

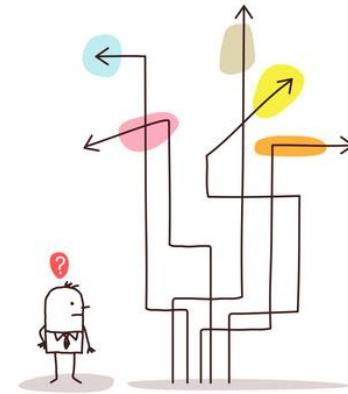
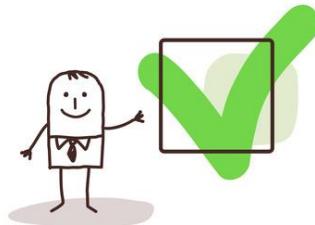
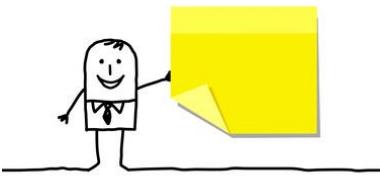


Quelle qualité de la relation client à distance en Suisse romande en 2017 ?



Fabien Arevalo
Spécialiste en relation client
Fondateur et Directeur d'altamedia

altamedia
Le partenaire de votre relation client



Formations

- Vente orientée client
- Qualité de l'accueil
- Services clients
- Orientation client

Evaluations

- Enquêtes de satisfaction
- Qualité des contacts clients
contacts réels, clients mystères
- Voix du client

Conseils

- Stratégie commerciale
- Création et optimisation de centres de contacts
- Politique de traitement des réclamations



CANAL+



Unil
UNIL | Université de Lausanne



eboutic.ch



Helsana

HUG Hôpitaux Universitaires Genève
L'ESSENTIEL, C'EST VOUS.



SwissLife

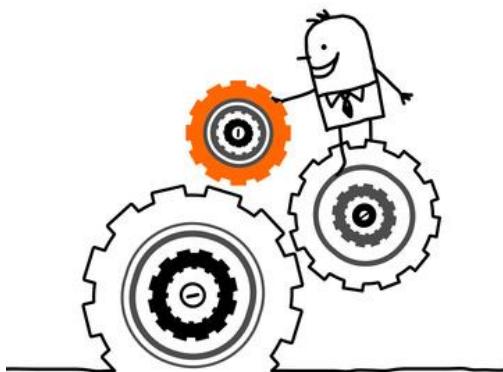


MIGROS

interio



Notre parcours cet après-midi





Comment satisfaire le client romand en 2016 ?

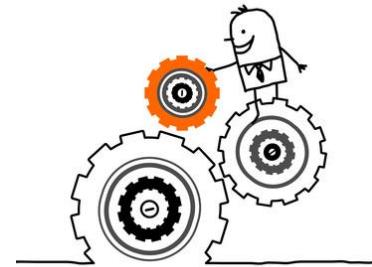
Mardi 26 avril – 15h55

Fabien Arévalo

a l t a m e d i a
conseils et formations pour la relation client



LA METHODOLOGIE



**Connaitre la qualité de la réponse issue des canaux téléphone,
email et formulaire des grandes entreprises suisses**

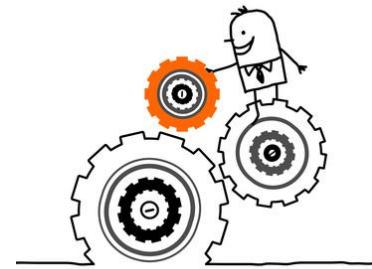


Enquête réalisée sur 2 mois du 13 février au 14 avril 2017



86 entreprises issues de 18 secteurs différents

LA METHODOLOGIE



5 appels téléphoniques

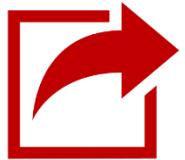
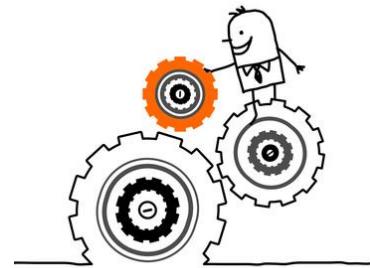
Chaque appel est évalué sur plus de 15 critères issus de la grille altaeva.ch comme le temps d'attente, l'amabilité du conseiller ou encore la clarté des informations données.



5 emails

Chaque email est évalué sur plus de 15 critères issus de la grille altaeva.ch comme le délai de réponse, la proposition de solutions ou encore les fautes d'orthographes.

LA METHODOLOGIE



Les moyens de contact ont été directement trouvés sur le site web des entreprises.



Les échanges et les évaluations sont faites en français.



Les entreprises sont évaluées via les différents canaux sur la base de 4 questions communes et 1 question propre à leur secteur.

LE PODIUM GENERAL



Cartier

'd digitec.ch

2

1

3





LES LAUREATS PAR SECTEUR 1/3

Conforama

Bien chez soi, bien moins cher



Ameublement

Helsana



Assurance maladie

AXA winterthur



Assurance voiture

UBS



Banque

Aeschbach
chaussures-sport



Chaussure

Marionnaud
PARIS



Cosmétique



LES LAUREATS PAR SECTEUR 2/3



Distribution électrodomestique



Ecommerce



Grande distribution



Grands magasins



Horlogerie



Mode



LES LAUREATS PAR SECTEUR 3/3



Opticien



Restauration rapide



Télécom



Transporteur



Transport aérien



Travail temporaire

LE CLASSEMENT 5/5



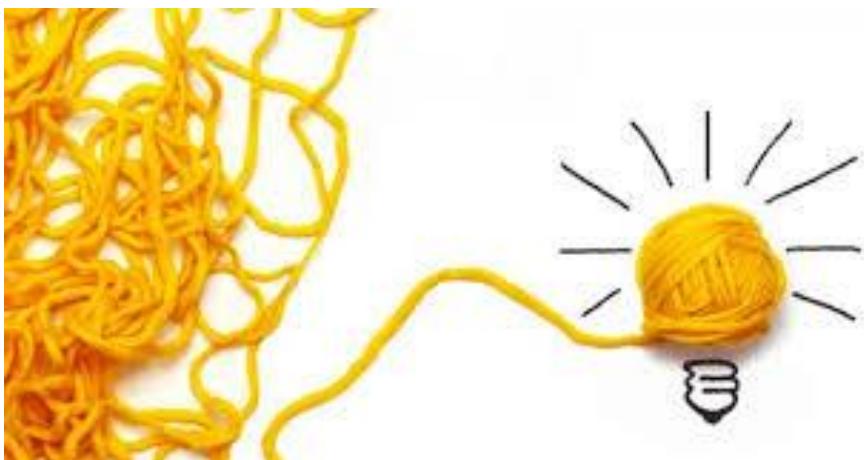
RANG	ENTREPRISE	SECTEURS	MOYENNE SUR 100	MOYENNE SUR 10
81	La Halle	Chaussures	38.18	3.8
82	Kelly	Travail temporaire	36.11	3.6
83	Fnac	Distribution électroménager	35.66	3.6
84	Coop Mobile	Télécom	33.85	3.4
85	Subway	Restauration rapide	27.42	2.7
86	British Airways	Transports aériens	17.23	1.7

CE QU'IL FAUT RETENIR



1. Faciliter la prise de contact – Etre PRESENT !

mettre en place différents canaux de contact adaptés à votre clientèle cible...
et disposer des compétences linguistiques



LES IRRITANTS



Le plus pressé : "je vous laisse venir en magasin car là j'ai pas trop le temps d'être au téléphone - voila à toute" – Subway

Le plus hautain : "La cliente : j'ai combien de temps pour vous retourner un article? Le vendeur : ben c'est écrit derrière la fiche" – Bongénie

Le plus désorienté : "nous sommes délocalisés au Portugal...vous devez aller sur le site de Salt heuu non coop mobile" - Coop Mobile

Le plus indécis : "normalement oui mais non...j'y vous donne une adresse...ah non attendez je dois vous passer le magasin de Genève en fait" - Globus

LES IRRITANTS



Le plus expéditif : "bonjour, vous pouvez vous informer via ce lien..... Meilleures salutations" – DHL

ex aequo avec la BCF "Bonjour, Nous ne proposons pas de stage en Marketing. Meilleures salutations"

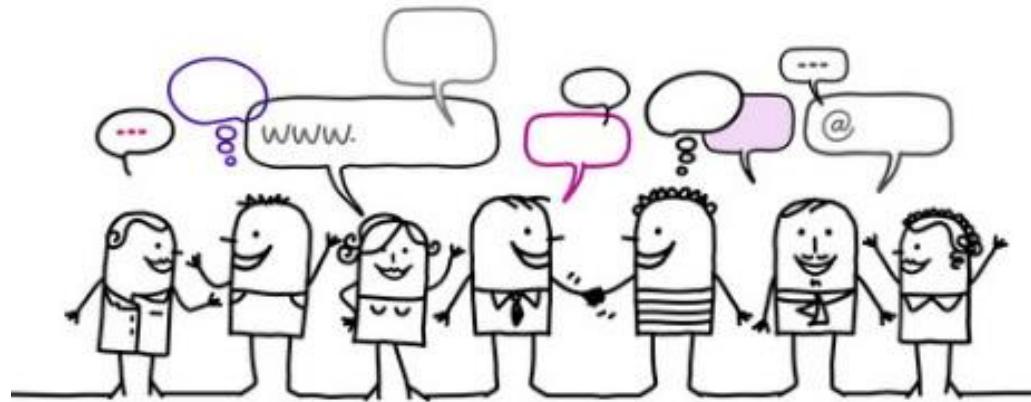
L'attente la plus longue par email : 63 jours – Helsana

Le serveur vocal le plus irritant : UPS "si vousappelez pour un enlèvement dites enlèvement,..."

CE QU'IL FAUT RETENIR



2. Prendre le temps d'écouter ses clients – Etre à l'ECOUTE !



LES IRRITANTS



Le plus insistant : (Rappelle suite à un email envoyé le jour même) l'agent essaie de me faire une offre par tél mais je lui explique que je suis en voiture.

Je lui demande alors si je peux m'abonner directement via leur site web.

Il me répond que oui mais insiste pour me faire l'offre par tél.

Je lui dis que je préfère via le web car je suis occupée, je conduis.

Il s'énerve et me dit "ok alors au revoir" et me raccroche au nez! - Sunrise

Le plus inutile : Suite à un email, un agent me rappelle le soir même à 20h53 depuis un numéro anglais. Il s'excuse de l'heure tardive plusieurs fois et me dit qu'il a vu mon email et qu'il devait absolument me rappeler.

Il m'explique qu'il ne peut pas m'aider et que je dois appeler le numéro du service client que je trouverai sur le site web. - Lufthansa

LES IRRITANTS



Les plus ???

*Je demande une adresse mail de contact et la répondant me dit :
"Le champagne, pour quoi faire ?" – Lidl*

*«Si j'envoie mon CV à cette adresse email ce sera transféré au service RH ?"
Conseiller : "je suppose" – Leshop.ch*

*Client: "vous ne m'écoutez pas?!" agent: "oui, excuses moi, je n'écoutais pas - répètes stp" -
Import Parfumerie*

Agent qui ne parle pas du tout français et personne d'autre au service client ne le parle donc mise en attente et personne ne reprend le téléphone au bout de 10 min...- Douglas

LES IRRITANTS



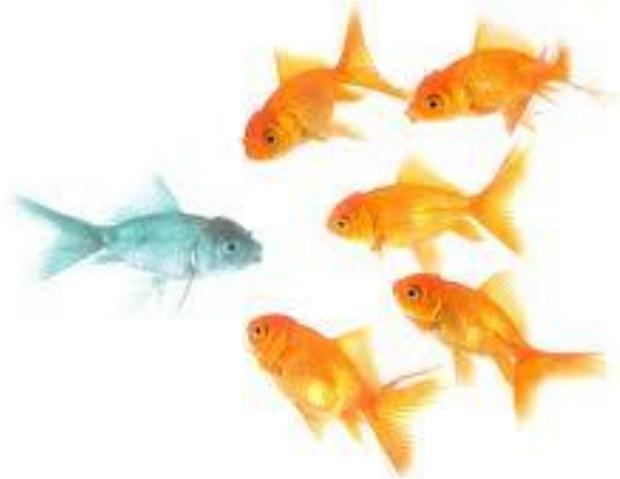
Le plus comique : "Votre email m'a été transmis hier. Malheureusement, il ne semblait pas s'agir d'un poisson d'avril." - Bongénie

Le plus incompréhensible : "faites-le sincèrement désolé ici le contrôle de la qualité ont échoué notre fabricant" – Burger King

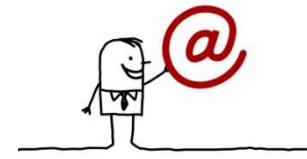
CE QU'IL FAUT RETENIR



3. Personnaliser chaque contact – Faire PLAISIR !



LES REPONSES



Bonjour,

*J'habite à Lausanne et je voulais savoir si vous étiez ouvert les week-end ? Et quels étaient vos horaires d'ouvertures ?
Merci d'avance.*

*Cordialement,
Egger Camille*

Cartier

Chère Madame Egger,

Nous vous remercions de l'intérêt que vous portez à notre Maison.

Nous avons le regret de vous informer que la boutique Cartier de Lausanne a fermé ses portes en 2015.

La boutique Cartier la plus proche est celle de Genève, située au 35 rue du Rhône. Les horaires d'ouverture de celle-ci sont les suivants : du lundi au vendredi de 10 heures à 18 heures 30 et le samedi de 10 heures à 17 heures.

Nous restons à votre disposition pour tout complément d'information.

Bien cordialement,

Estelle JEAN
Le Service Relations Clients Cartier
044 580 90 90
cartier-ch.internet@cartier.com

Bonjour

Non, nous ne sommes pas ouvert le week-end.

Meilleures salutations

Votre assureur suisse

Helvetia Assurances

4002 Bâle, St. Alban-Anlage 26, Suisse

T +41 58 280 10 00

F +41 58 280 10 01

mailto: info@helvetia.ch, <http://www.helvetia.ch>

Bonjour

Merci pour votre demande.

Vous trouverez les info horaires ici :

<http://fr.starbucks.ch/store-locator/search/location/lausanne>

Meilleures salutations,

Patrizia Klemens
Customer Care Specialist CH & AT

LES IRRITANTS



Les plus ???

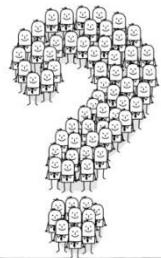
Concordia

1er essai : une personne ne parlant visiblement pas français qui ne me comprend pas et me demande de patienter "un instant svp" bip et je tombe sur un serveur vocal me disant que le service client est ouvert de 9h à 12h et de 13h30 à 18h, merci de rappeler plus tard.

Il est 13h27 et ce collaborateur a préféré me faire écouter ce message plutôt que me dire de rappeler plus tard.

2ème appel : je tombe sur le même agent qui me transfère à une personne qui parle français mais qui se présente en italien.

Il ne me pose aucune question sur l'objet de ma réclamation, me donne l'adresse où je peux écrire et dis "je n'ai pas le temps, voilà merci au revoir" et me raccroche au nez



LES INTERROGATIONS

❖ Pourquoi mettre un serveur vocal avec le choix de la langue si les agents ne se présentent pas dans la langue demandée et ne la maîtrisent pas?

❖ Pourquoi ne pas faire faire le serveur vocal par un vrai francophone ?

"Veuillez taper sur la touche 2" – Marionnaud

❖ Pourquoi avoir un formulaire de contact ou un email sur le site si c'est pour ne pas répondre?

Exemple : Manpower, Subway

❖ Sommes nous tous des numéros ?

Objet Swisscom : AW: Nachricht von Kontaktformular 5374-000-02

Objet Air france : Infos (KMM44926712V46060LOKM)

LES EFFETS WOW



L'attente la plus courte par email : *2 min – Denner*

Le plus gentil : *"je suis toujours affecté lorsque j'apprends avoir déçu un de mes clients, et pour cette raison donnez moi la chance de vous inviter au restaurant pour une petite visite des lieux. Je vous offrirai le repas le jour même." – McDonald*

La plus belle mise en page : *En tête, logo, encadrement – Longines*

Bon rebond commercial : *UBS qui propose un RDV*

En résumé



Des résultats globaux assez mitigés...
...encore des efforts à faire...

Des écarts significatifs au sein des secteurs d'activité

Améliorer les fondamentaux de la relation client:

Etre PRESENT...en offrant les canaux et en répondant,
tout simplement

Etre à l'ECOUTE...pour donner une réponse adaptée

Faire PLAISIR...en personnalisant la relation

altamedia

Le partenaire de votre relation client

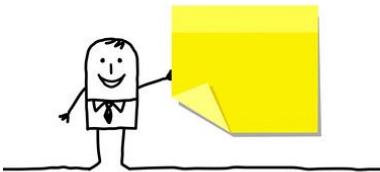
Rue Blavignac 10 • 1227 Carouge / Genève

Tél: +41 22 346 49 66

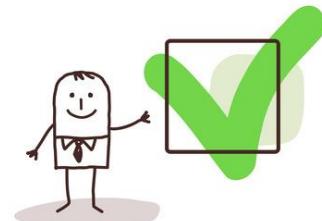
www.altamedia.ch

Fabien Arévalo

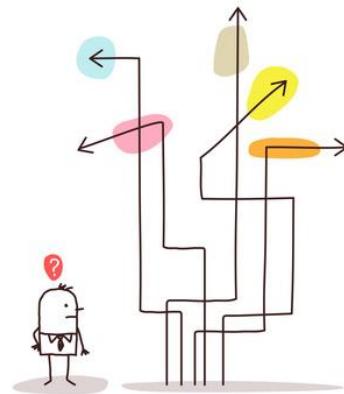
fabien.arevalo@altamedia.ch



Formations



Evaluations



Conseils