



Exemple Rapport d'étude PARTICIPANT X

11^{ÈME} ÉDITION



Sommaire

● Contexte et objectifs	P. 3
● Méthodologie	P. 6
● Enseignements et résultats	P. 10
● Résultats détaillés par canal	
• Appels téléphoniques	P. 15
• E-mails et formulaires	P. 20
• Navigations Internet	P. 25
• Réseaux sociaux	P. 29



Services Clients : Des consommateurs toujours plus exigeant

- **Attentes des consommateurs : instantanéité et personnalisation**

En 2015, 87% des français souhaitent attendre moins de 4 minutes au téléphone. Par e-mail, la réponse était attendue en moins de 48h pour 98% des français et moins de 1h via les réseaux sociaux pour 66% des français.

Les français sont à une très large majorité (86% et plus) favorables à des services différenciés (rapidité, personnalisation) en fonction de leur statut de fidélité.

Les leviers d'amélioration des relations et des contacts avec les services clients sont :

- la confidentialité pour 94% des français, qui privilégient les entreprises avec lesquelles ils seront protégés contre les failles de sécurité ou l'utilisation de leurs données personnelles ;
- la personnalisation pour 86% des français, qui privilégient les entreprises qui proposent des services personnalisés en fonction de leurs habitudes, leurs goûts, qui les reconnaissent automatiquement lorsqu'ils entrent en contact avec eux par e-mails, sur application, sur le site Internet ou par téléphone ;
- le collaboratif pour 66% des français, qui souhaitent pouvoir échanger entre clients sur les produits, les nouveautés et pouvoir noter le service.

- **Le service client impacte l'image de l'entreprise et la fidélisation des clients**

94% des français affirment que la qualité de la relation client d'une entreprise influence l'image globale qu'ils en ont contre 90% en 2015.

91% des consommateurs disent pouvoir changer d'avis et ne pas acheter ou interrompre leur abonnement en cas de déception du service client d'une entreprise.

La qualité de la relation client influence la décision d'achat ou de ré-achat pour 89% des personnes interrogées.

(Source : Observatoires des Services Clients 2015 et 2016 BVA - Élection du Service Client de l'Année réalisé auprès de 1 000 personnes représentatives de la population des 18 ans et plus).

Pourquoi l'Élection du Service Client de l'Année ?

Depuis 10 ans, l'Élection du Service Client de l'Année vous permet de tester et de valoriser la qualité de votre relation client multicanale par le biais de tests clients mystères. Dans ce rapport, vous trouverez **les résultats détaillés de votre entreprise par canal de communication et par critère.**

- **À quoi ce rapport d'étude va-t-il vous servir ?**

Il est un véritable **outil de pilotage** qui vous permet d'**analyser vos points forts et vos axes de progrès.**

Il est un repère vous permettant de **comparer le niveau de la qualité de votre relation client** à celui des entreprises de votre catégorie, de l'ensemble des participants et des lauréats.

Il est la synthèse d'une **évaluation externe** de vos prestations internalisées et/ou externalisées.

Il permet de compléter les études déjà réalisées (ex : enquêtes de satisfaction, NPS...) : tandis que ces dernières mesurent le ressenti, la perception ou le niveau de recommandation du client vis-à-vis de l'entreprise, les tests « clients mystères » évaluent quant à eux la **qualité délivrée à un instant donné sur des critères factuels.**

- **Comment valoriser vos résultats ?**

Des enseignements qui en découleront, vous pourrez identifier vos priorités et ainsi mettre en place de nouveaux plans d'action :

- renforcer le management et les formations misent en place ;
- repenser vos dispositifs et améliorer votre parcours client ;
- ajuster votre positionnement vis-à-vis de vos concurrents ;
- valoriser votre image de marque en cultivant vos points forts ;
- trouver de nouveaux leviers d'assurance et de réassurance ;
- impliquer toutes les parties prenantes en cas de prestations externalisées.

Méthodologie

Une méthodologie reconnue par le grand public et les professionnels

L'Élection du Service Client de l'Année évalue la **qualité de la relation client à distance** des entreprises volontaires sur **13 à 17 scénarii** tant sur des demandes d'avant-vente, de vente que d'après-vente.



Les tests réalisés du mardi 2 mai au vendredi 7 juillet 2017 sont menés suivant le principe **des tests clients mystères**, c'est-à-dire le recours à un consommateur entrant en contact avec une entreprise de manière anonyme, et dont la mission consiste à apprécier selon des règles objectives et prédéfinies le traitement de sa problématique.

Jusqu'à **3 285 critères évalués par entreprise** reprenant majoritairement les critères de la norme européenne EN NF 15838.

Pour être Élu Service Client de l'Année et bénéficier du signe de valorisation pendant 11 mois, 2 conditions sont requises :

- se classer 1^{er} de sa catégorie (3 entreprises testées minimum par catégorie) ;
- obtenir une note supérieure ou égale à 11,5/20.

Méthodologie

140 appels téléphoniques



- Les appels sont répartis sur l'ensemble des horaires d'ouverture du service (du lundi au samedi). Jusqu'à 15 critères portant sur le Relationnel, la Gestion de la disponibilité, la Qualité de la réponse et la Qualité humaine sont évalués.

Les tests aboutissant à une note générale « fausse », signe d'inaccessibilité du service, sont :

- les appels non décrochés après un temps de sonnerie supérieur à 60 secondes ;
- les appels avec un temps de communication supérieur ou égal à 4 minutes depuis le début de la communication sans que la demande n'ait pu être formulée ;
- les appels aboutissant à un message de saturation ou de dissuasion.

50 e-mails ou formulaires



- Jusqu'à 14 critères portant sur le Relationnel, la Gestion de la disponibilité, la Qualité de la réponse, la Qualité humaine et la Qualité technique sont évalués.

Les tests aboutissant à une note générale « fausse », signe d'inaccessibilité du service, sont :

- les e-mails ou formulaires envoyés provoquant et/ou revenant avec un message d'erreur (mauvaise adresse, adresse inconnue, formulaire impossible à valider...) ;
- les e-mails ou formulaires répondus dans un délai supérieur à 4 jours ouvrés ;
- les e-mails ou formulaires non répondus.

15 navigations Internet (dont 8 sur smartphones ou tablettes)



- Jusqu'à 13 critères portant sur l'Ergonomie et l'Accessibilité, la Qualité de la réponse et la Qualité technique sont évalués.

Les tests aboutissant à une note générale « fausse », signe d'inaccessibilité du service, sont :

- les navigations Internet non répondues par le serveur (site Web inaccessible) ;
- les navigations Internet donnant accès à un message d'erreur insurmontable par une rétroaction.

Méthodologie

10 contacts via les réseaux sociaux



- 10 contacts par publication de commentaires ou messages privés sur la ou les pages Facebook dédiée(s). Jusqu'à 14 critères portant sur l'Ergonomie et l'Accessibilité, le Relationnel, la Gestion de la disponibilité, la Qualité de la réponse et la Qualité humaine sont évalués.

Les tests aboutissant à une note générale « fausse », signe d'inaccessibilité du service, sont :

- les publications ou commentaires ne pouvant pas être postés sur la page ou envoyés en message privé ;
- les publications ou commentaires qui sont répondus dans un délai supérieur à 24h ouvrées ;
- les publications ou commentaires non répondus.

10 contacts par chat



- Jusqu'à 14 critères portant sur l'Ergonomie et l'Accessibilité, l'Accueil, le Relationnel, la Qualité de la réponse et la Qualité humaine sont évalués.

Les tests aboutissant à une note générale « fausse », signe d'inaccessibilité du service, sont :

- les fenêtres de chat indisponibles ou non proposées après un temps de navigation supérieur à 7 clics ou à 90 secondes sur le site Internet ;
- les conversations avec un temps de prise en charge supérieur ou égal à 3 minutes depuis le début de la communication sans que la demande n'ait pu être formulée ;
- les conversations avec un temps de réponse à la première interaction supérieur ou égal à 3 minutes ;
- les interactions non répondues.

Méthodologie

- **Comment est calculée la note par canal de communication ?**

Chaque test est noté, selon le canal, sur 10 à 15 critères en fonction de son traitement. Il donne lieu à l'attribution d'une note comprise sur une échelle de 0 à 32 en fonction du nombre de critères évalués, ensuite ramenée sur une échelle de 0 à 20 (l'arrondi se faisant au centième le plus proche, 5 donnant accès au centième supérieur). Pour chaque critère, les points attribués sont :

- « 0 » si la réponse au critère est « fausse ou inexistante » ;
- « 1 » si la réponse au critère est « partielle » ;
- « 2 » si la réponse au critère est « complète ».

Tous les critères ont le même coefficient, sauf le critère « Qualité de la réponse » pour lequel un coefficient multiplicateur de 2 est attribué (« 4 » pour une réponse « complète » et « 2 » pour une réponse « partielle »).

Chaque entreprise obtient ainsi une note moyenne par canal de communication.



Enseignements et résultats

Enseignements et résultats : ensemble des participants



- La note moyenne de tous les participants à l'Élection du Service Client de l'Année 2018 est de XX/20. Ce score est en baisse de XX% par rapport à l'an dernier. Le score moyen des lauréats s'établit à XX...
- Les notes moyennes du **téléphone** et des **e-mails** ou formulaires sont toutes deux en baisse/hausse par rapport à l'édition précédente (*respectivement XX% et XX%*).
- Sur l'ensemble des canaux évalués, la note moyenne de XX est la plus élevée et enregistre la plus forte progression (XX/20 soit + XX%). Sur ce canal, la note moyenne des lauréats progresse plus rapidement que la moyenne de l'ensemble des participants (+ XX%).
- ...



- **Le canal téléphone** obtient un score de XX/20. Ce score est en baisse de XX% par rapport à l'édition 2017. Le score des lauréats est stable (XX%). Les principales raisons de cette baisse concernent les critères XX et XX (*XX% au global vs XX% pour l'édition précédente*).
- Ce canal donne entière satisfaction pour : le taux de décroché (*XX% de décrochés avant 5 sonneries ou avant 20 secondes*), la rapidité de prise en charge (*XX% de conformité avec une attente moyenne de XX secondes pour parler à un conseiller*), la présentation de l'entreprise (*raison sociale ou nom commercial*) et le discours (*ton, vocabulaire, débit et écoute*) avec des scores de conformité égaux ou supérieurs à XX%.
- ...



- **Les e-mails ou formulaires** enregistrent un score de XX/20, en baisse sur l'ensemble des participants (XX%) et auprès des lauréats (XX% avec XX/20).
- Les délais de réponse sont jugés satisfaisants (*XX% de réponse sous 1 jour ouvré*). Les autres points forts concernent l'identification du conseiller et la mention de ses coordonnées, la rédaction et la compatibilité/lisibilité avec les différents navigateurs (*niveaux de conformité ≥ XX%*).
- ...

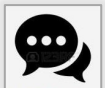
Enseignements et résultats : ensemble des participants



- **Les navigations Internet** obtiennent la meilleure note avec XX/20, en hausse de XX% par rapport à l'an dernier. Les lauréats, avec un score de XX, affichent la plus forte progression tous canaux confondus (XX%). Les résultats sont toutefois meilleurs depuis un ordinateur (*note de XX/20 vs XX depuis une tablette et XX depuis un smartphone*).
- Tous supports confondus, l'amélioration porte essentiellement sur l'utilité des pages visitées (*XX% de conformité vs XX% en 2017*). Les autres points satisfaisants sont la facilité de la navigation, sans signe d'incompatibilité avec le navigateur, le fournisseur ou le modèle de smartphone ou tablette ...
- ...



- **Les réseaux sociaux** enregistrent la plus forte baisse tous canaux confondus avec une note moyenne de XX/20 (*soit XX%*). Au près des lauréats, ce score est certes meilleur avec XX, mais il enregistre une baisse de XX% par rapport à 2017. La principale raison de cette baisse concerne la qualité de la réponse (*XX% de scores bons contre XX% en 2017*).
- ...



- **Les conversations par chat** pour leur 1^{ère} année d'évaluation obtiennent un score de XX/20, ce score est supérieur auprès des lauréats (XX/20) de XX points. Les points satisfaisants sur ce canal sont la forme de la réponse, la personnalisation...
- ...

Synoptique des résultats : au global et par canal de communication

Notes globales

Évolution*

Notes moyennes obtenues par le participant
16,33
+ 20,89%

Notes moyennes de la catégorie	Notes moyennes de l'ensemble des participants	Notes moyennes de l'ensemble des lauréats
15,51	13,45	16,08
+ 19,01%	- 2,00%	+ 0,46%

Notes par canal de communication	
	16,90
	+ 8,87%
	14,12
	+ 135,11%
	18,70
	17,48
	+ 4,68%

Appels téléphoniques		
15,97	13,71	16,09
+ 18,89%	- 1,42%	- 0,03%
E-mails ou formulaires		
14,50	11,58	15,56
+ 38,08%	- 4,71%	- 1,15%
Navigations Internet		
18,03	17,15	17,54
+ 8,25%	+ 2,63%	+ 4,69%
Réseaux sociaux		
12,66	13,33	16,06
- 11,19%	- 7,42%	- 0,52%

*par rapport à la précédente participation



Résultats détaillés par canal



Appels téléphoniques

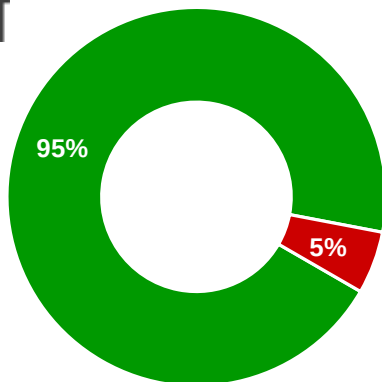


Appels téléphoniques : accessibilité

95% de qualité de service (93% en 2017)



Appels aboutis



Inaccessibilité du service
(en valeur absolue)

3

5



■ La demande n'a pas pu être formulée au bout de 4 min

■ Appel(s) aboutissant à un message de saturation ou de dissuasion



Temporalité :

	Votre entreprise	Votre catégorie	Ensemble des participants
Prise de contact			
Lundi	17,96	15,23	13,58
Mardi	16,66	16,46	13,65
Mercredi	17,13	16,27	14,14
Jeudi	17,37	16,59	13,65
Vendredi	16,81	16,19	13,74
Samedi	15,30	14,73	13,07
Horaire			
Matin	17,03	16,32	13,85
Après-midi (à partir de 14h)	16,63	15,43	13,51

Note moyenne sur 20



Appels téléphoniques : enseignements

PARTICIPANT X obtient un bon score, supérieur à la moyenne de la catégorie, à celle de l'ensemble des participants mais inférieur à celle des lauréats.

Notes /20	
Participant X	14,66
Catégorie	13,43
Participants	14,18
Lauréats	16,22

Par rapport à la précédente édition, le score de PARTICIPANT X a progressé de XX% et celui de la catégorie de XX%.

Ce score est satisfaisant pour les raisons suivantes (scores supérieurs à 90% de conformité) :

- 95% des appels ont abouti et 100% des appels aboutis ont été décrochés avant 5 sonneries ou 20 secondes.
- L'accès au service désiré via le SVI est rapide (99% ont accès en moins d'1 minute), ainsi que la prise en charge par le conseiller (93% de scores bons, contre 73% lors de l'édition précédente).
- ...

... même s'il reste encore perfectible (scores inférieurs à 75% de conformité) :

- Sur le plan relationnel, la reformulation de la demande (69% de scores bons, en hausse de 15 points par rapport à l'édition précédente) et la prise de congé (64% de scores bons, en hausse de 16 points par rapport à l'an dernier) sont encore des axes de progrès.
- Il convient également d'améliorer la qualité et la pertinence de la réponse apportée car seulement 63% des demandes obtiennent une réponse complète (contre 70% pour la catégorie).
- ...



Appels téléphoniques : résultats détaillés 2018

	Nombre de tests	Note société	Position par rapport au global	% de scores « Bon »	Note catégorie	% de scores « Bon »	Note globale tous participants	% de scores « Bon »
Gestion de la disponibilité								
		1,96			1,87		1,77	
C8	142	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,98	99%
C10	142	1,97	😊	99%	1,84	92%	1,58	79%
C9	142	1,93	😊	93%	1,83	86%	1,75	83%
C12	4	1,25	😊	50%	1,08	36%	1,17	35%
C11	1	2,00	😊	100%	2,00	100%	0,66	33%
Relationnel								
		1,79			1,68		1,64	
C2	142	2,00	😊	100%	1,97	98%	1,95	98%
C1	142	1,90	😊	90%	1,89	89%	1,84	85%
C3	140	1,99	-	99%	2,00	100%	1,99	99%
C4	141	1,45	😊	72%	1,14	57%	1,09	55%
C5	3	0,33	😞	0%	0,83	33%	0,84	24%
C6	140	1,91	😊	96%	1,95	97%	1,89	95%
C7	139	1,53	😊	64%	1,14	37%	1,11	36%
Qualité de la réponse et qualité humaine								
		2,20			2,18		1,87	
C13	142	2,99	😊	63%	3,00	68%	2,40	46%
C14	142	1,70	😊	73%	1,64	69%	1,43	53%
C15	140	1,91	😊	94%	1,90	93%	1,79	87%
TOTAL								
		16,90			15,97		13,71	

Les smileys en vert ou en rouge indiquent que le résultat 2018 est supérieur ou inférieur à celui de l'ensemble des participants.



Appels téléphoniques : évolution des résultats

	Rappel Note 2015	% de scores « Bon »	Rappel Note 2016	% de scores « Bon »	Rappel Note 2017	% de scores « Bon »	Note 2018	% de scores « Bon »
Gestion de la disponibilité	-		1,80		1,78		1,96	
C8 L'appel est décroché en moins de 5 sonneries ou 20 secondes.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C10 Accès au service désiré par le biais d'un Standard Vocal Interactif ou d'un opérateur en moins d'1 minute (critère non applicable si la société ne dispose pas de SVI).	-	-	2,00	100%	1,94	97%	1,97	99%
C9 Le client mystère est pris en charge en moins d'1 minute après avoir choisi de parler à un conseiller.	-	-	1,46	73%	1,46	73%	1,93	93%
C12 Le conseiller prévient le client mystère d'une mise en attente et l'oriente vers une musique ou un message vocal d'une durée maximum de 45 secondes (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate).	-	-	1,14	21%	1,11	22%	1,25	50%
C11 Proposition et engagement de rappel en moins de 12 heures ouvrées (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate).	-	-	-	-	0,00	0%	2,00	100%
Relationnel	-		1,74		1,73		1,79	
C2 La raison sociale ou le nom commercial du participant est énoncé lors de l'accueil par un Standard Vocal Interactif (SVI) ou un pré-décroché (critère non applicable si le client mystère est accueilli directement par un conseiller).	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C1 Accueil de l'appel par l'identification du nom du participant et du conseiller du participant avec une formule de politesse, une élocution correcte et un débit adapté.	-	-	1,95	96%	1,94	96%	1,90	90%
C3 Le conseiller utilise des mots adaptés au service demandé (vocabulaire aisément compréhensible, absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).	-	-	1,98	98%	2,00	100%	1,99	99%
C4 Le conseiller reformule la demande du client mystère pour s'assurer de sa compréhension de la problématique et/ou utilise les informations transmises par le client mystère.	-	-	1,41	71%	1,15	57%	1,45	72%
C5 Lors d'un transfert vers un nouvel interlocuteur, le client mystère est mis en relation avec le bon interlocuteur et la problématique comme les informations du client mystère ont été préalablement transmises par le conseiller (critère non applicable si l'appel est géré dans son intégralité par un seul conseiller).	-	-	0,00	0%	0,86	29%	0,33	0%
C6 Le conseiller ne coupe pas la parole au client mystère, toutefois, il peut recentrer le discours sur l'objet précis de la problématique de façon professionnelle et positive.	-	-	1,89	95%	1,96	98%	1,91	96%
C7 Le conseiller prend congé en utilisant le nom et/ou la civilité du client mystère. Il s'assure qu'il a bien répondu à sa demande et lui laisse l'initiative de mettre fin à l'appel.	-	-	1,23	42%	1,35	48%	1,53	64%
Qualité de la réponse et qualité humaine	-		2,16		2,00		2,20	
C13 Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	-	-	2,73	60%	2,39	54%	2,99	63%
C14 La qualité globale de l'entretien est jugée dans l'absolu. Le client mystère analyse l'empathie comme le naturel de l'entretien (il se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).	-	-	1,80	83%	1,71	77%	1,70	73%
C15 Le client mystère mesure la qualité et constance du ton employé par le conseiller tout au long de l'entretien.	-	-	1,93	94%	1,90	93%	1,91	94%
TOTAL	-		15,26		15,52		16,90	

Le résultat 2018 en **vert** ou en **rouge** signifie qu'il est **supérieur** ou **inférieur** au résultat 2017.



E-mails ou
formulaire

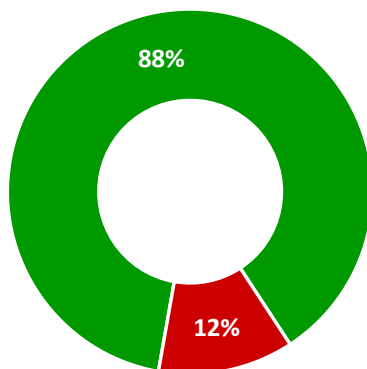


E-mails ou formulaires : accessibilité

88% de taux de réponse (42% en 2017)



E-mails répondus



E-mails ou formulaires non évalués
(en valeur absolue)

6



■ E-mail(s) non reçu(s)



Délai de réponse moyen aux e-mails : dans la journée.



E-mails ou formulaires : enseignements

PARTICIPANT X obtient un bon score, supérieur à la moyenne de la catégorie et à celle de l'ensemble des participants et inférieur à celle des lauréats.

	Notes /20
Participant X	14,16
Catégorie	12,99
Participants	12,47
Lauréats	15,54

Par rapport à la précédente édition, le score de PARTICIPANT X a progressé de XX% et celui de la catégorie de XX%.

Ce score est satisfaisant pour les raisons suivantes (scores supérieurs à 90% de conformité ou évolution à la hausse) :

- 88% des e-mails ont été répondus dans les délais (vs 42% lors de l'édition 2016) et 93% des réponses ont été reçues sous 1 jour ouvré.
- L'objet de l'e-mail est conforme dans 93% des tests (contre 30% pour la catégorie) et la réponse est personnalisée dans 95% des cas.
- ...

... même s'il reste encore perfectible (scores inférieurs à 75% de conformité) :

- L'e-mail d'accusé de réception comprend une date de réponse identifiée et respectée dans 19% des cas (vs 48% pour la catégorie et 62% pour l'ensemble des participants, en baisse par rapport à l'an dernier).
- L'adresse e-mail ou le nom de l'expéditeur ne permet pas toujours d'identifier l'entreprise (26% de scores bons).
- ...



@ E-mails ou formulaires : résultats détaillés 2018

		Nombre de tests	Note société	Position par rapport au global	% de scores « Bon »	Note catégorie	% de scores « Bon »	Note globale tous participants	% de scores « Bon »
Gestion de la disponibilité			1,14			1,43		1,63	
C9	L'e-mail est répondu sous 1 jour ouvré.	44	1,86	😊	93%	1,84	87%	1,84	88%
C10	L'e-mail d'accusé de réception doit comprendre une date identifiée et respectée de réponse effective qui ne doit pas être supérieure à 2 jours ouvrés (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate ou sans réponse intermédiaire).	42	0,38	😞	19%	0,97	48%	1,24	62%
Relationnel			1,82			1,67		1,60	
C1	L'adresse e-mail ou le nom de l'expéditeur est compréhensible et permet d'identifier le participant.	44	0,82	😞	26%	1,10	45%	1,60	72%
C2	L'objet de l'e-mail de réponse est en adéquation avec la demande et indique clairement qu'il s'agit d'une réponse suite à une demande formulée par le client mystère.	44	1,93	😊	93%	1,24	30%	1,15	39%
C3	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	44	1,91	😊	95%	1,94	97%	1,59	80%
C5	La situation de la demande initiale est résumée (rappel du contexte).	44	1,84	😊	84%	1,40	66%	1,24	55%
C4	L'e-mail est rédigé dans un français correct et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).	44	1,95	😊	98%	1,86	93%	1,72	86%
C7	L'interlocuteur répondant à l'e-mail est identifié par sa civilité et/ou son prénom et/ou son nom.	44	1,95	😊	98%	1,97	99%	1,77	88%
C8	L'e-mail comprend des coordonnées permettant de poursuivre la relation par un autre canal (numéros de téléphone ou adresses e-mails ou lien vers un formulaire de contact ou une session de Chat...).	44	2,00	😊	100%	1,79	89%	1,79	89%
C6	L'e-mail comprend une prise de congé avec une formule de politesse.	44	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,97	98%
Qualité de la réponse et qualité humaine			1,81			1,73		1,67	
C11	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	44	2,55	😊	48%	2,23	46%	2,02	39%
C12	La qualité globale de l'e-mail est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).	44	1,23	😊	27%	1,18	23%	1,22	31%
C13	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.	44	1,75	😊	84%	1,87	91%	1,72	84%
C14	L'e-mail est lisible et ne comporte pas de signe d'incompatibilité avec le navigateur Internet, le logiciel ou le fournisseur utilisé.	44	1,73	-	86%	1,65	82%	1,73	86%
TOTAL			14,12			14,50		11,58	

Les smileys en **vert** ou en **rouge** indiquent que le résultat 2018 est **supérieur** ou **inférieur** à celui de l'ensemble des participants.

@ E-mails ou formulaires : évolution des résultats

		Rappel Note 2015	% de scores « Bon »	Rappel Note 2016	% de scores « Bon »	Rappel Note 2017	% de scores « Bon »	Note 2018	% de scores « Bon »
Gestion de la disponibilité		-		1,77		1,67		1,14	
C9	L'e-mail est répondu sous 1 jour ouvré.	-	-	1,92	92%	1,81	81%	1,86	93%
C10	L'e-mail d'accusé de réception doit comprendre une date identifiée et respectée de réponse effective qui ne doit pas être supérieure à 2 jours ouvrés (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate ou sans réponse intermédiaire).	-	-	0,00	0%	0,67	33%	0,38	19%
Relationnel		-		1,20		1,34		1,82	
C1	L'adresse e-mail ou le nom de l'expéditeur est compréhensible et permet d'identifier le participant	-	-	1,50	50%	1,05	29%	0,82	26%
C2	L'objet de l'e-mail de réponse est en adéquation avec la demande et indique clairement qu'il s'agit d'une réponse suite à une demande formulée par le client mystère.	-	-	0,50	25%	1,14	57%	1,93	93%
C3	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	-	-	1,17	58%	0,86	43%	1,91	95%
C5	La situation de la demande initiale est résumée (rappel du contexte).	-	-	0,92	8%	1,00	43%	1,84	84%
C4	L'e-mail est rédigé dans un français correct et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).	-	-	1,50	75%	1,43	71%	1,95	98%
C7	L'interlocuteur répondant à l'e-mail est identifié par sa civilité et/ou son prénom et/ou son nom.	-	-	0,67	33%	1,33	67%	1,95	98%
C8	L'e-mail comprend des coordonnées permettant de poursuivre la relation par un autre canal (numéros de téléphone ou adresses e-mails ou lien vers un formulaire de contact ou une session de Chat...).	-	-	1,67	83%	1,90	95%	2,00	100%
C6	L'e-mail comprend une prise de congé avec une formule de politesse.	-	-	1,67	83%	2,00	100%	2,00	100%
Qualité de la réponse et qualité humaine		-		1,33		1,90		1,81	
C11	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	-	-	1,33	25%	2,38	57%	2,55	48%
C12	La qualité globale de l'e-mail est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).	-	-	0,58	8%	1,24	43%	1,23	27%
C13	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.	-	-	1,58	75%	2,00	100%	1,75	84%
C14	L'e-mail est lisible et ne comporte pas de signe d'incompatibilité avec le navigateur Internet, le logiciel ou le fournisseur utilisé.	-	-	1,83	92%	2,00	100%	1,73	86%
TOTAL		-		2,86		6,01		14,12	

Le résultat 2018 en vert ou en rouge signifie qu'il est supérieur ou inférieur au résultat 2017.



Navigations Internet



Navigations Internet : enseignements

PARTICIPANT X obtient un excellent score, supérieur à la moyenne de la catégorie, et inférieur à celle de l'ensemble des participants et à celle des lauréats.

	Notes /20
Participant X	17,46
Catégorie	17,37
Participants	17,72
Lauréats	17,91

Par rapport à la précédente édition, le score de PARTICIPANT X a progressé de XX% et celui de la catégorie de XX%.

Les résultats sont meilleurs depuis un ordinateur (XX/20 vs XX depuis une tablette et XX depuis un smartphone).

Ce score est satisfaisant pour les raisons suivantes (scores supérieurs à 90% de conformité) :

- Le site Internet a été accessible dans 100% des navigations Internet.
- Le libre-service (moteur de recherche ou FAQ) est accessible et visible depuis la page d'accueil (100% de conformité).
- ...

... même s'il reste encore perfectible (score inférieur à 75% de conformité) :

- Le nombre de clics pour accéder à l'information recherchée peut être encore amélioré (67% de scores bons, en hausse de 20 points par rapport à l'édition précédente).
- ...



Navigations Internet : résultats détaillés 2018

		Nombre de tests	Note société	Position par rapport au global	% de scores « Bon »	Note catégorie	% de scores « Bon »	Note globale tous participants	% de scores « Bon »
Ergonomie et accessibilité			1,86			1,82		1,73	
C1	Le libre-service ou le moteur de recherche ou l'agent virtuel est visible et accessible à partir de la page d'accueil.	15	2,00	😊	100%	1,64	82%	1,65	82%
C2	Le lien hypertexte présent sur la page de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite (critère non applicable en cas d'absence de lien hypertexte).	4	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,98	99%
C3	Les pages visitées sont toutes utiles (absence de page tunnel, page sponsorisée, pop-in ou pop-up publicitaire ou d'enquête de satisfaction).	15	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,90	95%
C4	Le client mystère, en cours de navigation, peut revenir sur la page précédente sans l'affichage d'un message d'erreur.	15	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,97	99%
C5	Le nombre de clics pour accéder à une information est inférieur ou égal à 4.	15	1,60	😊	67%	1,42	58%	1,30	58%
C6	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.	10	1,80	😞	90%	1,93	97%	1,97	98%
C7	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page (écran d'ordinateur d'une résolution de 1 366 x 768 pixels) ou est visible en 2 scroll pour une consultation sur un smartphone ou une tablette.	14	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,95	97%
C8	Le moteur de recherche ou l'agent virtuel comprend des mots simples (absence de mot technique) (critère non applicable en cas d'absence de moteur de recherche ou d'agent virtuel).	15	1,60	😊	80%	1,73	86%	1,23	62%
Qualité de la réponse			2,80			2,61		2,47	
C9	La réponse est rédigée dans un français correct et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).	14	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,95	98%
C10	En cas d'indisponibilité de la réponse, un autre canal de contact est clairement proposé pour obtenir la réponse souhaitée (critère non applicable en cas de réponse effective).	1	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,72	86%
C11	Le client mystère consulte une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	15	3,60	😊	87%	3,20	76%	3,01	70%
Impression générale sur le service			1,87			1,87		1,84	
C12	La qualité globale du site Internet est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).	15	1,87	😊	87%	1,87	89%	1,84	87%
Qualité technique			2,00			1,96		1,98	
C13	La navigation se déroule sans signe d'incompatibilité avec le navigateur, le fournisseur ou le modèle de smartphone ou de tablette.	15	2,00	😊	100%	1,96	98%	1,98	99%
TOTAL			18,70			18,03		17,15	

Les smileys en **vert** ou en **rouge** indiquent que le résultat 2018 est **supérieur** ou **inférieur** à celui de l'ensemble des participants.



Navigations Internet : évolution des résultats

		Rappel Note 2015	% de scores « Bon »	Rappel Note 2016	% de scores « Bon »	Rappel Note 2017	% de scores « Bon »	Note 2018	% de scores « Bon »
Ergonomie et accessibilité		-		1,88		1,64		1,86	
C1	Le libre-service ou le moteur de recherche ou l'agent virtuel est visible et accessible à partir de la page d'accueil.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C2	Le lien hypertexte présent sur la page de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite (critère non applicable en cas d'absence de lien hypertexte).	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C3	Les pages visitées sont toutes utiles (absence de page tunnel, page sponsorisée, pop-in ou pop-up publicitaire ou d'enquête de satisfaction).	-	-	2,00	100%	1,87	93%	2,00	100%
C4	Le client mystère, en cours de navigation, peut revenir sur la page précédente sans l'affichage d'un message d'erreur.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C5	Le nombre de clics pour accéder à une information est inférieur ou égal à 4.	-	-	1,20	60%	1,13	47%	1,60	67%
C6	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.	-	-	2,00	100%	1,87	93%	1,80	90%
C7	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page (écran d'ordinateur d'une résolution de 1 366 x 768 pixels) ou est visible en 2 scroll pour une consultation sur un smartphone ou une tablette.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C8	Le moteur de recherche ou l'agent virtuel comprend des mots simples (absence de mot technique) (critère non applicable en cas d'absence de moteur de recherche ou d'agent virtuel).	-	-	2,00	100%	0,53	27%	1,60	80%
Qualité de la réponse		-		2,00		2,19		2,80	
C9	La réponse est rédigée dans un français correct et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C10	En cas d'indisponibilité de la réponse, un autre canal de contact est clairement proposé pour obtenir la réponse souhaitée (critère non applicable en cas de réponse effective).	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C11	Le client mystère consulte une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	-	-	2,00	40%	2,40	60%	3,60	87%
Impression générale sur le service		-		1,80		1,87		1,87	
C12	La qualité globale du site Internet est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).	-	-	1,80	80%	1,87	87%	1,87	87%
Qualité technique		-		1,80		1,73		2,00	
C13	La navigation se déroule sans signe d'incompatibilité avec le navigateur, le fournisseur ou le modèle de smartphone ou de tablette.	-	-	1,80	90%	1,73	87%	2,00	100%
TOTAL		-		17,17		16,20		18,70	

Le résultat 2018 en **vert** ou en **rouge** signifie qu'il est **supérieur** ou **inférieur** au résultat 2017.



Réseaux sociaux



Réseaux sociaux : enseignements

PARTICIPANT X obtient un très bon score, supérieur à la moyenne de la catégorie, à celle de l'ensemble des participants et à celle des lauréats.

	Notes /20
Participant X	15,64
Catégorie	8,59
Participants	11,57
Lauréats	13,21

Par rapport à la précédente édition, le score de PARTICIPANT X a progressé de XX% et celui de la catégorie a baissé de XX%.

Ce score est satisfaisant pour les raisons suivantes (scores supérieurs ou égaux à 90% de conformité) :

- Le taux de réponse est de 100% et le délai de réponse (1h14 min en moyenne) est inférieur à 4h ouvrées dans 100% des cas.
- Les critères d'ergonomie et d'accessibilité sont respectés (100% de scores bons sur les deux indicateurs).
- Dans 100% des échanges, l'interlocuteur s'identifie et laisse ses coordonnées.
- ...

... même s'il reste encore perfectible (scores inférieurs ou égaux à 75% de conformité ou évolution à la baisse) :

- La qualité et la constance du ton employé ne conviennent pas toujours (70% de conformité contre 100% l'an dernier).
- ...



Réseaux sociaux : résultats détaillés 2018

		Nombre de tests	Note société	Position par rapport au global	% de scores « Bon »	Note catégorie	% de scores « Bon »	Note globale tous participants	% de scores « Bon »
Ergonomie et accessibilité		2,00				2,00		2,00	
C1	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice (un logo, une photo...).	10	2,00	-	100%	2,00	100%	2,00	100%
C2	L'espace dédié du participant sur le réseau social propose clairement d'autres canaux de contact (numéros de téléphone ou adresses e-mails ou lien vers un formulaire de contact ou une session de Chat...).	10	2,00	-	100%	2,00	100%	2,00	100%
Relationnel		1,96				1,73		1,70	
C3	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	10	2,00	😊	100%	1,83	91%	1,70	94%
C4	Le message est rédigé dans un français adapté au canal et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).	10	1,80	😞	90%	1,74	87%	1,89	94%
C5	La réponse est concise et apparaît sur maximum 6 lignes dans le cadre d'une réponse directement sur l'espace dédié du participant (le mur) et sur 1 page (pour un écran d'une résolution de 1 366 x 768 pixels) dans le cadre d'une réponse par message privé.	10	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,92	96%
C6	La réponse comprend une prise de congé avec une formule de politesse.	10	2,00	😊	100%	1,65	83%	1,69	85%
C7	L'interlocuteur est identifié par son prénom et/ou son nom.	10	2,00	😊	100%	1,30	65%	1,23	62%
C8	Le répondant laisse ses coordonnées dans le message de réponse (numéros de téléphone ou adresses e-mails ou lien vers un formulaire de contact ou une session de Chat...) (critère non applicable si d'autres canaux de contact sont clairement proposés et visibles sur l'espace dédié du participant).	7	2,00	😊	100%	1,88	94%	1,81	90%
Gestion de la disponibilité		2,00				1,78		1,69	
C9	Le message est répondu sous 4 heures ouvrées.	10	2,00	😊	100%	1,91	96%	1,73	82%
C10	Le participant peut adresser un message d'attente qui doit comprendre une date identifiée et respectée de réponse effective qui ne doit pas être supérieure à 1 jour ouvré (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate ou sans réponse intermédiaire).	0	-	-	-	1,00	50%	0,71	36%
Qualité de la réponse		2,14				2,11		2,04	
C11	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	10	2,20	😊	30%	2,17	35%	2,07	39%
C12	Le lien hypertexte présent dans le message de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite (critère non applicable en cas d'absence de lien hypertexte).	4	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,99	99%
Qualité humaine		1,35				1,54		1,50	
C13	La qualité globale de l'échange est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).	10	1,10	😞	10%	1,30	30%	1,27	28%
C14	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.	10	1,60	😞	80%	1,78	87%	1,72	82%
TOTAL		17,48				12,66		13,33	

Les smileys en vert ou en rouge indiquent que le résultat 2018 est supérieur ou inférieur à celui de l'ensemble des participants.



Réseaux sociaux : évolution des résultats

		Rappel Note 2015	% de scores « Bon »	Rappel Note 2016	% de scores « Bon »	Rappel Note 2017	% de scores « Bon »	Note 2018	% de scores « Bon »
Ergonomie et accessibilité		-	-	-	-	2,00		2,00	
C1	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice (un logo, une photo...).	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
C2	L'espace dédié du participant sur le réseau social propose clairement d'autres canaux de contact (numéros de téléphone ou adresses e-mails ou lien vers un formulaire de contact ou une session de Chat...).	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
Relationnel		-	-	-	-	1,31		1,96	
C3	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
C4	Le message est rédigé dans un français adapté au canal et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).	-	-	-	-	0,80	40%	1,80	90%
C5	La réponse est concise et apparaît sur maximum 6 lignes dans le cadre d'une réponse directement sur l'espace dédié du participant (le mur) et sur 1 page (pour un écran d'une résolution de 1 366 x 768 pixels) dans le cadre d'une réponse par message privé.	-	-	-	-	1,20	60%	2,00	100%
C6	La réponse comprend une prise de congé avec une formule de politesse.	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
C7	L'interlocuteur est identifié par son prénom et/ou son nom.	-	-	-	-	0,00	0%	2,00	100%
C8	Le répondant laisse ses coordonnées dans le message de réponse (numéros de téléphone ou adresses e-mails ou lien vers un formulaire de contact ou une session de Chat...) (critère non applicable si d'autres canaux de contact sont clairement proposés et visibles sur l'espace dédié du participant).	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
Gestion de la disponibilité		-	-	-	-	2,00		2,00	
C9	Le message est répondu sous 4 heures ouvrées.	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
C10	Le participant peut adresser un message d'attente qui doit comprendre une date identifiée et respectée de réponse effective qui ne doit pas être supérieure à 1 jour ouvré (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate ou sans réponse intermédiaire).	-	-	-	-	-	-	-	-
Qualité de la réponse		-	-	-	-	3,54		2,14	
C11	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	-	-	-	-	4,00	100%	2,20	30%
C12	Le lien hypertexte présent dans le message de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite (critère non applicable en cas d'absence de lien hypertexte).	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
Qualité humaine		-	-	-	-	1,85		1,35	
C13	La qualité globale de l'échange est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).	-	-	-	-	1,70	70%	1,10	10%
C14	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.	-	-	-	-	2,00	100%	1,60	80%
TOTAL		-	-	-	-	16,70		17,48	

Le résultat 2018 en vert ou en rouge signifie qu'il est supérieur ou inférieur au résultat 2017.

Restitution des résultats

Un grand merci pour votre participation à l'Élection du Service Client de l'Année 2018.

Vous souhaitez en savoir plus ?

Contactez-nous au 01 71 19 46 30 et organisons ensemble la réunion de restitution personnalisée de vos résultats.

À très bientôt.

