz/services/corporate/cor-postaux,*](https://www.poste.dz/services/corporate/cor-postaux) *,[consulté le 22 mars 2025 à 14h28]*

##### Dépôt en nombre de courrier et de paquets

Un service pour les entreprises qui ont beaucoup de courrier à déposer, Algérie poste leur offre la possibilité d’un traitement particulier et prioritaire de leurs envois dans le bureau de poste ou dans le siège de leurs entreprises.

##### Location de machines à affranchir

C’est une prestation destinée aux entreprises qui mit à leur disposition des machines d’affranchissement intelligentes afin de rendre les opérations de calcul de frais pour envoyer un colis ou un courrier automatique

##### Ramassage du courrier sur site

Algérie poste met à votre disposition un service de Collecte du courrier directement sur vos locaux par un postier afin de les déposer dans le réseau postal.

##### Courier hybride

C’est une prestation de traitement de données électroniques et la distribution physique des documents qui les matérialisent (tels que les convocations, les avis, les bulletins de paie des carnets de chèques normalisés…) Tout en bénéficiant de tarifs avantageux et d’un paiement après un certain délai

A travers cette prestation, Algérie Poste prend en charge le processus de la gestion des courriers du début à la fin à savoir :

* Réception électronique sécurisée à partir de sites distants ;
* Maquettage, conception des pages/lettres et impression ;
* Mise sous enveloppes et affranchissement ;
* Tri électronique ;
* Stockage et archivage ;

##### Mailing non adressé

Un service utilisé pour attirer de nouveaux clients, il permet la diffusion des documents publicitaires (Flyers, Coupons de réduction, Dépliants, Catalogues) en se focalisant sur une zone géographique précise (quartier, ville, cité, rue...) sur tout le territoire national et ce, en faveur du

professionnalisme et la très bonne connaissance du terrain des facteurs d’Algérie Poste, tout en bénéficiant de tarifs avantageux et d’un paiement après un certain délai.

##### Réexpédition définitive de votre courrier

Une prestation de service qui fait suivre tous les courriers par Algérie Poste, c’est à dire que même s’il y’a un déménagement ou un changement d’adresse, ce service permet le renvoi des courriers à l’adresse nouvelle.

##### Garde du courrier

Ce service permet la possibilité de garder le courrier par Algérie Poste pendant l’absence et ce, dans un délai de trois 3 mois.

##### Vente en gros d'imprimés de service

A travers ce service Algérie poste permet de commander les différents imprimés de services postaux au niveau de tous les bureaux de poste et les recevoir en quelques jours comme

:(Recommandé, accusé de réception, mandats…).

##### Envoi recommandé

Avec la prestation Recommandé (R), la distribution des lettres commerciales se fait toujours contre signature ou autorisation de distribution d’une personne autorisée à prendre livraison.

En cas de l’avarie ou de la distribution incorrecte des envois recommandés, Algérie Poste permet de bénéficier d’une garantie forfaitaire des dommages résultant de la perte.

Grâce au suivi électronique des envois, il y a la possibilité de localiser l’envoi et savoir exactement où en est son traitement jusqu’à sa livraison.

##### Envoi avec valeur déclarée

C’est un service qui contribue, d’une manière efficace, à améliorer vos relations de confiance envers vos clients ou fournisseurs, et administrations. Cette prestation permet de bénéficier :

* D’un transfert sécurisé de l’envoi,
* D’une remise contre signature au destinataire ou à son représentant
* Une notification de réception,
* En cas de perte ou d'avarie, une compensation équivalente à la valeur déclarée du contenu sera versée lors du dépôt.
* D'une assistance continue en ligne à tout instant.

##### Objets de correspondance envoyés en contre remboursement :

C’est un service adressé aux entreprises qui travaillent dans le domaine de la vente de marchandises à distance. L’entreprise peut envoyer des marchandises et demander à Algérie Poste d’encaisser le montant du bien au moment de leur livraison à leurs clients.

##### Télégramme en nombre « Barki@tic »

C’est un service qui permet l’envoi et la réception des messages par voie électronique (Message de vœux ou de condoléances, convocations et invitations, mises en demeures…) via intranet et la livraison de ces derniers sous format papier le jour même.

Il est dédié plus particulièrement aux administrations publiques, entreprises économiques, les PME, PMI, organismes financiers, bancaires et d’assurances et profession libérales.

Barki@tic offre l’avantage d’avoir un document qui confirme la livraison et un suivi en ligne des télégrammes et des tarifs adaptés selon les critères du message.

Algérie poste offre aux administrations et aux opérateurs économiques la possibilité de déposer d’un nombre important des télégrammes au niveau des bureaux de poste sous format électronique (Fichier Excel préformaté).

##### Télégramme « Barki@tic Pro »

Ce service offert par Algérie poste permet l’envoi des télégrammes directement des locaux des clients grâce à une connexion privée et sécurisé sur le système (Mobiconnect) sans se déplacer vers les bureaux de poste, il est dédié administrations et opérateurs économiques géographiquement loin des bureaux de poste.

##### Abonnement aux boites postales

Le principe de ce service est de louer une boite postale afin de bénéficier d’un niveau de sécurité et confidentialité plus élevé des courriers et avoir l’avantage de récupérer le courrier à tout moment sans attendre le passage du facteur.

##### Vaguemestre Agrée

Ce service offre la possibilité de désigner un vaguemestre au niveau de l’établissement postal qui est autorisé à récupérer le courrier directement sans attendre le facteur et d’accomplir toutes opérations postales ou financières.

##### Vente en gros de figurines postales

Cette prestation destinée aux revendeurs (bureaux à tabac, hôtels, librairies, kiosques…) permet de bénéficier d’une remise de 10% de la valeur faciale des figurines postales.

Express Mail Service désigne le service postal de traitement des envois de documents et de marchandises (acheminement et livraison à domicile).

##### EMS Algérie

EMS est le seul opérateur qui collecte et distribue en mode EXPRESS, il offre une couverture complète des 48 wilayas, avec :

Un envoi sous 24 heures dans 20 wilayas.

Pour le reste des destinations en Algérie, y compris vers les villes et villages les plus reculés, un délai de livraison à domicile est prévu entre 36h et 96h sans frais additionnels.

Une tarification unique est appliquée pour les envois internationaux à partir des 48 wilayas.

Ce service satisfait les exigences spécifiques de gestion des correspondances, documents ou marchandises envoyés par les clients en fournissant de nombreux bénéfices tels que : la rapidité, la fiabilité, la sécurité et le suivi électronique des expéditions

Une prestation EMS sur mesure adaptée aux besoins spécifiques, équipée d'un système de traçabilité et d'un retour d'information fiable (IPS.Track and Trace).

L'étendue, la densité et l'interconnexion des réseaux EMS à l'échelle nationale et internationale sont soutenues par une logistique robuste.

Des connexions quotidiennes, tant nationales qu'internationales.

Des tarifs EMS préférentiels sont proposés, accompagnés d'un règlement différé du service, incluant la gestion complète des expéditions dans les délais les plus courts ainsi que la collecte à l'adresse de l'expéditeur sans frais.

##### Services de proximité :

Les services de proximités d’Algérie poste sont résumé comme suit :1

* Paiement des factures d’électricité et Gaz.
* Paiement des factures d’abonnement internet.
* Paiement des factures d’eau.
* Ventes des vignettes automobiles.
* Vente de recharges électroniques : Arsseli de Mobilis – Flexy de Djezzy – Storm de Ooredoo et paiement des factures.
* Paiement des frais de Visa.
* Remboursement des échéances de prêts.
* Vente de timbres postaux, des timbres fiscaux et des timbres amendes.
* Annuaire téléphonique d’Algérie Télécom et des pages Maghreb.
* Paiement des allocations forfaitaires de solidarité (AFS).
* Souscription d’un contrat d’assurance (Macir vie et Karama)
* Encaissement des droits d’inscription pour le compte ONEFD.
* Paiement des pensions étrangères.

##### Service Paiement MOBILE BaridPay:

« BaridPay » est un mode de paiement mobile novateur, facile d'utilisation et très sécurisé, qui repose sur la technologie du code à barres en deux dimensions, également connu sous le nom de QR CODE (Quick Response Code).

Ce système de paiement sans contact (sans carte Edahabia et sans espèces) est effectué en scannant un QR code dédié au vendeur via l'application mobile BARIDIMOB. Ce système autorise le client à effectuer un paiement au commerçant en transférant de manière sécurisée des fonds de son propre compte vers celui du commerçant.

1 *Algérie Poste, Service de proximité, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger,* [*https://www.poste.dz/services/professional/service-proximite,*](https://www.poste.dz/services/professional/service-proximite)*[ consulté le 18 avril 2025 à 16h04]*

Pour utiliser ce service il est nécessaire au marchand d’avoir un compte commercial CCP, un numéro de portable fonctionnel pour recevoir les alertes de paiement et disposer en permanence de son téléphone portable pour contrôler et vérifier le règlement de chaque client en temps réel.

De plus, le vendeur est tenu de soumettre un dossier comprenant les éléments suivants :

* + Un duplicata du registre du commerce
  + Un duplicata de la Carte d'Identité Fiscale.
  + Un duplicata de la C.I.N du responsable ou d'un représentant dûment autorisé.
  + Un chèque barré attestant de son compte CCP
  + Le commerçant a la possibilité d'utiliser deux sortes de QR CODE :
  + QR Code Statique à montant fixe : un montant prédéterminé par le commerçant sera intégré au QR Code Statique.
  + QR Code Fixe avec saisie du montant de l'achat : il s'agit d'un QR Code fixe sans montant prédéfini. Dans ce contexte, le client entre le montant pendant la transaction de paiement.
  + Processus de paiement effectué par le client :
  + Le client Démarre l'application « BARIDIMOB »
  + Sélectionnez le service « BaridPay ».
  + Scanner le QR Code affiché chez le commerçant.
  + Si le QR CODE présenté chez le vendeur indique un montant précis, le consommateur n'aura pas à entrer ce montant. En revanche, si le QR CODE ne mentionne aucun montant, il est demandé au client d'indiquer le montant de ses acquisitions.
  + Confirme la transaction en saisissant le code de Confirmation envoyé par SMS.
  + Un avis de règlement apparaît sur le téléphone mobile de l'acheteur et le vendeur obtiendra un message texte contenant le montant crédité pour les acquisitions.1

1 *Algérie Poste, Baridi Pay Corporate, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger,* [*https://www.poste.dz/services/corporate/Baridi\_pay\_cor,*](https://www.poste.dz/services/corporate/Baridi_pay_cor)*[ consulté le 22 mars 2025 à 14h32]*

##### Présentation du service de BaridiMob

BaridiMob est un service mobile lancé par Algérie Poste pour faciliter l’accès aux services financiers à distance.

##### Présentation de BaridiMob

Il s'agit d'une application mobile fournissant aux clients d'Algérie Poste des services financiers et monétiques postaux, qui leur permettent de gérer leurs comptes CCP et leurs transactions à tout moment et en tout lieu. Dans ce qui suit, nous allons présenter ses services, ses principales fonctionnalités ainsi que les étapes nécessaires pour en bénéficier.1

BaridiMob propose plusieurs services qui sont :

* L'accès à votre compte postal courant ;
* Gérer votre carte de paiement monétique (EDAHABIA) ;
* Le transfert de fonds entre comptes ;
* La localisation géographique d'un GAB ;
* Suspension de la carte EDAHABIA ;
* Réactivation de la carte suite à une demande de blocage de la part du client ;
* Vérifier le relevé succinct des dix dernières transactions réalisées avec la carte EDAHABIA
* Enregistrer les opérations de transfert en tant que modèle pour une utilisation future.

Et pour bénéficier du service il est nécessaire de suivre les étapes suivantes :

* Inscrivez-vous aux services BaridiMob en suivant le lien :<https://edcarte.poste.dz/fr/etapel.php>
* Procédez à l'enregistrement en suivant les étapes indiquées o Téléchargez l'application BaridiMob depuis Google Play ou Apple Store.
* Téléchargez l'application sur votre téléphone portable ou votre tablette.
* Connectez-vous à l'appli.

1 Algérie Poste, BaridiMob Web, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger, [https://www.poste.dz/services/professional/baridimobweb,[consulté](https://www.poste.dz/services/professional/baridimobweb%2C%5bconsultÃ©) le 21 mars 2025 à 22h42]

##### Les fonctionnalités de BaridiMob

* + 1. **Le compte :**

Cette option vous donne la possibilité de visualiser :

* Le solde de votre compte CCP.
* La condition actuelle de votre compte CCP.
* Les transactions effectuées sur le compte via la carte Edahabia.

##### Les cartes :

Cette option donne la possibilité de visualiser :

* Le solde de votre compte CCP.
* La situation actuelle de votre carte monétique Edahabia
* Les transactions effectuées à l'aide de la carte Edahabia.
* Les limites de votre carte.
* Interruption et rétablissement suite à une interruption demandée par le client.
* Le virement : Effectuer des virements de compte à compte CCP

##### Le transfert d’argent :

* Réaliser des transferts de fonds de votre compte CCP vers d'autres comptes CCP.
* La personne qui reçoit votre transfert doit avoir une carte monétique (EDAHABIA).
* Le total de vos transferts ne doit pas excéder le plafond quotidien établi dans les limites de la carte.
* Chaque transaction de virement est soumise à une taxe qui varie selon le montant indiqué.
  1. **Statistiques d’utilisation du service BaridiMob en 2024 et 2025** **Tableau 1 :** Statistique d’utilisation du service BaridiMob en 2924 et 2025

|  |  |
| --- | --- |
| Nombre de nouveaux abonnés BARIDIMOB en 2024 | 1 351 431 |
| Nombre total d'abonnés au service BARIDIMOB en 2024 | 51 315 019 |
| Nombre de nouveaux abonnés BARIDIMOB jusqu’à Avril 2025 | 346 038 |
| Nombre total d'abonnés au service BARIDIMOB jusqu’à Avril 2025 | 20 169 863 |

**Source** : Algérie Poste, données internes

Ce tableau présente des statistiques relatives au service BARIDIMOB, ce service a enregistré en 2024 une croissance notable avec 1 351 431 nouveaux abonnés.

Au cours des quatre premiers mois de 2025, la dynamique de croissance se poursuit avec 346 038 nouveaux abonnés, témoignant d’un intérêt constant et d’une adoption progressive du service par les utilisateurs.

##### Les défis rencontrés par BaridiMob

D’après notre étude nous avons constaté que BaridiMob fait face à plusieurs défis qui freinent l’optimisation de l’expérience utilisateur. Ces obstacles se manifestent à différents niveaux :

##### Problèmes techniques et stabilité du service

* + Coupures fréquentes et interruption du service
  + Le problème de la surcharge dans les journées de pic qui provoque une saturation des serveurs et des bugs dans l’application (début du mois flexy, la paie, paiement des factures, recharge mobile…).
  + Bugs de l’application et les dysfonctionnements rencontrés par les utilisateurs (transactions échouées, problème de connexion, erreurs d'affichage du solde, lenteur excessive de l'application, fermeture inopinée de l’application, mise à jour de l'application sans avertissement, la sélection de la source du virement ou du paiement…).

##### Sécurité et perception des utilisateurs

* + Risques d'attaques sur les comptes BaridiMob.
  + La crainte des fraudes ou des erreurs de transaction par plusieurs personnes.
  + Conformité aux normes de sécurité : Respect des standards internationaux (comme PCI DSS, chiffrement des données poser une question sur ce point

##### Accessibilité et disponibilité du service

* + L’indisponibilité du service à des heures tardives (de minuit jusqu'à 2h du matin)
  + L'indisponibilité du service pendant les jours fériés et les weekends

##### Support client

* + Temps d'attente trop long pour obtenir une réponse en vue de régler leurs problèmes ou Pas de réponse obtenue ou Obtenir une réponse insatisfaisante
  + L'absence du service client durant les jours fériés et les week-ends

### Section 02 : Étude empirique

Dans cette Partie, nous présentons les résultats d'une étude quantitative centrée sur l'expérience des utilisateurs de l'application mobile BaridiMob. L’étude examine plusieurs dimensions essentielles telles que la satisfaction des clients, la sécurité, les bugs et dysfonctionnements, la disponibilité du service et le service client. En s'appuyant principalement sur les réponses collectées via un questionnaire pour mettre en évidence les points forts du service ainsi que les difficultés rencontrées par les utilisateurs. Cette étude vise à mettre en évidence les points forts du service, à identifier les difficultés rencontrées par les utilisateurs et à proposer des pistes d’amélioration pour renforcer leur satisfaction et leur confiance envers ce service digital d’Algérie Poste.

##### Outil de collecte et d’évaluation des données

Nous avons mené une étude approfondie auprès de 412 répondants au questionnaire, dont 376 utilisent l’application mobile BaridiMob, afin d’analyser leur perception de ce service digital proposé par Algérie Poste. Les données ont été recueillies avec soin à l’aide d’un questionnaire structuré diffusé au public via Google Forms, afin de garantir une large couverture et une efficacité de collecte optimale. Des outils de vérification et de traitement ont été mobilisés pour garantir la cohérence et la fiabilité des réponses. En complément, une analyse documentaire a été menée sur des documents internes liés à BaridiMob, afin de renforcer la crédibilité et la profondeur des informations collectées. Ces donnes obtenues ont été évalues et analysées à l’aide du logiciel SPSS, ce qui a permis d’en tirer des résultats statistiques fiables et pertinents pour l’étude.

##### Le Questionnaire

**Figure 2** : Première page du questionnaire

* **Principaux axes du questionnaire :**

L’enquête est basée sur un questionnaire subdivisé en six parties principales afin de recueillir les informations détaillées et l’avis des utilisateurs de l’application BaridiMob. Le questionnaire a été proposé en français et en arabe, afin de garantir une meilleure accessibilité et une compréhension facile et fiable. Cette approche bilingue a permis de favoriser une participation plus large, de mieux comprendre les besoins des utilisateurs, et d’identifier les principaux

leviers d’amélioration de l’application ainsi que l’efficacité de la recherche.

##### Partie 01 : Données personnelles (04 questions) :

Cette partie a pour objectif de recueillir des informations de base essentielles sur les utilisateurs de l’application BaridiMob. Elle contient quatre questions portant sur le sexe, la tranche d’âge, la situation professionnelle et le revenu mensuel. Ces données permettent d’analyser l’impact des caractéristiques sociodémographiques sur l’usage de l’application et la perception des services proposés par Algérie Poste. Les questions de cette partie servent à identifier les profils types d’utilisateurs, leurs attentes, leurs comportements et leurs difficultés dans l’usage de ce moyen, afin de mieux comprendre les facteurs influençant leur expérience avec BaridiMob.

##### Partie 02 : Profil utilisateur de BaridiMob et évaluation de la satisfaction à travers l’expérience d’utilisation (04 questions) :

Cette partie vise à identifier les habitudes d’utilisation de l’application BaridiMob. Elle comprend des questions sur la fréquence d’utilisation, les fonctionnalités les plus utilisées (recharge mobile, transferts d’argent, consultation du solde, paiements de factures, retrait sans carte) et une question d’évaluation permettant de mesurer le niveau de satisfaction global des utilisateurs concernant l’usage de cette l’application.

##### Partie 03 : Évaluation du niveau de sécurité de l’application (06 questions) :

Dans cette partie nous allons évaluer le sentiment de sécurité des utilisateurs lors de l’utilisation de BaridiMob à l’aide d’une échelle de Likert. Cette dernière aborde les préoccupations relatives à la protection des données, les incidents de sécurité rencontrés (fraude, piratage et vol de données), les comportements adoptés en cas de doute sur la sécurité et les suggestions d’amélioration (double authentification, les alertes instantanées, meilleur cryptage des données et ajout d’un code de confirmation secret), ainsi que la recherche des utilisateurs sur un autre dispositif de paiement digital à adopter si l’application BaridiMob était jugée totalement non sécurisée.

##### Partie 04 : Analyse des problèmes de fonctionnement rencontrés sur BaridiMob comme bugs et dysfonctionnements (04 questions) :

Cette phase s’intéresse aux problèmes techniques rencontrés par les utilisateurs lors de l’utilisation de l’application. Elle est structurée autour de quatre questions clés portant sur la fréquence des bugs ou erreurs, les types de bugs et dysfonctionnements observés (transactions échouées, lenteur excessive de l'application, Fermeture inopinée de l’application, etc.), les

réactions des utilisateurs face à ces problèmes, ainsi que l’impact de ces problèmes sur l’usage global de l’application. L’objectif est de mieux comprendre dans quelle mesure ces défaillances affectent l’expérience utilisateur et la fiabilité de ce service.

##### Partie 05 : Disponibilité du service (04 questions) :

Dans cette partie de l’étude, nous allons voir la perception des utilisateurs concernant la régularité et l’accessibilité du service BaridiMob. Alors, on se focalise aux moments d’indisponibilité de ce service à travers quatre questions portant sur la fréquence des interruptions du service à certaines heures, les moments ou bien les créneaux horaires les plus courants, la réaction des utilisateurs face à ces pannes et aussi leur confiance à cause ces indisponibilités.

##### Partie 06 : Qualité du service client (04 questions) :

La dernière section de cette étude évalue les performances du service client de BaridiMob. Les utilisateurs évaluent la rapidité de réponse en cas de problème, les difficultés rencontrées lors la prise de contact et formulent des propositions pour améliorer ce service, telles que la mise en place d’une assistance en ligne, la disponibilité 24h/24 et 7j/7 ou plus de rapidité dans les réponses.

##### Processus d’évaluation

Dans le cadre de notre questionnaire, notre évaluation repose sur une combinaison de questions ouvertes, de questions fermées et de questions à choix multiples, en utilisant principalement l’échelle de Likert à cinq points. Cette méthode nous permet d’analyser de manière structurée les opinions, attitudes et ressentis des utilisateurs vis-à-vis de l’application mobile BaridiMob. L’échelle de Likert nous aide à mesurer de façon plus précise leur niveau de satisfaction, leur opinion vers la qualité des services offerts et leur confiance envers ce service proposés par Algérie Poste.

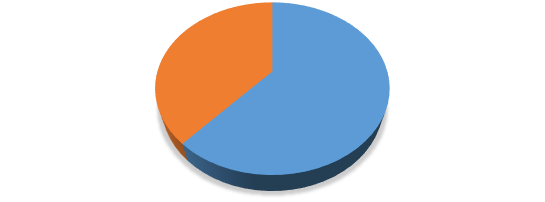
##### Analyse des résultats

Dans cette partie, nous allons analyser les données recueillies à partir de notre enquête en combinant des méthodes d’analyse descriptive et inférentielle.

##### Partie 01 : Données personnelles (04 questions) :

**Q1\_Vous êtes** **Tableau 2** : Sexe

**Figure 3 :** Sexe



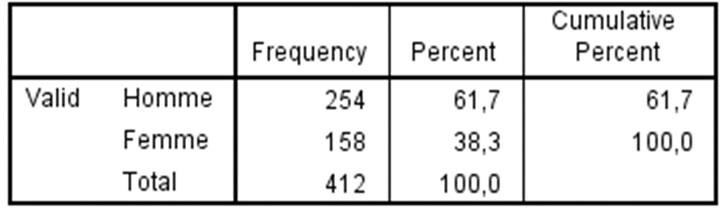
**254**

**61,7%**

**158**

**38,3%**

Homme Femme

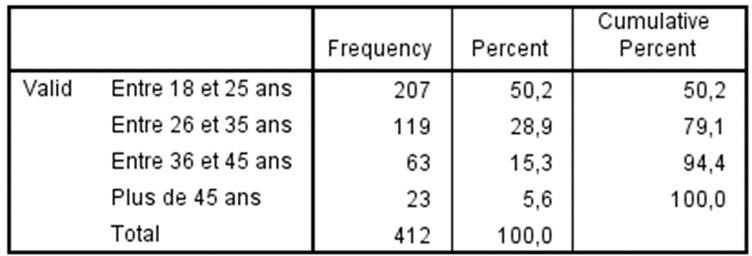


**Source** : élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

La majorité des répondants à ce questionnaire sont des hommes, représentant environ 62% de l’échantillon, par ailleurs les femmes représentent environ 38% de l’échantillon. Cette répartition met en évidence une présence masculine plus marquée parmi les participants.

##### Q2\_Vous avez

**Tableau 3** : Age **Figure 4:** Age





Entre 18 et 25 ans

Entre 26 et 35 ans

Entre 36 et 45 ans

Plus de 45 ans

**207**

**50,2%**

**119**

**28,9%**

**23 5,6%**

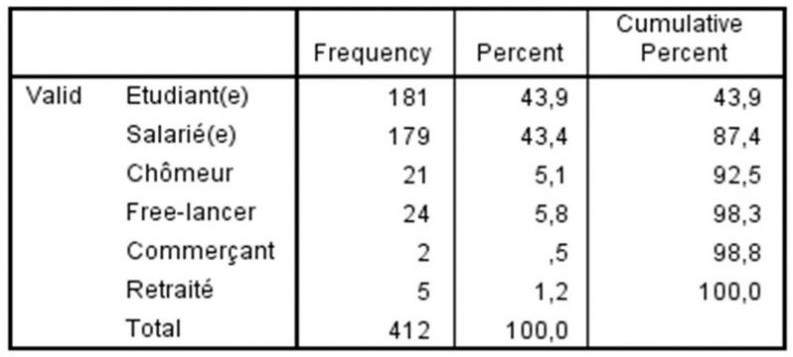
**63**

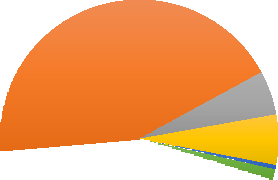
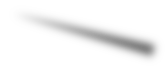
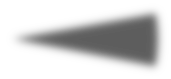
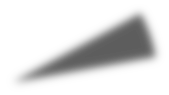
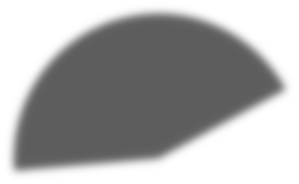
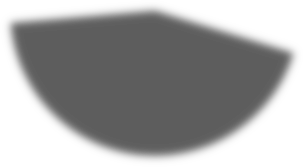
**15,3%**

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Selon les données présentées dans le tableau, montrent que la majorité des participants au questionnaire ont entre 18 à 25 ans, qui représentent plus de la moitié de l’échantillon 50,2%. Les personnes âgées de 26 à 35 ans constituent le deuxième groupe le plus représenté 28,9%, suivies des tranches de 36 à 45 ans 15,3% et de plus de 45 ans 5,6%. Cette répartition met en lumière une forte participation des jeunes.

##### Q3\_Situation Professionnelle

**Tableau 4** *:* Situation Professionnelle **Figure 5 :** Situation Professionnelle



**181**

**43,9%**

Etudiant(e) Salarié(e) Chômeur Free-lancer Commerçant Retraité

**24 5,8%**

**5**

**1,2%**

**2**

**0,5%**

**179**

**43,4%**

**21**

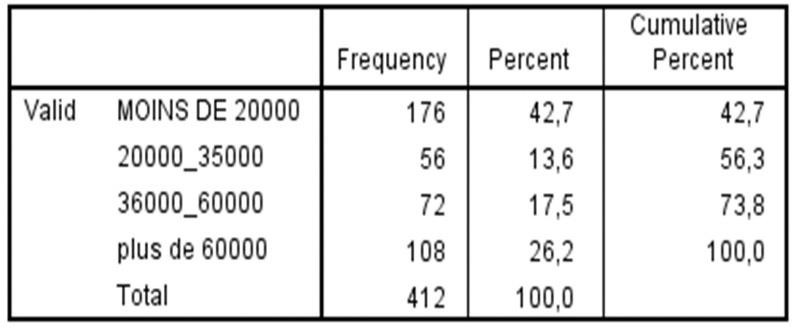
**5,1%**

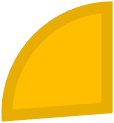
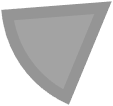
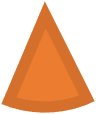
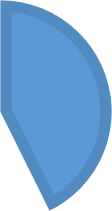
**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

La majorité des répondants sont des étudiants 43,9 % et des salariés 43,4 %, représentant ensemble près de 88 % de l’échantillon. Les autres statuts sont peu représentés, avec 5,8 % de free- lancers, 5,1 % de chômeurs, 1,2 % de retraités et seulement 0,5 % de commerçants. Cela montre que l’enquête a principalement touché une population jeune et active.

##### Q4\_ Revenu mensuel

**Tableau 5 :** Revenu mensuel **Figure 6 :** Revenu mensuel





**14%**

**17%**

**43%**

**26%**

MOINS DE 20000

20000\_35000

36000\_60000

plus de 60000

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

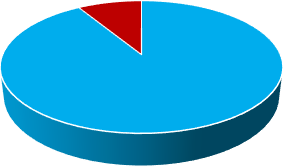
Pour le revenu mensuel la majorité des répondants 42,7 % déclarent avoir un revenu mensuel inférieur à 20 000 DA. Ensuite, 26,2 % gagnent plus de 60 000 DA, 17,5 % se situent entre 36 000 et 60 000 DA, et 13,6 % entre 20 000 et 35 000 DA. Cela indique que plus de 56 % des participants ont un revenu mensuel inférieur à 36 000 DA, ce qui reflète une population à revenu plutôt modeste.

##### Partie 02 : Profil utilisateur de BaridiMob et évaluation de la satisfaction à travers l’expérience d’utilisation (04 questions) :

**Q5\_Avez vous l'habitude d'utiliser l'application BaridiMob *?***

**Tableau 6 :** Fréquence d’utilisation de BaridiMob **Figure 7:**Fréquence d’utilisation de BaridiMob

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | N | % | Cumul |
| Oui | 376 | 91,3 | 91,3 |
| Non | 36 | 8,7 | 100,0 |
| Total | 412 | 100,0 |  |



**Non, 36**

**Oui, 376**

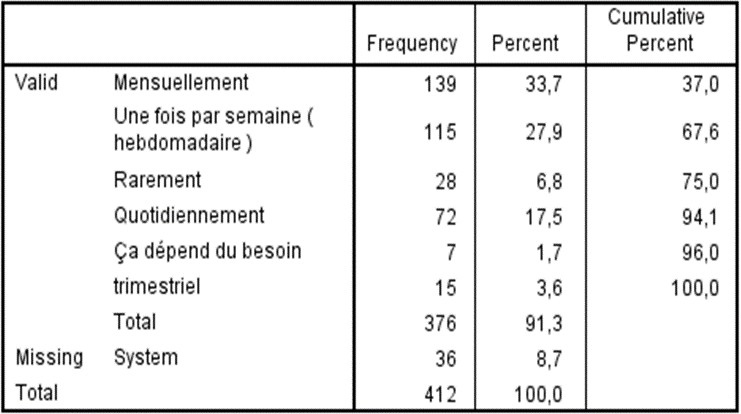
Oui Non

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

D'après les résultats obtenus, 91,3 % des répondants déclarent utiliser l'application BaridiMob, contre seulement 8,7 % qui ne l'utilisent pas. Cela montre que l'application est très utilisée par les personnes interrogées.

##### Q6\_ Si oui, sur quelle fréquence utilisez-vous l’application BaridiMob ?

**Tableau** 7 : Fréquence d’utilisation BaridiMob **Figure 8** : Fréquence d’utilisation BaridiMob



Percent Frequency

115

139

100 200

0

7

17.5 72

6.828

27.9

33.7

1.7

3.6

15

trimestriel

Ça dépend du besoin Quotidiennement

Rarement Une fois par semaine (…

Mensuellement

**Source** : élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Ce tableau ressort que parmi les utilisateurs de l'application BaridiMob, 37 % l'utilisent mensuellement, 30,6 % une fois par semaine et 19,1 % quotidiennement. En revanche, seuls 7,4 % l'utilisent rarement, 4 % de façon trimestrielle et 1,9 % selon leurs besoins. Ces résultats montrent que la majorité des utilisateurs se servent de l'application de manière régulière.

**Q7\_ Pourquoi utilisez-vous BaridMob ?** **Tableau 8 :** Raisons d’utilisation de BaridiMob

**Figure 9 :** Raisons d’utilisation de BaridiMob

|  |  |
| --- | --- |
| **Recharge mobile** | **294** |
| **Transferts d’argent** | **307** |
| **Consultation du solde** | **278** |
| **Retrait sans carte** | **106** |
| **Paiement de factures** | **207** |
| **Total** | **1192** |



0

-500

207

106

307 278

294

1000

500

1192

1500

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Les principales raisons pour lesquelles les utilisateurs utilisent l'application BaridiMob, sont les transferts d'argent (307 réponses), la recharge mobile (294 réponses) et la consultation du solde (278 réponses). Viennent ensuite le paiement de factures (207 réponses) et le retrait sans carte (106 réponses). Ces résultats montrent que BaridiMob est surtout utilisée pour des opérations pratiques et quotidiennes.

##### Q8\_Évaluation de l’expérience des utilisateurs :

**Tableau 9:**Fréquence d’évaluation de l’expérience des utilisateurs

27

6.6

34

8.3

136

33.0

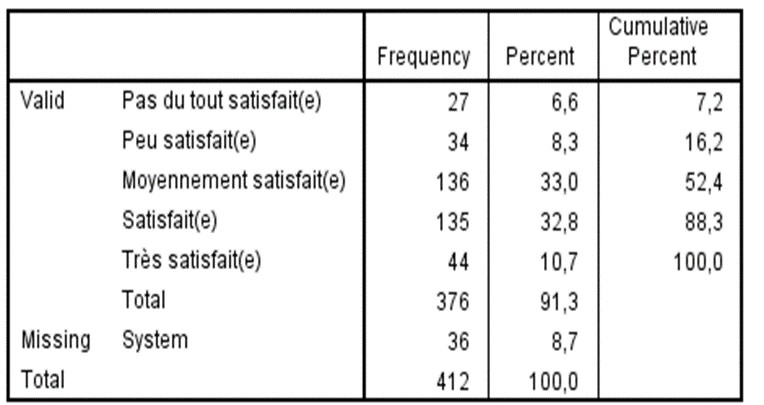
135

32.8

44

10.7

**Figure 10 :** Fréquence d’évaluation de l’expérience des utilisateurs



**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS



150

100

50

0

Frequency Percent

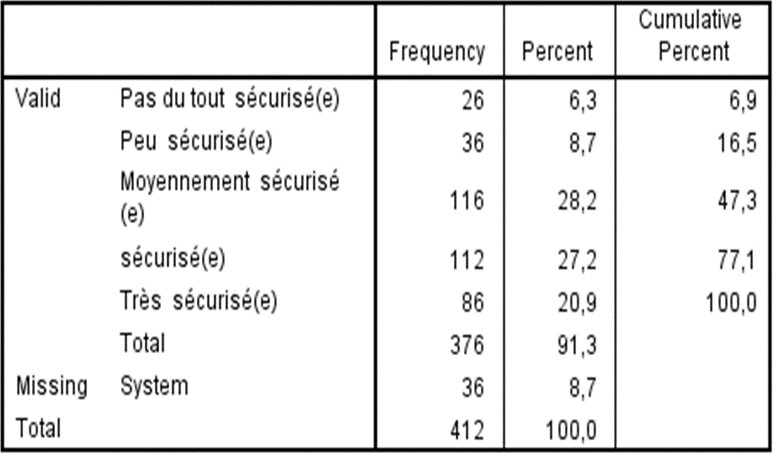
La plupart des utilisateurs sont satisfaits de l’application BaridiMob. Parmi les 376 répondants 32,8% disent être satisfaits et 10,7% très satisfaits, 33% sont moyennement satisfaits, 8,3% sont peu satisfais et seulement 6,6 % ne sont pas satisfaits. Alors, on déduit que la majorité des utilisateurs sont moyennement satisfaits

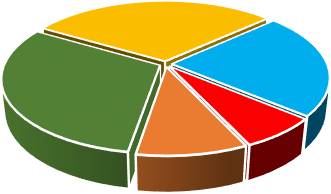
##### Partie 03 : Évaluation du niveau de sécurité de l’application (06 questions) :

**Q9\_Évaluation sécurité :**

**Tableau 10 :** Fréquence d’évaluation de la sécurité

**Figure 11:** Fréquence d’évaluation de la sécurité





Pas du tout

sécurisé(e) 6.91%

Peu

sécurisé(e) 9.57%

Moyennem

ent sécurisé(e) 30.85%

Très

sécurisé(e) 22.87%

sécurisé(e)

29.79%

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Sur un total de 376 réponses valides, une majorité relative des utilisateurs déclarent se sentir en sécurité lors de l’utilisation de l’application BaridiMob. En effet, 29,8 % se disent sécurisés et 22,9

% très sécurisés, ce qui représente ensemble 52,7 % des répondants. Par contre, 6,9 % des utilisateurs affirment ne pas du tout se sentir en sécurité et 9,6 % se sentent peu sécurisés, soit un total de 16,5 % exprimant un sentiment d’insécurité. Les 30,9 % des répondants se situent au milieu de l’échelle, en se déclarant moyennement sécurisés.

**Q10\_Si vous aviez des doutes sur la sécurité de vos données, que feriez-vous ?** **Tableau 11 :** Comportements adoptés en cas de doute sur la sécurité des données

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | n | % | Cum % |
| Je réduirais mon utilisation de l’application | 65 | 15,8 | 17,3 |
| J’éviterais de faire des transactions sensibles (ex. : gros montants) | 142 | 34,5 | 55,1 |
| Je bloque ma carte ou bien l'application sur le GAB | 37 | 9,0 | 64,9 |
| J’arrêterais complètement d’utiliser l’application | 96 | 23,3 | 90,4 |
| Je continuerais à utiliser l’application sans problème | 36 | 8,7 | 100,0 |
| System | 36 | 8,7 |  |
| Total | 412 | 100,0 |  |

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Sur un total de 376 réponses valides, une majorité d’utilisateurs environ 55,1 % indiquent qu’ils adopteraient des mesures de prudence en cas de problème, soit en réduisant leur utilisation de l’application 17,3 %, soit en évitant d’y effectuer des transactions sensibles, comme des paiements

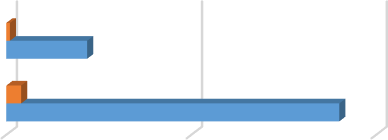
importants 37,8 %. Par ailleurs, 35,3 % des répondants adopteraient une réaction plus radicale, en bloquant leur carte ou l’application 9,8 %, voire en arrêtant complètement d’utiliser l’application 25,5 %. Seuls 9,6 % des utilisateurs déclarent qu’ils continueraient à utiliser l’application sans problème. Ces résultats suggèrent une forte sensibilité à la sécurité, avec une grande majorité d’utilisateurs enclins à modifier leur comportement en cas de doute sur la fiabilité de l’application

##### Q11\_Avez-vous déjà été victime d’un problème de sécurité (piratage, fraude, vol de données) sur BaridiMob ?

**Tableau 12 :** Fréquence des atteintes à la sécurité sur BaridiMob

**Figure 12:** Fréquence des atteintes à la sécurité sur BaridiMob

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | N | % | Cumul |
| Non | 360 | 87,4 | 95,7 |
| Oui | 16 | 3,9 | 100,0 |
| Total | 376 | 91,3 |  |
| System | 36 | 8,7 |  |
|  | 412 | 100,0 |  |



400

200

Oui Non

0

360

16

Frequency

87.4

Percent

3.9

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Parmi les 376 personnes qui ont répondu, la grande majorité, soit 95,7 %, ont répondu non à la question posée, tandis que seulement 4,3 % ont répondu oui. Cela montre que presque tous les utilisateurs partagent le même avis, avec très peu d’exceptions.

##### Q12\_Si oui, est ce que vous pouvez nous décrire la nature du problème ?

**Tableau 13:**Catégories de problèmes rencontrés **Figure 13 :** Catégories de problèmes rencontrés

|  |  |
| --- | --- |
| **Perte d'argent** | **10** |
| **Escroquerie et fraude** | **6** |

10

Perte d'argent

Escroquerie et fraude

6

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Ce petit tableau explique que dix personnes ont déclaré avoir subi une perte d’argent et huit personnes ont été victimes d’escroquerie ou de fraude. Cela montre que certains utilisateurs ont déjà fait face à des situations risquées en utilisant l’application.

##### Q13\_Quelles améliorations souhaiteriez-vous en matière de sécurité ?

**Tableau 14 :** Améliorations souhaitées en matière de sécurité

**Figure 14 :** Améliorations souhaitées en matière de sécurité

|  |  |
| --- | --- |
| Double authentification | 167 |
| Meilleur cryptage des données | 191 |
| Ajouter un code de confirmation secret | 136 |
| Alertes instantanées en cas de tentative suspecte | 274 |
| Total | 768 |

Meilleur cryptage des

données

Ajouter un code de

confirmation secret

Alertes instantanées en cas

de tentative suspecte

274

136

768

191

167

Double authentification

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Les utilisateurs ont proposé plusieurs idées pour améliorer la sécurité de l’application. 274 personnes aimeraient recevoir des alertes instantanées en cas de tentative suspecte. 191 personnes souhaitent un meilleur cryptage des données pour protéger leurs informations. 167 personnes aimeraient qu’il y ait une double authentification. 136 personnes proposent d’ajouter un code secret de confirmation pour valider certaines actions. Cela montre que les utilisateurs sont sensibles à la sécurité et attendent des mesures concrètes pour se sentir protégés.

##### Q14\_Si vous considérez que BaridiMob n’est pas sécurisé, seriez-vous prêt(e) à utiliser une autre solution de paiement ?

**Tableau 15 :** Réaction face à un manque de sécurité sur BaridiMob

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Frequency | Percent | Cumulative Percent |
| Oui, immédiatement | 168 | 40,8 | 44,7 |
| Oui, mais seulement en cas de problème avéré | 190 | 46,1 | 95,2 |
| Non, je resterais sur Baridi-Mob malgré les risques | 18 | 4,4 | 100,0 |
| Total | 376 | 91,3 |  |
| Missing | 36 | 8,7 |  |
| Total | 412 | 100,0 |  |

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

La plupart des utilisateurs changeraient d’application si la sécurité pose problème. Presque la moitié 44,7 % disent qu’ils changeraient tout de suite, et un peu plus de la moitié 50,5 %

attendraient de voir s’il y a vraiment un problème. Très peu de personnes 4,8 % resteraient sur BaridiMob même s’il y avait des risques.

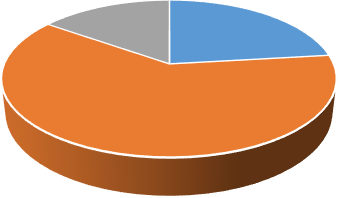
##### Partie 04 : Analyse des problèmes de fonctionnement rencontrés sur BaridiMob comme bugs et dysfonctionnements (04 questions) :

**Q15\_Avez-vous déjà rencontré des bugs ou erreurs en utilisant BaridiMob ?**

**Tableau 16 :** Rencontres de dysfonctionnements sur BaridiMob

**Figure 15 :**Rencontres de dysfonctionnements sur BaridiMob

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Frequency** | **Percent** | **Cumulative Percent** |
| **Oui, souvent** | **87** | **21,1** | **23,1** |
| **Oui, parfois** | **232** | **56,3** | **84,8** |
| **Non, jamais** | **57** | **13,8** | **100,0** |
| **Total** | **376** | **91,3** |  |
| **Missing** | **36** | **8,7** |  |
| **Total** | **412** | **100,0** |  |



57 87

232

Oui, souvent Oui, parfois Non, jamais

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

En répondant à la question, 23,1 % des utilisateurs disent avoir rencontré des bugs ou erreurs souventbet 61,7 % en ont rencontré parfois. Cela signifie que presque 85 % des personnes ont déjà eu des problèmes techniques avec l’application. Seuls 15,2 % des répondants n’ont jamais rencontré de bugs.

##### Q16\_Si oui, quels types de problèmes avez-vous rencontrés ?

**Tableau 17 :** Types de problèmes techniques rencontrés

**Figure 16:** Types de problèmes techniques rencontrés

|  |  |
| --- | --- |
| **Transactions échouées** | **219** |
| **Erreurs d'affichage du solde** | **201** |
| **Lenteur excessive de l'application** | **161** |
| **Fermeture inopinée de l’application** | **115** |
| **La sélection de la source du virement ou du paiement** | **15** |
| **Mise à jour de l'application sans avertissement** | **32** |
| **Total** | **743** |

Lenteur excessive de

l'application Fermeture inopinée de l’application

La sélection de la source du

virement ou du paiement Mise à jour de l'application sans avertissement

115 219

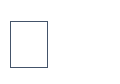
161

201

Transactions échouées

Erreurs d'affichage du solde

15 32

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Les utilisateurs ont signalé différents types de bugs en utilisant BaridiMob. Le problème le plus fréquent est celui des transactions échouées, mentionné par 219 personnes. Ensuite, 201 utilisateurs ont remarqué des erreurs d'affichage du solde, ce qui peut être inquiétant. 161 personnes trouvent que l’application est trop lente, et 115 ont déjà eu une fermeture soudaine de l’application. Quelques autres ont aussi cité des soucis comme la mise à jour sans avertissement 32 réponses ou des problèmes avec la sélection de la source du virement ou paiement 15 réponses. Cela montre que beaucoup d’utilisateurs rencontrent des difficultés techniques variées, parfois gênantes.

##### Q17\_Lorsque vous rencontrez un problème technique, comment réagissez-vous ?

**Tableau 18** : Réponse des usagers face aux erreurs sur BaridiMob

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **Frequency** | **Percent** | **Valid Percent** | **Cumulative Percent** |
| **Valid** | **J’essaie plusieurs fois jusqu’à ce que ça fonctionne** | **142** | **34,5** | **37,8** | **37,8** |
|  | **J’attends quelques heures/jours avant de réessayer** | **190** | **46,1** | **50,5** | **88,3** |
|  | **J’abandonne et j'utilise un moyen de paiement en ligne (BaridiNet, Web- Merchand)** | **27** | **6,6** | **7,2** | **95,5** |
|  | **J’appelle l'assistance client (1530)** | **17** | **4,1** | **4,5** | **100,0** |
|  | **Total** | **376** | **91,3** | **100,0** |  |
|  | **Missing** | **36** | **8,7** |  |  |
| **Total** |  | **412** | **100,0** |  |  |

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Face à un problème technique avec l’application, la plupart des utilisateurs préfèrent réessayer plus tard. En effet, 50,5 % attendent quelques heures ou quelques jours avant de refaire une tentative. 37,8 % essaient plusieurs fois d’affilée jusqu’à ce que ça marche. D’autres solutions sont moins courantes : 7,2 % des utilisateurs abandonnent et utilisent un autre service en ligne comme BaridiNet ou Web-Merchant, et seulement 4,5 % contactent le service client (1530).

**Q18\_À quel point ces bugs influencent-ils votre utilisation de BaridiMob ?** **Tableau 19 :** Impact des bugs sur l’utilisation de BaridiMob

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Frequency** | **Percent** | **Cumulative Percent** |
| **Cela ne me dérange pas** | **16** | **3,9** | **5,0** |
| **C’est gênant mais j’utilise toujours l’application** | **206** | **50,0** | **69,6** |
| **J’utilise moins l’application à cause des bugs** | **87** | **21,1** | **96,9** |
| **J’arrête d’utiliser l’application** | **10** | **2,4** | **100,0** |
| **Total** | **319** | **77,4** |  |
| **Missing** | **93** | **22,6** |  |
| **Total** | **412** | **100,0** |  |

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

La plupart des utilisateurs 64,6 % disent que les bugs sont gênants, mais qu’ils continuent quand même d’utiliser l’application. Pour 27,3 %, les problèmes techniques les poussent à utiliser l’application moins souvent. Une petite partie, soit 3,1 %, déclare avoir complètement arrêté de l’utiliser à cause des bugs. Seuls 5 % des utilisateurs disent que les bugs ne les dérangent pas du tout.

##### G. Partie 05 : Disponibilité du service (4 questions) :

**Q19\_Avez-vous déjà rencontré des indisponibilités de BaridiMob à certaines heures ?**

**Tableau 20 :** Fréquence des indisponibilités constatées

**Figure 17 :** Fréquence des indisponibilités constatées

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **Frequency** | **Percent** | **Cumulative Percent** |
| **Valid** | **Oui, souvent** | **101** | **24,5** | **26,9** |
|  | **Oui, parfois** | **219** | **53,2** | **85,1** |
|  | **Non, jamais** | **56** | **13,6** | **100,0** |
|  | **Total** | **376** | **91,3** |  |
|  | **Missing** | **36** | **8,7** |  |
|  | **Total** | **412** | **100,0** |  |

250

200

150

100

50

0

Oui, souvent Oui, parfois Non, jamais Frequency Percent

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

La majorité des utilisateurs ont déjà eu des moments où l’application BaridiMob n’était pas disponible. En effet, 58,2 % disent que cela leur est arrivé parfois, et 26,9 % disent que cela arrive

souvent. Au total, cela fait 85,1 % des personnes concernées par des interruptions. Seuls 14,9 % des utilisateurs disent n’avoir jamais eu ce problème. Cela montre que les pannes ou indisponibilités sont fréquentes pour beaucoup d’utilisateurs.

##### Q20\_Si oui, à quelles heures avez-vous rencontré ces problèmes ?

**Tableau 21 :** Répartition horaire des interruptions de service

**Figure 18 :** Répartition horaire des interruptions de service

|  |  |
| --- | --- |
| **De manière aléatoire** | **156** |
| **Entre minuit et 7h du matin** | **154** |
| **Pendant les jours fériés** | **94** |
| **Aux heures de pointe (matin, soir)** | **54** |
| **Total** | **458** |

500

0

Total

Aux heures de pointe… Pendant les jours fériés

Entre minuit et 7h du matin

De manière aléatoire

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Les utilisateurs ont remarqué que les problèmes d’indisponibilité arrivent surtout de manière aléatoire selon 156 réponses, et entre minuit et 7h du matin selon 154 personnes. D’autres disent avoir rencontré des soucis pendant les jours fériés 94 réponses ou aux heures de pointe comme le matin ou le soir 54 réponses

##### Q21\_Lorsque le service est indisponible, quelle est votre principale réaction ?

**Tableau 22 :** Réactions face à l’indisponibilité du service

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Frequency** | **Percent** | **Cumulative Percent** |
| **J’attends et réessaie plus tard** | **250** | **60,7** | **66,5** |
| **J’utilise un autre moyen de paiement** | **121** | **29,4** | **98,7** |
| **Valid** |  |  |  |
| **Je contacte le service client** | **5** | **1,2** | **100,0** |
| **Total** | **376** | **91,3** |  |
| **Missing** | **36** | **8,7** |  |
| **Total** | **412** | **100,0** |  |

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Lorsque les utilisateurs rencontrent une indisponibilité du service, la majorité 66,5 % préfèrent attendre et réessayer plus tard. Environ 32,2 % choisissent d’utiliser un autre moyen de paiement

pour continuer leurs opérations. Très peu d’utilisateurs, seulement 1,3 %, contactent le service client

##### Q22\_L’indisponibilité du service affecte-t-elle votre confiance envers BaridiMob ?

**Tableau 23 :** Impact de l’indisponibilité sur la confiance

**Figure 19 :** Impact de l’indisponibilité sur la confiance

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **Frequency** | **Percent** | **Cumulative**  **Percent** |
|  | **Oui, beaucoup** | **52** | **12,6** | **13,8** |
|  | **Oui, un peu** | **204** | **49,5** | **68,1** |
| **Valid** | **Non, pas du tout** | **120** | **29,1** | **100,0** |
|  | **Total** | **376** | **91,3** |  |
| **Missing** |  | **36** | **8,7** |  |
|  | **Total** | **412** | **100,0** |  |

250

200

150

100

50

0

Oui, beaucoup Oui, un peu Non, pas du

tout

Frequency Percent

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Pour plus de la moitié des utilisateurs 54,3 %, les problèmes d’indisponibilité réduisent un peu leur confiance dans l’application. 13,8 % disent même que cela affecte beaucoup leur confiance. En revanche, 31,9 % affirment que ces problèmes n’ont aucun impact sur leur confiance.

##### F. Section 06 : Qualité du service client (4 questions) : Q23\_Avez-vous déjà contacté le service client de BaridiMob ?

**Tableau 24** : Fréquence des contacts avec le service client

**Figure 20** : Fréquence des contacts avec le service client

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **Frequency** | **Percent** | **Cumulative Percent** |
| **Valid** | **Non** | **306** | **74,3** | **81,4** |
|  | **Oui** | **70** | **17,0** | **100,0** |
|  | **Total** | **376** | **91,3** |  |
|  | **Missing** | **36** | **8,7** |  |
| **Total** |  | **412** | **100,0** |  |

Non Oui

100 200 300 400

0

Frequency

Percent

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

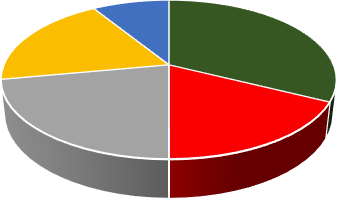
Seulement 18,6 % des utilisateurs ont déjà contacté le service client de BaridiMob, tandis que la grande majorité affirment ne l’avoir jamais fait.

##### Q24\_Si oui, comment évaluez-vous (de 1 à 5) la rapidité de réponse ? (1=Très lente, 5=Très rapide)

**Tableau 25 :** Fréquence d’évaluation du service client

**Figure 21 : Fréquence** d’évaluation du service client

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **Frequency** | **Percent** | **Cumulative Percent** |
| **Vali d** | **Très lente** | **22** | **5,3** | **32,4** |
| **Lente** | **12** | **2,9** | **50,0** |
|  | **Moyenne** | **15** | **3,6** | **72,1** |
|  | **Rapide** | **13** | **3,2** | **91,2** |
|  | **Très rapide** | **6** | **1,5** | **100,0** |
|  | **Total** | **68** | **16,5** |  |
|  | **Missing** | **344** | **83,5** |  |
| **Total** |  | **412** | **100,0** |  |



Moyenne

Lente

Très rapide

Très lente

Rapide

**12**

**15**

**22**

**6**

**13**

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Les utilisateurs qui ont déjà contacté le service client de BaridiMob sont 68 au total. Sur ces 68 personnes, 22 soit 32,4 % disent que la réponse était très lente, 12 soit 17,6 % la trouvent lente, et 15 soit 22,1 % pensent qu’elle est moyenne. En revanche, 13 personnes soit 19,1 % jugent la réponse rapide, et seulement 6 soit 8,8 % la trouvent très rapide.

##### Q25\_Quelles difficultés avez-vous rencontré en contactant le service client ?

**Tableau 26 :** Difficultés **rencontrées avec le service client**



120

100

80

60

40

20

0

**Figure 22 :** Difficultés **rencontrées avec le service client**

|  |  |
| --- | --- |
| **Réponse non satisfaisante** | **23** |
| **Temps d’attente trop long** | **34** |
| **Aucune réponse reçue** | **20** |
| **L'indisponibilité du service pendant les jours fériés et les weekends** | **23** |
| **Total** | **100** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | | | | |  |  |
|  | | | | | | | | |  |
|  | | | | | | | | |  |
|  | | |  |  | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Les utilisateurs qui ont contacté le service client de BaridiMob ont rencontré plusieurs problèmes. 34 personnes disent que le temps d’attente était trop long. 23 personnes n’ont pas été satisfaites de la réponse. 23 autres disent que le service était fermé pendant les jours fériés et les weekends. Et 20 personnes disent qu’elles n’ont reçu aucune réponse.

##### Q26\_Quelles améliorations souhaiteriez-vous pour le service client ?

**Tableau 27 :** Recommandations pour améliorer le support client

**Figure 23 :**Recommandations pour améliorer le support client

200

150

100

50

0

**Assistance en Service client Plus de Organisation Total**

**ligne**

**(chatbot, FAQ améliorée)**

**disponible rapidité dans des journées**

**24/7**

**les réponses**

**de**

**réclamation de façon quotidienne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Assistance en ligne (chat bot, FAQ améliorée)** | **39** |
| **Service client disponible 24/7** | **48** |
| **Plus de rapidité dans les réponses** | **44** |
| **Organisation des journées de réclamation de façon quotidienne** | **27** |
| **Total** | **158** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | |  |  |
|  | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Les utilisateurs souhaitent plusieurs améliorations pour le service client de BaridiMob. 48 personnes aimeraient que le service soit disponible 24h/24 et 7j/7. 44 personnes veulent des réponses plus rapides. 39 personnes demandent une assistance en ligne, comme un chat bot ou une FAQ améliorée. Enfin, 27 personnes souhaitent que les journées de réclamation soient organisées tous les jours.

##### Analyse descriptive du questionnaire (19 questions) :

**Tableau 28**: Niveau de vérification de la variable en fonction du poids relatif

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Niveau de verification** | **Très faible** | **Faible** | **Modéré** | **Fort** | **Très fort** |
| Poids relatif | 1 - 1.8 | 1.81 - 2.6 | 2.61 - 3.4 | 3.41 - 4.2 | 4.21 – 5 |

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Le tableau ci-dessus présente la classification du niveau de vérification des variables issues du questionnaire portant sur l'utilisation de l'application BaridiMob. Chaque variable a été pondérée selon son poids relatif, permettant ainsi de mesurer son importance dans l'analyse des retours utilisateurs. Dans le cadre de la méthodologie de vérification, les niveaux de vérification sont répartis en cinq catégories : très faible, faible, modéré, fort et très fort. Ces catégories correspondent à des niveaux spécifiques de poids relatif. Cette pondération facilite l'interprétation des résultats en identifiant clairement quelles variables influencent la satisfaction client.

**Tableau 29:** Statistiques descriptives sur l’expérience utilisateur de BaridiMob

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Min | Max | Mean | Std.d | Var | Level |
| Sexe | 1 | 2 | 1,38 | 0,487 | 0,237 | Très faible |
| Age | 1 | 4 | 1,76 | 0,908 | 0,824 | Très faible |
| Situation Professionnelle : | 1 | 6 | 1,79 | 0,959 | 0,92 | Très faible |
| Revenu mensuel | 1 | 4 | 2,27 | 1,257 | 1,58 | Faible |
| Avez-vous l'habitude d'utiliser l'application  BaridMob ? | 1 | 2 | 1,09 | 0,283 | 0,08 | Très faible |
| Si oui, sur quelle fréquence utilisez-vous  l’application BaridiMob ? | 1 | 6 | 2,31 | 1,389 | 1,93 | Faible |
| Comment évaluez-vous votre expérience d'utilisation  de l'application Barid Mob | 1 | 5 | 3,359 | 1,0386 | 1,079 | Modéré |
| Sentez-vous en sécurité lorsque vous utilisez  l'application BaridiMob ? | 1 | 5 | 3,521 | 1,1476 | 1,317 | Fort |
| Si vous aviez des doutes sur la sécurité de vos  données, que feriez-vous ? | 1 | 5 | 2,72 | 1,279 | 1,635 | Modéré |
| Avez-vous déjà été victime d’un problème de sécurité (piratage, fraude, vol de données) sur  BaridiMob ? | 1 | 2 | 1,04 | 0,202 | 0,041 | Très faible |
| Si vous considérez que BaridMob n’est pas sécurisé, seriez-vous prêt(e) à utiliser une autre solution de  paiement ? | 1 | 3 | 1,6 | 0,58 | 0,336 | Très faible |
| Lorsque vous rencontrez un problème technique,  comment réagissez-vous ? | 1 | 4 | 1,78 | 0,765 | 0,585 | Très faible |
| À quel point ces bugs influencent-ils votre utilisation  de BaridiMob ? | 1 | 4 | 2,29 | 0,607 | 0,368 | Faible |
| Avez-vous déjà rencontré des indisponibilités de  BaridiMob à certaines heures ? | 1 | 3 | 1,88 | 0,636 | 0,404 | Faible |
| Lorsque le service est indisponible, quelle est votre  principale réaction ? | 1 | 3 | 1,35 | 0,504 | 0,254 | Très faible |
| L’indisponibilité du service affecte-t-elle votre  confiance envers BaridiMob ? | 1 | 3 | 1,82 | 0,653 | 0,426 | Faible |
| Avez-vous déjà contacté le service client de  BaridiMob ? | 1 | 2 | 1,19 | 0,39 | 0,152 | Très faible |
| Si oui, comment évaluez-vous (de 1 à 5) la rapidité  de réponse ? | 1 | 5 | 2,544 | 1,3542 | 1,834 | Faible |
| Avez-vous déjà rencontré des bugs ou erreurs en  utilisant BaridiMob ? | 1 | 3 | 1,92 | 0,615 | 0,378 | Faible |
| Valid N (listwise) |  |  |  |  |  |  |

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Ce tableau présente une analyse statistique descriptive portant sur un échantillon de 412 utilisateurs de l’application BaridiMob. Il met en évidence les tendances générales à travers des

indicateurs comme la moyenne, l’écart-type, la variance et une évaluation du niveau de dispersion (très faible, faible, modéré, fort, très fort).

Les données sociodémographiques révèlent que les utilisateurs sont majoritairement jeunes, avec un âge moyen de 1,76 sur une échelle de 1 à 4, et sont en majorité de sexe masculin (moyenne

= 1,38). Leur situation professionnelle (moyenne = 1,79) et leur revenu mensuel (moyenne = 2,27) indiquent un profil relativement modeste. Le faible niveau de dispersion (variance < 1 pour la plupart de ces variables) montre une homogénéité des répondants.

Concernant l’usage de l’application, la majorité déclare l’utiliser régulièrement (moyenne = 1,09 sur une échelle de 1 à 2), mais la fréquence d’utilisation varie davantage (moyenne = 2,31 sur 6, avec une variance de 1,93), ce qui traduit des comportements d’utilisation hétérogènes.

Du point de vue de l’expérience utilisateur, la satisfaction globale atteint une moyenne de 3,36 sur 5, indiquant une appréciation modérée. Le sentiment de sécurité est légèrement plus élevé, avec une moyenne de 3,52, ce qui reflète une perception globalement positive de la fiabilité de l’application.

En revanche, lorsque des doutes sur la sécurité apparaissent, les utilisateurs ont une réaction plutôt réservée ou incertaine (moyenne = 2,72), et peu déclarent avoir été victimes de problèmes de sécurité (moyenne = 1,04), ce qui est rassurant.

Face aux problèmes techniques, les réponses sont plutôt passives (moyenne = 1,78), et même si ces bugs influencent l’utilisation (moyenne = 2,29), la confiance générale dans BaridiMob ne semble pas fortement impactée (moyenne = 1,82).

Enfin, le service client est peu sollicité (moyenne = 1,19), et sa réactivité est jugée moyenne à lente par ceux qui y ont eu recours (moyenne = 2,54 sur 5). Les bugs ou erreurs restent présents (moyenne = 1,92 sur 3), ce qui constitue un axe d’amélioration important.

##### Analyse des Tableaux croisés :

**Q8\_Évaluation de l’expérience des utilisateurs\*Q9\_Évaluation sécurité :**

**Tableau 30** : Évaluation de l’expérience des utilisateurs par rapport à la sécurité

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Sécurité | | | | | **Total** |
| Pas du tout  sécurisé(e) | Peu  sécurisé(e) | Moyenneme  nt sécurisé(e) | Sécurisé(e) | Très  sécurisé(e) |
|  | Pas du tout satisfait(e) | 10 | 4 | 5 | 2 | 6 | **27** |
| Satisfaction | Peu satisfait(e) | 5 | 8 | 12 | 6 | 3 | **34** |
| Moyennement satisfait(e) | 8 | 22 | 52 | 38 | 16 | **136** |
|  | Satisfait(e) | 2 | 1 | 44 | 56 | 32 | **135** |
|  | Très satisfait(e) | 1 | 1 | 3 | 10 | 29 | **44** |
| **Total** | **26** | **36** | **116** | **112** | **86** | **376** |

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Les résultats montrent un lien clair entre la satisfaction des utilisateurs et la sécurité perçue de l'application BaridiMob. Les 10 utilisateurs qui ne sont pas du tout satisfaits trouvent que l’application est pas du tout sécurisée. Les 12 utilisateurs qui sont peu satisfaits disent que la sécurité est moyenne, et 8 utilisateurs trouvent qu’elle est peu sécurisée. Parmi les 136 utilisateurs moyennement satisfaits, 52 pensent que la sécurité est moyenne. Sur les 135 utilisateurs satisfaites, 56 trouvent que l’application est sécurisée, et 44 disent qu’elle est moyennement sécurisée. Enfin, parmi les 44 très satisfaits, 29 estiment que l’application est très sécurisée.

##### Q8\_Évaluation de l’expérience des utilisateurs\*Q18\_À quel point ces bugs influencent-ils votre utilisation de BaridiMob ?

**Tableau 31** : Évaluation de l’expérience des utilisateurs par rapport aux bugs

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Bugs | | | | **Total** |
| Cela ne me dérange pas | C’est gênant mais j’utilise toujours  l’application | J’utilise moins l’application à cause des  bugs | J’arrête d’utiliser  l’application |
| tisfaction | Pas du tout satisfait(e) | 4 | 7 | 12 | 2 | **25** |
| Peu satisfait(e) | 1 | 14 | 12 | 3 | **30** |
| Moyennement  satisfait(e) | 2 | 84 | 34 | 3 | **123** |
| Satisfait(e) | 5 | 80 | 23 | 1 | **109** |
| Sa | Très satisfait(e) | 4 | 21 | 6 | 1 | **32** |
| **Total** | | **16** | **206** | **87** | **10** | **319** |

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Les 12 utilisateurs qui ne sont pas du tout satisfaits disent qu’ils utilisent moins l’application à cause des bugs, et 7 trouvent que c’est gênant mais continuent à l’utiliser. Parmi les 30 utilisateurs peu satisfaits, 14 trouvent les bugs gênants mais continuent à utiliser l’application, et 12 l’utilisent moins à cause des bugs. Les 123 utilisateurs moyennement satisfaits sont 84 à dire que les bugs sont gênants mais qu’ils continuent à utiliser l’application, et 34 l’utilisent moins à cause des bugs. Parmi les 109 utilisateurs satisfaits, 80 trouvent aussi que les bugs sont gênants, mais ils continuent à utiliser l’application, et 23 l’utilisent moins. Les 32 utilisateurs très satisfaits, 21 trouvent que les bugs sont gênants, mais ils continuent à utiliser l’application, et 6 disent qu’ils l’utilisent moins à cause des bugs.

##### Q8\_Évaluation de l’expérience des utilisateurs\*Q22\_L’indisponibilité du service affecte-t- elle votre confiance envers BaridiMob ?

**Tableau 32 : Évaluation** de l’expérience des utilisateurs par rapport l’indisponibilité du service BaridiMob

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Indisponibilité | | | **Total** |
| Oui, beaucoup | Oui, un peu | Non, pas du tout |
|  | Pas du tout satisfait(e) | 4 | 8 | 15 | **27** |
| Satisfaction | Peu satisfait(e) | 2 | 20 | 12 | **34** |
| Moyennement satisfait(e) | 6 | 75 | 55 | **136** |
| Satisfait(e) | 21 | 83 | 31 | **135** |
|  | Très satisfait(e) | 19 | 18 | 7 | **44** |
| **Total** |  | **52** | **204** | **120** | **376** |

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Parmi les 27 utilisateurs pas du tout satisfaits, 15 disent que l’application est souvent indisponible, 8 un peu, et seulement 4 n’ont jamais eu de coupures. Parmi les 34 peu satisfaits, 12 ont rencontré beaucoup d’indisponibilité, 20 un peu, et 2 jamais. Pour les 136 moyennement satisfaits, 75 ont eu un peu d’indisponibilité, 55 souvent, et seulement 6 aucun problème. Chez les 135 utilisateurs satisfaits, 83 ont connu un peu de coupures, 31 souvent, et 21 pas du tout. Parmi les 44 très satisfaits, 19 n’ont jamais eu de souci, 18 ont eu un peu d’indisponibilité, et 7 souvent.

##### Q8\_Évaluation de l’expérience des utilisateurs\*Q24\_Si oui, comment évaluez-vous (de 1 à

1. **la rapidité de réponse ? (1=Très lente, 5=Très rapide)**

**Tableau 33:**Évaluation de l’expérience des utilisateurs par la rapidité de réponse du service client

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Service client | | | | | **Total** |
| Très lente | Lente | Moyenne | Rapide | Très rapide |
|  | Pas du tout satisfait(e) | 7 | 0 | 1 | 0 | 1 | **9** |
| Satisfaction | Peu satisfait(e) | 3 | 2 | 1 | 1 | 0 | **7** |
| Moyennement satisfait(e) | 5 | 3 | 6 | 4 | 2 | **20** |
| Satisfait(e) | 3 | 5 | 6 | 7 | 1 | **22** |
|  | Très satisfait(e) | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | **10** |
| ***Total*** |  | **22** | **12** | **15** | **13** | **6** | **68** |

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

Les 9 utilisateurs pas du tout satisfaits sont 7 à dire que le service client est très lent. Un seul pense qu’il est moyen, et un autre très rapide. Les 7 utilisateurs peu satisfaits sont 3 à dire que le service est très lent, 2 le trouvent lent, et les autres pensent qu’il est moyen ou rapide. Les 20 utilisateurs moyennement satisfaits donnent des avis partagés : 6 trouvent le service moyen, 5 le jugent très lent, 4 le trouvent rapide, et les autres pensent qu’il est lent ou très rapide. Les 22 utilisateurs satisfaits sont 7 à trouver le service rapide, 6 le trouvent moyen, 5 pensent qu’il est lent, 3 le trouvent très lent, et 1 très rapide. Les 10 utilisateurs très satisfaits sont 2 à trouver le service très rapide, 1 rapide, 1 moyen, 2 lent et 4 très lent.

##### Analyse de la corrélation :

Afin d’analyser en profondeur les perceptions des utilisateurs de l’application BaridiMob, nous avons réalisé une analyse corrélationnelle à l’aide du logiciel SPSS. Nous avons utilisé le coefficient de Spearman (rho) pour mesurer les relations entre les dimensions clés évaluées dans le questionnaire, à savoir : l’évaluation de la sécurité, disponibilité du service, bugs et dysfonctionnements, ainsi que la satisfaction globale de l’expérience utilisateur.

**Tableau 34 :** Analyse des liens entre sécurité, confiance, confidentialité et satisfaction

**Correlations**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | **Satisfaction** | **Sécurité** | **Bugs** | **Indisponibilité** | **Service client** |
| **Spearman's rho** |  | **Correlation Coefficient** | 1,000 | **,447\*\*** | **-,202\*\*** | **-,290\*\*** | ,225 |
| **Satisfaction** | **Sig. (2-tailed)** | . | ,000 | ,000 | ,000 | ,065 |
|  | **N** | 376 | 376 | 319 | 376 | 68 |
|  | **Correlation Coefficient** | **,447\*\*** | 1,000 | -,258\*\* | -,319\*\* | ,478\*\* |
| **Sécurité** | **Sig. (2-tailed)** | ,000 | . | ,000 | ,000 | ,000 |
|  | **N** | 376 | 376 | 319 | 376 | 68 |
|  | **Correlation Coefficient** | **-,202\*\*** | -,258\*\* | 1,000 | ,296\*\* | -,044 |
| **Bugs** | **Sig. (2-tailed)** | ,000 | ,000 | . | ,000 | ,745 |
|  | **N** | 319 | 319 | 319 | 319 | 58 |
|  | **Correlation Coefficient** | **-,290\*\*** | -,319\*\* | ,296\*\* | 1,000 | -,135 |
| **Indisponibilité** | **Sig. (2-tailed)** | ,000 | ,000 | ,000 | . | ,274 |
|  | **N** | 376 | 376 | 319 | 376 | 68 |
|  | **Correlation Coefficient** | ,225 | ,478\*\* | -,044 | -,135 | 1,000 |
| **Service clien** | **Sig. (2-tailed)** | ,065 | ,000 | ,745 | ,274 | . |
|  | **N** | 68 | 68 | 58 | 68 | 68 |

**\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).**

**Source :** élaboré par nous-même sur la base des outputs SPSS

À travers ce tableau, l’analyse de corrélation de Spearman rho montre que la satisfaction des utilisateurs de l’application BaridiMob dépend principalement de leur sentiment de sécurité. En effet, il existe une relation positive et significative entre la satisfaction et la sécurité **(coefficient de corrélation de Spearman = 0,447, p < 0,001).** Cela veut dire que plus les utilisateurs se sentent en sécurité en utilisant l’application, plus ils sont satisfaits.

Par ailleurs, les bugs **(ρ = –0,202, p < 0,001)** et l’indisponibilité du service **(ρ = –0,290, p < 0,001)** ont une influence négative sur la satisfaction. Autrement dit, plus les utilisateurs rencontrent de bugs ou des indisponibilités de service, moins ils sont satisfaits de l’application. Même si ces corrélations sont plus faibles, elles sont tout de même significatives.

Il existe aussi une relation positive entre la satisfaction et le service client **(ρ = 0,225)**, ce qui pourrait indiquer que les utilisateurs sont plus satisfaits quand le service client est efficace.

Cependant, cette relation n’est pas statistiquement significative **(p = 0,065)**, ce qui veut dire qu’on ne peut pas être sûr à **100 %** que cette variable a un réel effet sur la satisfaction dans cet échantillon.

##### Analyse de la régression linéaire :

Dans le cadre de notre analyse, la satisfaction globale des utilisateurs de l’application BaridiMob a été considérée comme la variable dépendante, tandis que les sentiments de sécurité, la disponibilité du service, l’évaluation des bugs et le service client comme variables indépendantes. Une analyse de régression linéaire, effectuée à l’aide de SPSS, nous a permis d’étudier les liens entre ces dimensions et de déterminer plus précisément dans quelle mesure la protection des données personnelles influence la satisfaction des utilisateurs de BaridiMob.

**Tableau 35 :** Modèle de régression linéaire sur la satisfaction des utilisateurs de BaridiMob

**Model Summary**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,684a | ,467 | ,427 | ,916 |

**a. Predictors : (Constant), Service client, Bugs, Indisponibilité, Sécurité**

**Tableau 36 :** Analyse de la variance (ANOVA) du modèle de régression

**ANOVAa**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model** | Sum of  Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| **Regression** | 39,042 | 4 | 9,761 | 11,631 | ,000b |
| **Residual** | 44,475 | 53 | ,839 |
| **Total** | 83,517 | 57 |  |

1. **Dependent Variable : Satisfaction**
2. **Predictors : (Constant), Service client, Bugs, Indisponibilité, Sécurité**

**Tableau 37 :** Tableau des coefficients de régression linéaire

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model** | | **Unstandardized Coefficients** | | **Standardized**  **Coefficients** | **t** | **Sig.** |
| **B** | **Std. Error** | **Beta** |
|  | **(Constant)** | **3,643** | **,787** |  | **4,632** | **,000** |
|  | **Sécurité** | **,467** | **,114** | **,528** | **4,095** | **,000** |
| **1** | **Bugs** | **-,162** | **,232** | **-,073** | **-,701** | **,486** |
|  | **Indisponibilité** | **-,601** | **,187** | **-,338** | **-3,220** | **,002** |
|  | **Service client** | **-,082** | **,110** | **-,092** | **-,752** | **,456** |

* 1. **Variable dépendante : Satisfaction**

Afin d’analyser la régression linéaire, nous n’avons pas pris en considération l’ensemble des questions du questionnaire, mais nous avons choisi quatre variables indépendantes clés : le sentiment de sécurité, la disponibilité du service, l’évaluation des bugs, et la qualité du service client. Les autres variables ont été prises en compte sous forme de moyennes, afin de simplifier l’interprétation.

L’analyse issue des tableaux de régression linéaire multiple montre que le modèle est globalement pertinent et significatif **(R = 0,684)**, indiquant une relation modérément forte entre les variables explicatives (sécurité, indisponibilité, bugs et service client) et la satisfaction des utilisateurs de BaridiMob. Le coefficient de détermination **R² = 0,467** révèle que **46,7 %** de la variation de la satisfaction est expliquée par ce modèle. Le test **ANOVA (F = 11,631 ; p = 0,000)** atteste la significativité globale du modèle, validant l’influence conjointe des variables étudiées sur la satisfaction. Parmi les variables étudiées, la sécurité perçue a un effet positif et significatif sur la satisfaction **(B = 0,467 ; β = 0,528 ; p < 0,001)**, ce qui signifie que plus les utilisateurs se sentent en sécurité, plus ils sont satisfaits. En revanche, l’indisponibilité du service a un effet négatif significatif **(B = –0,601 ; β = –0,338; p = 0,002),** indiquant que les interruptions de service réduisent la satisfaction. Les deux autres variables, les bugs **(B = –0,162 ; β = –0,073 ; p = 0,486)** et le service client **(B = –0,082 ; β = –0,092 ; p = 0,456)**, n'ont pas montré d’effet significatif sur la satisfaction dans ce modèle. Cela suggère que la sécurité et la disponibilité du service sont les deux facteurs principaux à améliorer pour augmenter la satisfaction des utilisateurs.

##### Vérifications des hypothèses

Au début de notre mémoire, nous avons proposé quatre hypothèses principales en lien avec notre Problématique. Ces hypothèses ont été formulées dans le but de guider notre démarche de recherche et de structurer notre analyse. À présent, après avoir collecté et analysé les données nécessaires, nous procédons à la vérification de chacune de ces hypothèses, de manière détaillée et argumentée, afin de déterminer si elles se confirment ou non à travers des résultats obtenus.

##### Hypothèse 1 : L’insuffisance de la protection des données personnelles et financières freine l’usage de l’application pour les transactions

Les résultats de l’analyse montrent que le sentiment de sécurité a un effet positif et significatif sur la satisfaction des utilisateurs. En effet, le coefficient B = 0,467, ce qui signifie que lorsqu’un utilisateur se sent en sécurité, sa satisfaction augmente en moyenne de 0,467 point. De plus, la valeur p < 0,001, ce qui confirme que ce résultat est statistiquement significatif. Alors, cette hypothèse est totalement confirmée.

##### Hypothèse 2 : La répétition des bugs engendre une perte de confiance et un taux d’abandon élevé

Le coefficient B = –0,162 associé aux bugs indique une influence négative sur la satisfaction des utilisateurs, suggérant que plus l'application présente de bugs, plus la satisfaction pourrait diminuer. Toutefois, la valeur p = 0,486, largement supérieure au seuil de significativité de 0,05, montre que cette relation n’est pas statistiquement significative. Autrement dit, on ne peut pas affirmer avec certitude que les bugs ont un impact réel sur la satisfaction, selon les données analysées. Donc cette hypothèse est infirmée.

##### Hypothèse 3 : Les interruptions nocturnes du service affectent négativement la fiabilité perçue de l’application

Cette hypothèse est clairement validée. L’analyse démontre que l’indisponibilité du service a un effet négatif fort et significatif sur la satisfaction des utilisateurs avec un coefficient B = – 0,601. En d’autres termes, plus l’application est souvent indisponible, plus les utilisateurs sont insatisfaits. Ce résultat est appuyé par une valeur p = 0,002, qui est significativ

##### Hypothèse 4 : L'absence de personnel qualifié et d’outils automatisés allonge les délais de réponse et impacte la satisfaction client

Nos résultats ne confirment pas cette hypothèse. Le lien entre la qualité du service client et la satisfaction des utilisateurs n’est pas significatif. Le coefficient B = –0,082, indiquant un effet faible et légèrement négatif. La valeur p = 0,456, ce qui indique que cet effet n’est pas statistiquement significatif. Cela suggère que dans notre étude, la qualité du service client n’a pas eu d’impact manifeste sur la satisfaction des utilisateurs.

##### Conclusion

Cette étude a permis de mieux comprendre les éléments qui influencent la satisfaction des utilisateurs des services de paiement proposés par BaridiMob. Elle s’est basée sur l’analyse des avis des usagers afin d’identifier les aspects du service qui méritent d’être améliorés pour répondre au mieux à leurs attentes.

L’analyse des résultats, appuyée par des outils statistiques tels que les tableaux croisés, la corrélation et la régression linéaire, a permis de mettre en évidence les principaux facteurs influençant la satisfaction des utilisateurs. Les résultats ont montré que la perception de sécurité exerce un effet positif significatif sur la satisfaction des utilisateurs. En revanche, les bugs (les dysfonctionnements), bien qu’ils puissent gêner l’expérience, ne présentent pas d’impact statistiquement significatif sur le niveau de satisfaction. L’indisponibilité du service a révélé un effet négatif fort, traduisant une source importante d’insatisfaction. Enfin, la qualité du service client n’a pas montré de lien significatif avec la satisfaction des usagers dans le cadre de cette étude.

Ainsi, pour améliorer la satisfaction des clients de BaridiMob, il est essentiel de garantir un service fiable, simple à utiliser, sécurisé et disponible à tout moment. Ces conditions sont indispensables pour renforcer la confiance des usagers, encourager leur fidélité et améliorer leur expérience globale.

## Conclusion générale

La digitalisation des moyens de paiement transforme en profondeur les échanges économiques en offrant des solutions rapides, sécurisées et accessibles. Elle permet aux États de réduire les coûts, d’améliorer la transparence et d’optimiser la collecte des ressources publiques. Les entreprises y voient un levier stratégique pour renforcer la satisfaction et la fidélisation des clients, tout en facilitant leurs relations avec eux.

L’analyse menée dans le cadre de ce travail a permis de répondre de manière convaincante à la question de départ : **Comment améliorer les services de paiement de BaridiMob pour une meilleure satisfaction client, en garantissant une utilisation fluide, sécurisée et accessible, tout en réduisant les dysfonctionnements et les délais de traitement** ?

La problématique a été traitée à travers une démarche structurée en deux chapitres se complétant mutuellement.

Le premier chapitre a posé les fondations théoriques nécessaires à la compréhension du lien entre les solutions de paiement digital et la satisfaction client. Après avoir défini les paiements digitaux, leur évolution, avantages et inconvénients, il nous a permis de présenter la situation spécifique en Algérie et le cadre juridique applicable, notamment dans le contexte de BaridiMob. Par ailleurs, le concept de satisfaction client est clarifié en mettant en évidence son importance, les facteurs qui l’influencent ainsi que les méthodes utilisées pour sa mesure.

Le deuxième chapitre, pour sa part, est dédié à l’aspect pratique. Il s’appuie sur l’étude et l’analyse du cas de l’application BaridiMob afin d’évaluer le niveau de satisfaction de ses utilisateurs. Ce chapitre commence par une présentation de l’établissement d’accueil ainsi que de l’application BaridiMob. Ensuite, l’analyse des avis utilisateurs, réalisée à l’aide d’outils statistiques, vise à identifier les principaux facteurs qui influencent leur satisfaction et à valider ou invalider nos hypothèses en lien avec la problématique posée.

En combinant les résultats théoriques et pratiques, il apparaît clairement que la sécurité perçue constitue un facteur clé et positif influençant la satisfaction des utilisateurs des services de paiement BaridiMob. Si les bugs et autres dysfonctionnements peuvent affecter l’expérience, leur impact sur la satisfaction globale reste statistiquement négligeable. En revanche, les interruptions fréquentes du service génèrent une insatisfaction marquée. Par ailleurs, la qualité du service client ne montre

pas d’effet significatif sur la satisfaction dans le cadre de cette étude. Ces observations soulignent l’importance de fournir un service fiable, sécurisé, accessible et constamment disponible pour renforcer la confiance des utilisateurs, favoriser leur fidélité et optimiser leur expérience globale.

Une des principales limites rencontrées a été la difficulté à obtenir un grand nombre de réponses au questionnaire, ce qui peut mener à limiter la taille de l’échantillon et pourrait affecter la représentativité des résultats, La limite liée au faible nombre de répondants a été en partie atténuée grâce au relais du questionnaire par une page spécialisée sur les problématiques de BaridiMob. Cette page a partagé le formulaire auprès de sa communauté, ce qui a contribué à élargir la diffusion du questionnaire et à augmenter le nombre de réponses collectées.

##### Confirmation des hypothèses :

À partir des résultats obtenus, nous avons procédé à une confrontation rigoureuse de nos hypothèses avec les données issues de l’analyse statistique descriptive, notamment par le recours à la régression linéaire multiple, la corrélation ainsi qu’à l’exploration croisée des variables.

* + - **La première hypothèse** est confirmée : la sécurité perçue par les utilisateurs exerce un effet positif et significatif sur leur niveau de satisfaction. Lorsqu’ils se sentent en confiance quant à la protection de leurs données et transactions, leur appréciation globale du service s’améliore nettement, ce qui souligne l’importance cruciale de garantir des mesures de sécurité robustes dans les solutions de paiement digital.
    - **La deuxième hypothèse** est infirmée : même si la présence de bugs dans l’application pourrait a priori nuire à l’expérience utilisateur, l’analyse montre que leur impact sur la satisfaction n’est pas statistiquement significatif. Cela suggère que les utilisateurs tolèrent certaines imperfections techniques sans que cela n’altère profondément leur perception du service dans son ensemble.
    - **La troisième hypothèse** est confirmée : l’indisponibilité du service, c’est-à-dire les interruptions de l’application, a un effet négatif important et significatif sur la satisfaction des utilisateurs. Ces interruptions perturbent l’usage quotidien et génèrent un mécontentement notable, ce qui met en lumière la nécessité d’assurer une continuité de service optimale pour fidéliser les clients.
    - **La quatrième hypothèse** est infirmée : contrairement à ce qui pouvait être attendu, la qualité du service client ne montre pas d’effet significatif sur la satisfaction dans le

contexte étudié. Cela peut indiquer que les utilisateurs accordent davantage de poids à la fiabilité technique et à la sécurité du service qu’à l’assistance ou au support client dans leur évaluation globale.

##### Recommandations :

À la lumière des retours collectés, plusieurs recommandations peuvent être formulées afin d’améliorer l’application BaridiMob et d’optimiser l’expérience utilisateur.

* + - * Il est d’abord essentiel de garantir une disponibilité continue du service BaridiMob (24h/24 et 7j/7), notamment en dehors des heures ouvrables, en mettant en place un système de redémarrage automatique du serveur et un serveur de secours pour éviter les interruptions ;
      * La sécurité constitue également une priorité majeure ; l’intégration de l’authentification à deux facteurs (2FA), ainsi que de la biométrie (empreinte digitale, reconnaissance faciale), renforcerait la protection des données et des transactions ;
      * L’amélioration de l’interface utilisateur, à travers un design plus moderne, un mode sombre, et une gestion efficace des erreurs, permettrait de rendre l’application plus intuitive et agréable à utiliser ;
      * L’affichage du solde en temps réel, sans nécessité d’actualisation, est une attente forte des usagers, de même que la fiabilité des virements et la transparence des informations affichées. En outre, l’optimisation des fonctionnalités telles que le paiement de factures (Sonelgaz, Seaal, ADE) ;
      * Le scan de QR codes pour les paiements rapides, un historique détaillé des opérations, ainsi que l’affichage du nom du bénéficiaire lors des transferts contribuerait à enrichir l’usage de l’application ;
      * L’optimisation de l’algorithme de traitement et le recours à des technologies plus robustes permettraient de réduire les bugs fréquents et d’améliorer les performances globales ;
      * Enfin, le renforcement du service client, via l’intégration d’un chatbot ou d’un support instantané.

**Bibliographie**

* **Ouvrages**
* *Kotler Philip, Dubois Bernard, Marketing Management, Publi-Union, Paris, 2000.*
* *Lendrevie Jacques, Lévy Julien, Mercator, Dunod, Paris, 2003.*
* *LeGoff Yvon, « Stratégie, segmentation, marketing-mix et politique de l’offre », in Marketing, 7ᵉ édition, Éditions d’Organisation, Paris, 1995.*
* *Kotler Philip, Keller Kevin Lane, Marketing Management, 15ᵉ édition, Pearson Education, Paris, 2016.*
* *Goetsch David L., Davis Stanley B., Quality Management: Introduction to Total Quality Management for Production, Processing, and Services, Prentice Hall, New Jersey, 1994.*
* *Serge Guinchard, Introduction générale au droit, 16e édition, Dalloz, Paris, 29 août 2024,*
* *Turban, E., King, D., Lee, J., « Electronic Payment Systems », in Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective, 9e éd., Springer, Cham, 12 octobre 2017.*
  + **Articles scientifiques**
* *Hapsari Retno, Suhud Ujang, Mukhtar M., « The influence of service quality and price on customer satisfaction and loyalty in airline industry », Journal of Business and Management Review, vol. 2, n°7, 2021, pp. 435–445.*
  + **Rapports**
* *OCDE, Manuel d’Oslo : Principes directeurs pour le recueil et l’interprétation des données sur l’innovation, 3ᵉ édition, Collection OCDE Science, Technologie et Industrie, Éditions OCDE, Paris, 2005.*
  + **Textes règlementaires**
* Journal *Officiel* de la République Algérienne, N° 28, 16 mai 2018, p. 07-08.
  + **Sites web**
* *Mahaal,* Les avantages et les inconvénients des différentes méthodes de traitement des paiements*, Blog Mahaal, Mahaal,* [*https://www.mahaal.app/fr/blog/*](https://www.mahaal.app/fr/blog/)
* *Smart Tribune, Satisfaction client : définition, enjeux et outils, Blog Smart Tribune, Smart Tribune,* [*https://blog.smart-tribune.com/fr/satisfaction-client*](https://blog.smart-tribune.com/fr/satisfaction-client)
* *Guest Suite, Satisfaction client : comment la mesurer efficacement ? Blog Guest Suite, Guest Suite,.*https://[www.guest-suite.com/blog/satisfaction-client](http://www.guest-suite.com/blog/satisfaction-client)
* *Qualtrics, Satisfaction client : comment la mesurer ? Blog Qualtrics, Qualtrics,*

[*https://www.qualtrics.com/fr/gestion-de-l-experience/client/satisfaction-client*](https://www.qualtrics.com/fr/gestion-de-l-experience/client/satisfaction-client)

* *CCI Lyon Métropole, Satisfaction client : comment la mesurer et avec quels outils ?, Blog CCI Lyon Métropole, CCI,.* [*https://www.lyon-metropole.cci.fr/notre-blog/satisfaction-client-comment-la-mesurer-et- avec-quels-outils*](https://www.lyon-metropole.cci.fr/notre-blog/satisfaction-client-comment-la-mesurer-et-avec-quels-outils)
* *Cartelis, Comment mesurer la satisfaction client ?, Blog Cartelis, Cartelis,* [*https://www.cartelis.com/blog/mesurer-satisfaction-client/#alternatives-questionnaires-satisfaction*](https://www.cartelis.com/blog/mesurer-satisfaction-client/#alternatives-questionnaires-satisfaction)
* *Banque de France, Les moyens de paiements, Publications Banque de France, Banque de France,Paris,.*https://[www.banque-france.fr/fr/publications-et-statistiques/publications/les-moyens-de-](http://www.banque-france.fr/fr/publications-et-statistiques/publications/les-moyens-de-) paiements
* *BNP Paribas, L’histoire des paiements en 18 dates, Histoire BNP Paribas, BNP Paribas, Paris,* [*https://histoire.bnpparibas/lhistoire-des-paiements-en-18-dates*](https://histoire.bnpparibas/lhistoire-des-paiements-en-18-dates)
* *Orisha Commerce, Évolution des moyens de paiement, Blog Orisha Commerce, Orisha,*

<https://commerce.orisha.com/fr/blog/evolution-moyen-paiement>

* *ASJP, Présentation de la revue, Portail ASJP, CERIST, Alger,*

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/417>

* *SPF Économie, Quels sont les avantages des moyens de paiement ? Portail SPF Économie, SPFBruxelles,*

<https://economie.fgov.be/fr/themes/ventes/politique-desprix/paiements/quels-sont-les-avantages-de>

* *Imagina, Paiement en ligne : tout ce qu’il faut savoir, Blog Imagina, Imagina,* [*https://imagina.com/fr/blog/article/paiement-en-ligne/*](https://imagina.com/fr/blog/article/paiement-en-ligne/)
* *PayPlug, Les différents moyens de paiement : avantages et inconvénients, Blog PayPlug, PayPlug,*

[https://www.payplug.com/fr/blog/differents-moyens-paiement-avantages inconvenients/](https://www.payplug.com/fr/blog/differents-moyens-paiement-avantages%20inconvenients/)

* *Digital Virgo, 7 benefits of consolidated alternative payment methods in the digital era, Blog Digital Virgo, Digital Virgo,* [https://www.digitalvirgo.com/fr/blog/7-benefits-consolidated-alternative-payment- method-digital-era/](https://www.digitalvirgo.com/fr/blog/7-benefits-consolidated-alternative-payment-method-digital-era/)
* *Market Pay, Paiement à distance : quelles solutions proposées ? Quels avantages et inconvénients ?, Blog Market Pay, Market Pay,* [*https://market-pay.com/blog/paiement-a-distance-quelles-solutions-proposees- quels-avantages-et-inconvenients*](https://market-pay.com/blog/paiement-a-distance-quelles-solutions-proposees-quels-avantages-et-inconvenients)
* *FMI, Digital Payments and Finance, Portail FMI, FMI, Washington D.C.,* [*https://www.imf.org/en/Topics/digital-payments-and-finance*](https://www.imf.org/en/Topics/digital-payments-and-finance)
* *Algérie Poste, Historique, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger, consulté le 20 mars 2025 à 16h53* [*https://www.poste.dz/page/historique*](https://www.poste.dz/page/historique)
* *Algérie Poste, Présentation, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger, consulté le 22 mars 2025 à 14h45* [*https://www.poste.dz/page/presentation*](https://www.poste.dz/page/presentation)
* *Algérie Poste, Services corporate, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger, consulté le 22 mars 2025 à 14h24* [*https://www.poste.dz/services/corporate/cor-services*](https://www.poste.dz/services/corporate/cor-services)
* *Algérie Poste, Info carte, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger, consulté le 26 avril 2025 à 09h39,*

https://[www.poste.dz/services/particular/info-carte](http://www.poste.dz/services/particular/info-carte)

* *Algérie Poste, Conseil carte, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger, consulté le 26 avril 2025 à 09h39* [*https://www.poste.dz/services/particular/conseil-carte*](https://www.poste.dz/services/particular/conseil-carte)
* *Algérie Poste, Cardless, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger, consulté le 26 avril 2025 à 09h40* [*https://www.poste.dz/services/particular/cardless*](https://www.poste.dz/services/particular/cardless)
* *Algérie Poste, Premium, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger, consulté le 26 avril 2025 à 09h41*, https://[www.poste.dz/services/particular/premium](http://www.poste.dz/services/particular/premium)
* *Algérie Poste, Services postaux corporate, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger, consulté le 22 mars 2025 à 14h28* [*https://www.poste.dz/services/corporate/cor-postaux*](https://www.poste.dz/services/corporate/cor-postaux)
* *Algérie Poste, Service de proximité, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger, consulté le 18 avril 2025 à 16h04, https://*[*www.poste.dz/services/professional/service-proximite*](http://www.poste.dz/services/professional/service-proximite)
* *Algérie Poste, Baridi Pay Corporate, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger, consulté le 22 mars 2025 à 14h32* [*https://www.poste.dz/services/corporate/Baridi\_pay\_cor*](https://www.poste.dz/services/corporate/Baridi_pay_cor)
* *Algérie Poste, BaridiMob Web, Site officiel Algérie Poste, Algérie Poste, Alger, consulté le 21 mars 2025 à 22h42,* [*https://www.poste.dz/services/professional/baridimobweb*](https://www.poste.dz/services/professional/baridimobweb)

### Annexe



