



Exemple Rapport d'étude PARTICIPANT X

11^{ÈME} ÉDITION

Contact : +33 (0)1 71 19 46 30 ou info@escda.fr



Sommaire

1

Contexte, objectifs et méthodologie

p.3

2

Enseignements et résultats

p.9

3

Résultats détaillés par canal

- Appels téléphoniques
- E-mails et formulaires
- Navigations Internet
- Réseaux sociaux
- Chat

p.14

p.19

p.24

p.28

p.33

4

Annexes

p.37

Contexte, objectifs et méthodologie



La relation client : un facteur structurant de l'image de marque et de la fidélité

La qualité de la relation client d'une entreprise influence :

...l'image globale

des Français



94%

+ 10 pts vs 2011

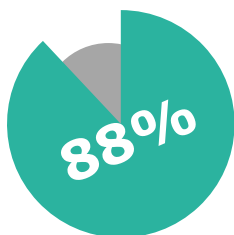
...la décision d'achat
ou de ré-achat



89%

+ 3 pts vs 2015

À l'ère du digital, la relation client s'adapte
aux nouvelles habitudes des Français



favorables à la **multiplicité des modes de contacts** sur des **plages horaires étendues**.

26% de **contacts** des services clients **via les canaux émergents** jusqu'à **38%** chez les **18-25 ans**.



Des canaux émergents jugés aussi
satisfaisants que les canaux classiques

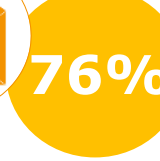
Canaux
classiques



Téléphone



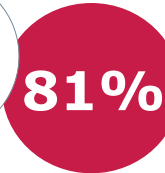
E-mails



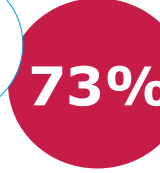
Canaux
émergents



Chat



Réseaux
sociaux



(Source : Observatoire des Services Clients Octobre 2016 - BVA pour l'Élection du Service Client de l'Année réalisé auprès de 1000 personnes représentatives de la population des 18 ans et plus).

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



Comment valoriser vos résultats ?

- ➡ Renforcer le management et les formations mises 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 internes comme externes

Méthodologie

L'Élection du Service Client de l'Année évalue la qualité de la relation client à distance sur 10 à 20 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.



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.



La majorité des critères de la norme européenne EN NF 15838 sont évalués.



Pour être Élu Service Client de l'Année et bénéficier du signe de valorisation pendant 11 mois, il faut :

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

Volumétrie des enquêtes mystères



140 Appels téléphoniques : jusqu'à 15 critères (relationnel, qualité de réponse, qualité humaine, disponibilité)

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 (relationnel, qualité de réponse, l'humain, disponibilité, qualité technique)

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



Les e-mails ou formulaires répondus dans un délai supérieur à 4 jours ouvrés



Les e-mails ou formulaires non répondus



15 Navigations Internet : jusqu'à 13 critères (ergonomie, accessibilité, qualité de la réponse, qualité technique)

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



Les navigations Internet non répondues par le serveur



Les navigations Internet donnant accès à un message d'erreur insurmontable par une rétroaction

Volumétrie des enquêtes mystères



10 contacts via Réseaux sociaux : jusqu'à 14 critères (relationnel, qualité de réponse, disponibilité, ergonomie)

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 via Chat : jusqu'à 14 critères (ergonomie, accessibilité, qualité de la réponse, qualité technique, qualité humaine)

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



Les conversations dont le temps de prise en charge est supérieur ou égal à 3 minutes depuis le début de la communication



Les conversations dont le temps de réponse à la première interaction est supérieur ou égal à 3 minutes



Les fenêtres de chat qui sont indisponibles ou non proposées après un temps de navigation supérieur à 7 clics ou à 90 secondes sur le site Internet

Enseignements et résultats



Enseignements et résultats : **synoptique**



Le **canal téléphone** obtient un score de 13,80/20, en hausse par rapport à l'édition 2017 (+ 0,71%).
Le score des lauréats est quasi stable (16,03 vs 16,09).

La principale raison de cette hausse concerne la reformulation de la demande (61% de conformité vs 55% pour l'édition précédente).

Le taux d'accessibilité est également satisfaisant avec 86% sur l'ensemble des participants (comme l'année dernière) contre 94% pour les lauréats.



Ce canal donne entière satisfaction pour le taux de décroché (99% de décrochés avant 5 sonneries ou avant 20 secondes), la rapidité de prise en charge par un conseiller (83% de conformité avec une attente moyenne de 36 secondes pour parler à un conseiller), la présentation de l'entreprise et le discours (ton, vocabulaire, débit et écoute) avec des scores de conformité égaux ou supérieurs à 82%.



Outre la reformulation de la demande, les axes de progrès portent sur la qualité de la réponse (47% de réponses conformes), la prise de congé, les situations de mise en attente ou de transfert (< 50% de conformité).



Les **e-mails ou formulaires** enregistrent un score de 11,93/20, en hausse sur l'ensemble des participants (+ 3,03%) mais en baisse auprès des lauréats (- 1,38% avec 15,34/20).

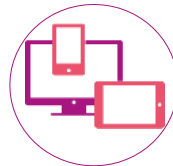
Le taux de réponse est de 78%, en légère hausse par rapport à 2017.



Les délais de réponse sont courts (83% sous 1 jour ouvré soit un délai de réponse moyen de 8 heures ouvrées). Les autres points forts concernent l'identification du conseiller, la prise de congé, la personnalisation de la réponse et la compatibilité/lisibilité avec les différents Webmails (niveaux de conformité ≥ 83%).



Les améliorations portent sur l'objet, le rappel du contexte, la rédaction (en forte baisse) et la qualité de la réponse (≤ 50% de conformité).



Les **navigations Internet** obtiennent la meilleure note avec 16,09/20, toutefois en baisse par rapport à l'an dernier (- 6,22%). Les lauréats, avec un score de 16,21, affichent la plus forte baisse tous canaux confondus (- 7,56%). Les résultats sont toutefois meilleurs depuis un ordinateur (17,02/20 vs 15,65 depuis une tablette et 14,90 depuis un smartphone).

Les principales raisons de cette baisse concernent la qualité de la réponse (62% de conformité contre 70% en 2017) et la pertinence du moteur de recherche (47% de scores bons contre 62% en 2017).



Autre axe de progrès : le nombre de clics pour accéder à une page de réponse (49% de scores bons).

Enseignements et résultats : **synoptique**



Les réseaux sociaux enregistrent une note moyenne de 12,95/20 en baisse par rapport à l'édition précédente (- 2,89%).

Les lauréats obtiennent un meilleur score (15,58), mais en baisse également (- 3% par rapport à 2017).

Les principales raisons de cette baisse concernent le relationnel et notamment la personnalisation de la réponse (79% soit - 16 pts en 2017) et la rédaction dans un français correct et adapté au canal (79% de scores bons contre 94% l'an dernier).

Le taux de réponse est en légère baisse par rapport à 2017 (81% contre 83% en 2017) mais les délais de réponse sont en revanche un peu plus courts (3h08 en moyenne contre 3h22 en 2017).



Les points forts concernent les critères d'ergonomie et d'accessibilité, la qualité et la constance du ton employé, la concision de la réponse (scores de conformité $\geq 90\%$).



Outre les délais de réponse, les axes de progrès portent sur le relationnel particulièrement l'identification du conseiller (68% de conformité) et sur la qualité de la réponse (44%).



Évalué pour la première fois, **le chat** enregistre une note moyenne de 7,79/20 sur l'ensemble des participants, et de 10,80 pour les lauréats.

Il s'agit du canal le moins bien perçu pour l'ensemble des participants et pour les lauréats.

Le taux de réponse est faible (48% contre 63% pour les lauréats) cependant les délais d'interaction sont satisfaisants pour 63% des tests (44 secondes en moyenne pour répondre).



Les points forts concernent les critères d'ergonomie et d'accessibilité, l'identification du conseiller, la forme de la réponse, et l'absence de signes d'incompatibilité avec les navigateurs ou les fournisseurs (scores de conformité $\geq 90\%$).



Outre les délais de réponse, les leviers d'actions concernent la personnalisation de la réponse, la rédaction dans un français correct et adapté au canal (71% de scores bons), la prise de congés ($\leq 73\%$ de conformité), la qualité de la réponse (49%) et la possibilité de sauvegarder la conversation (68%).

Synoptique des résultats au global et par canal

Notes moyennes obtenues par le participant		Notes moyennes de la catégorie	Notes moyennes de l'ensemble des participants	Notes moyennes de l'ensemble des lauréats
Notes Globales				
	14,34 - 14,17%	11,67 - 10,32%	13,13 - 2,42%	15,48 - 3,72%
Appels téléphoniques				
	14,90 - 13,26%	12,37 - 5,19%	13,80 + 0,71%	16,03 - 0,37%
E-mails ou formulaires				
	13,29 - 15,64%	8,72 - 18,88%	11,93 + 3,03%	15,34 - 1,38%
Navigation Internet				
	16,74 - 8,66%	16,39 - 4,97%	16,09 - 6,22%	16,21 - 7,56%
Réseaux sociaux				
	13,57 - 9,22%	13,57 - 9,22%	12,95 - 2,89%	15,58 - 3,00%
Chat				
	11,05	11,05	7,79	10,80

*par rapport à la précédente édition

Résultats détaillés par canal





Appels téléphoniques

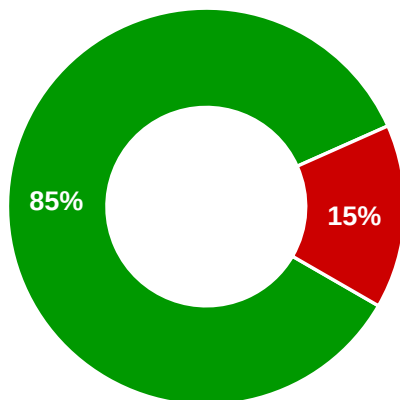


Appels téléphoniques : accessibilité

85% de qualité de service (95% en 2017)



Appels aboutis



Inaccessibilité du service
(en valeur absolue)

0



Appel(s) non décroché(s)
après un temps
de sonnerie > 60 sec

3



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

18



Les appels aboutissant à un
message de saturation ou de
dissuasion

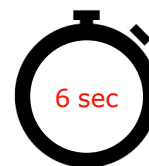


Temporalité

	Prise de contact						Horaires	
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Matin	Après-midi (à partir de 14h)
Votre entreprise	14,89	15,15	12,12	16,39	17,02	14,12	15,17	14,48
Votre catégorie	12,89	12,26	10,68	12,18	13,22	14,12	12,39	12,35
Ensemble des participants	13,69	13,87	14,19	13,81	13,95	12,54	13,69	13,97

Note moyenne sur 20

Temps moyen :



Décroché



Accès au
service désiré



Prise en
charge du contact
par un conseiller



Appels téléphoniques : enseignements

PARTICIPANT X obtient un 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	14,90
Catégorie	12,37
Participants	13,80
Lauréats	16,03

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



Ce score est satisfaisant pour les raisons suivantes (scores supérieurs ou égaux à 85% de conformité) :

- 85% 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'une minute).
- L'identification de l'entreprise par le SVI ou le pré-décroché est conforme dans 100% des cas et le conseiller se présente avec une formule de politesse, une élocution et un débit corrects (98% de scores bons).
- ...



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

- Le temps de prise en charge par un conseiller n'est pas toujours rapide (74% de conformité contre 90% lors de l'édition précédente).
- La prise de congé n'est pas toujours conforme (60% de scores bons, contre 32% 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							1,84		1,88		1,79	
C8	L'appel est décroché en moins de 5 sonneries ou 20 secondes.				119	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,98	99%
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).				119	1,98	😊	99%	1,96	98%	1,66	83%
C9	Le client mystère est pris en charge en moins d'1 minute après avoir choisi de parler à un conseiller.				119	1,61	😞	74%	1,80	86%	1,75	83%
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 1 minute (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate). Il reprend l'appel avec une formule de politesse ("Merci d'avoir patienter", "Je vous remercie pour votre attente"...).				29	1,59	😊	59%	1,38	49%	1,20	42%
C11	Proposition et engagement de rappel en moins de 12 heures ouvrées (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate).				1	0,00	😞	0%	0,80	40%	0,56	28%
Relationnel							1,83		1,58		1,66	
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).				119	2,00	😊	100%	1,97	98%	1,95	98%
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.				119	1,98	😊	98%	1,58	69%	1,79	82%
C3	Le conseiller utilise des mots adaptés au service demandé (vocabulaire aisément compréhensible, absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).				119	2,00	😊	100%	1,92	95%	1,98	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.				119	1,60	😊	80%	1,15	58%	1,22	61%
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).				2	1,50	😊	50%	1,00	40%	0,86	23%
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.				119	1,88	😞	94%	1,89	95%	1,90	95%
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.				119	1,50	😊	60%	0,99	32%	1,14	41%
Qualité de la réponse et qualité humaine							2,09		1,68		1,85	
C13	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.				119	2,84	😊	59%	2,38	46%	2,41	47%
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).				119	1,58	😊	65%	1,20	39%	1,38	50%
C15	Le client mystère mesure la qualité et constance du ton employé par le conseiller tout au long de l'entretien.				119	1,84	😊	89%	1,46	65%	1,75	84%
TOTAL					140		14,90		12,37		13,80	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service					119		17,53		15,33		15,96	

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		1,90		1,76		1,89		1,84	
C8	L'appel est décroché en moins de 5 sonneries ou 20 secondes.	1,99	99%	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).	1,97	99%	1,78	89%	1,90	95%	1,98	99%
C9	Le client mystère est pris en charge en moins d'1 minute après avoir choisi de parler à un conseiller.	1,78	89%	1,66	83%	1,86	90%	1,61	74%
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 d'1 minute (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate).	1,65	65%	1,30	42%	1,45	52%	1,59	59%
C11	Proposition et engagement de rappel en moins de 12 heures ouvrées (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate).	-	-	1,50	75%	2,00	100%	0,00	0%
Relationnel		1,89		1,87		1,85		1,83	
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%	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.	1,99	99%	1,98	98%	1,99	99%	1,98	98%
C3	Le conseiller utilise des mots adaptés au service demandé (vocabulaire aisément compréhensible, absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
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.	1,71	86%	1,64	82%	1,61	80%	1,60	80%
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).	-	-	2,00	100%	-	-	1,50	50%
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.	1,96	98%	1,98	99%	1,92	96%	1,88	94%
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.	1,66	72%	1,63	65%	1,58	62%	1,50	60%
Qualité de la réponse et qualité humaine		2,35		2,18		2,21		2,09	
C13	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	3,19	62%	2,88	54%	2,99	57%	2,84	59%
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).	1,89	91%	1,78	81%	1,71	72%	1,58	65%
C15	Le client mystère mesure la qualité et constance du ton employé par le conseiller tout au long de l'entretien.	1,96	97%	1,90	93%	1,92	94%	1,84	89%
TOTAL		17,99		14,75		17,17		14,90	

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



E-mails ou formulaires

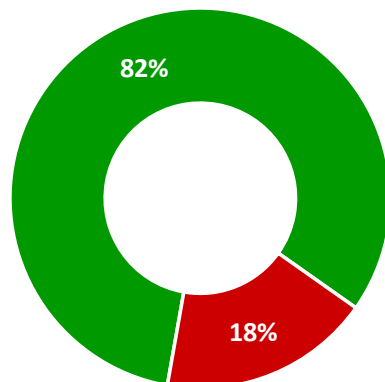


E-mails ou formulaires : accessibilité

82% de taux de réponse (92% en 2017)



E-mails répondus



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

3



Réponse(s) reçue(s) dans
un délai > à 4 jours
ouverts

6



Réponse(s) non reçue(s)

0



E-mail(s) ou formulaire(s)
revenant avec un
message d'erreur



Délai de réponse moyen aux e-mails : 22 heures ouvrées.



E-mails ou formulaires : enseignements

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

Notes /20	
Participant X	13,29
Catégorie	8,72
Participants	11,93
Lauréats	15,34

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



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

- L'adresse e-mail ou le nom de l'expéditeur permet d'identifier l'entreprise (100% de scores bons).
- La réponse est personnalisée (98% de conformité).
- Le relationnel est satisfaisant : l'interlocuteur s'identifie (93% de scores bons contre 80% en 2017), laisse ses coordonnées (100% de conformité) et prend congé avec une formule de politesse (100% de scores bons). La qualité et la constance du ton employé par les conseillers conviennent également (95% de conformité).
- ...



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

- 61% des réponses ont été reçues sous 1 jour ouvré (le délai de réponse moyen est de 22 heures ouvrées), contre 96% en 2017.
- L'e-mail d'accusé de réception comprend rarement de date de réponse identifiée et respectée (12% de conformité contre 60% lors de l'édition 2017).
- L'objet de l'e-mail n'est pas du tout conforme (0% de scores bons contre 29% pour la catégorie).
- ...



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			0,87			1,12		1,56	
C9	L'e-mail est répondu sous 1 jour ouvré.	41	1,49	☹	61%	1,63	73%	1,78	83%
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).	41	0,24	☹	12%	0,29	14%	1,19	58%
Relationnel			1,79			1,56		1,62	
C1	L'adresse e-mail ou le nom de l'expéditeur est compréhensible et permet d'identifier le participant.	41	2,00	😊	100%	1,54	71%	1,69	75%
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.	41	0,88	☹	0%	1,10	29%	1,24	45%
C3	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	41	1,95	😊	98%	1,30	65%	1,69	85%
C5	La situation de la demande initiale est résumée (rappel du contexte).	41	1,98	😊	98%	1,45	66%	1,37	62%
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).	41	1,66	😊	83%	1,43	71%	1,43	71%
C7	L'interlocuteur répondant à l'e-mail est identifié par sa civilité et/ou son prénom et/ou son nom.	41	1,85	😊	93%	1,71	86%	1,77	89%
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...).	41	2,00	😊	100%	1,96	98%	1,81	90%
C6	L'e-mail comprend une prise de congé avec une formule de politesse.	41	2,00	😊	100%	1,98	99%	1,95	98%
Qualité de la réponse et qualité humaine			2,07			1,70		1,69	
C11	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	41	2,93	😊	63%	2,26	46%	2,21	47%
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).	41	1,59	😊	63%	1,16	36%	1,15	29%
C13	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.	41	1,90	😊	95%	1,56	76%	1,76	87%
C14	L'e-mail est lisible et ne comporte pas de signe d'incompatibilité avec le navigateur Internet, le logiciel ou le fournisseur utilisé.	41	1,85	😊	93%	1,80	90%	1,65	83%
TOTAL		50	13,29			8,72		11,93	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		41	16,21			14,37		15,23	

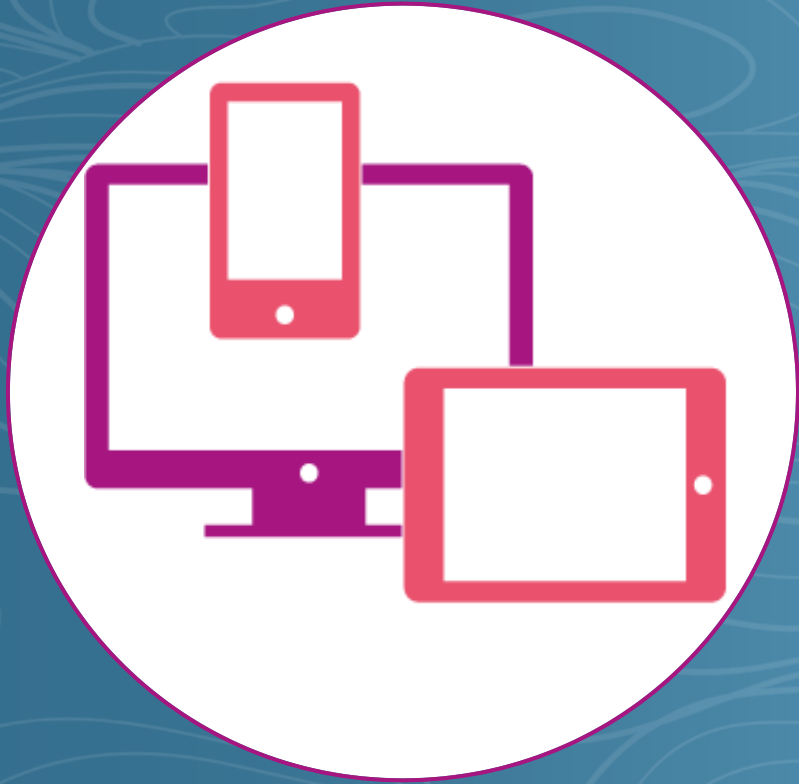
Les smileys en **vert** ou en **rouge** indiquent que le résultat 2018 est **supérieur** ou **inférieur** à celui de l'ensemble des participants.



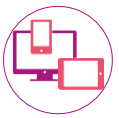
E-mails ou formulaires : évolution des résultats

		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		2,00		1,92		1,58		0,87	
C9	L'e-mail est répondu sous 1 jour ouvré.	2,00	100%	1,84	84%	1,96	96%	1,49	61%
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).	2,00	100%	2,00	100%	1,20	60%	0,24	12%
Relationnel		1,64		1,60		1,81		1,79	
C1	L'adresse e-mail ou le nom de l'expéditeur est compréhensible et permet d'identifier le participant.	1,53	53%	1,78	80%	2,00	100%	2,00	100%
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.	0,00	0%	0,08	4%	1,07	7%	0,88	0%
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%	2,00	100%	1,95	98%
C5	La situation de la demande initiale est résumée (rappel du contexte).	2,00	100%	2,00	100%	1,96	96%	1,98	98%
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).	1,67	84%	1,67	84%	1,83	91%	1,66	83%
C7	L'interlocuteur répondant à l'e-mail est identifié par sa civilité et/ou son prénom et/ou son nom.	1,88	94%	1,35	67%	1,61	80%	1,85	93%
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...).	2,00	100%	1,96	98%	2,00	100%	2,00	100%
C6	L'e-mail comprend une prise de congé avec une formule de politesse.	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
Qualité de la réponse et qualité humaine		2,29		2,24		2,02		2,07	
C11	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	3,76	92%	3,47	84%	2,83	63%	2,93	63%
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).	1,71	71%	1,73	78%	1,39	43%	1,59	63%
C13	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.	2,00	100%	2,00	100%	1,98	98%	1,90	95%
C14	L'e-mail est lisible et ne comporte pas de signe d'incompatibilité avec le navigateur Internet, le logiciel ou le fournisseur utilisé.	1,67	84%	1,76	88%	1,87	93%	1,85	93%
TOTAL		17,13		16,75		15,76		13,29	

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 score supérieur à la moyenne de la catégorie, à celle de l'ensemble des participants et à celle des lauréats.

Notes /20

Participant X	16,74
Catégorie	16,39
Participants	16,09
Lauréats	16,21

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



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

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 visible et accessible depuis la page d'accueil et l'entreprise éditrice est toujours identifiée dans 100% des tests pour ces deux critères.
- Les pages visitées sont toutes utiles (100% de scores bons).
- La réponse est rédigée de manière concise et dans un français correct, sans faute d'orthographe, ni de grammaire (100% de conformité pour ces deux indicateurs).
- ...



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

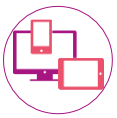
- Le nombre de clics nécessaires pour accéder à une information n'est pas toujours satisfaisant (53% de conformité contre 73% lors de l'édition 2017).
- L'efficacité du moteur de recherche peut être améliorée (47% de scores bons contre 80% l'an dernier).
- ...



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			1,67			1,64		1,63	
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%	1,96	98%	1,71	86%
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	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,89	95%
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%	1,85	93%
C4	Le client mystère, en cours de navigation, peut revenir sur la page précédente sans l'affichage d'un message d'erreur.	15	1,73	😞	87%	1,87	93%	1,94	97%
C5	Le nombre de clics pour accéder à une information est inférieur ou égal à 4.	15	1,20	😊	53%	1,09	47%	1,11	49%
C6	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.	7	2,00	😊	100%	1,90	95%	1,98	99%
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.	12	2,00	😊	100%	1,94	97%	1,92	96%
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	0,93	😞	47%	0,89	44%	0,94	47%
Qualité de la réponse			2,42			2,26		2,23	
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).	15	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,96	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).	3	2,00	😊	100%	1,67	83%	1,74	87%
C11	Le client mystère consulte une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	15	2,93	😊	67%	2,67	62%	2,62	62%
Impression générale sur le service			1,53			1,60		1,50	
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	1,53	😊	67%	1,60	67%	1,50	60%
Qualité technique			2,00			2,00		1,92	
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%	2,00	100%	1,92	96%
TOTAL		15	16,74			16,39		16,09	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		15	16,74			16,39		16,13	

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		1,75		1,81		1,85		1,67	
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%	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%	2,00	100%	2,00	100%	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%	1,73	87%
C5	Le nombre de clics pour accéder à une information est inférieur ou égal à 4.	1,50	70%	1,20	53%	1,53	73%	1,20	53%
C6	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
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%	1,85	92%	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).	0,80	40%	1,27	64%	1,60	80%	0,93	47%
Qualité de la réponse		2,50		2,27		2,62		2,42	
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%	1,86	93%	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%	2,00	100%
C11	Le client mystère consulte une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	3,00	60%	2,67	60%	3,20	73%	2,93	67%
Impression générale sur le service		2,00		1,87		2,00		1,53	
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).	2,00	100%	1,87	87%	2,00	100%	1,53	67%
Qualité technique		2,00		1,87		2,00		2,00	
C13	La navigation se déroule sans signe d'incompatibilité avec le navigateur, le fournisseur ou le modèle de smartphone ou de tablette.	2,00	100%	1,87	93%	2,00	100%	2,00	100%
TOTAL		17,69		17,33		18,33		16,74	

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

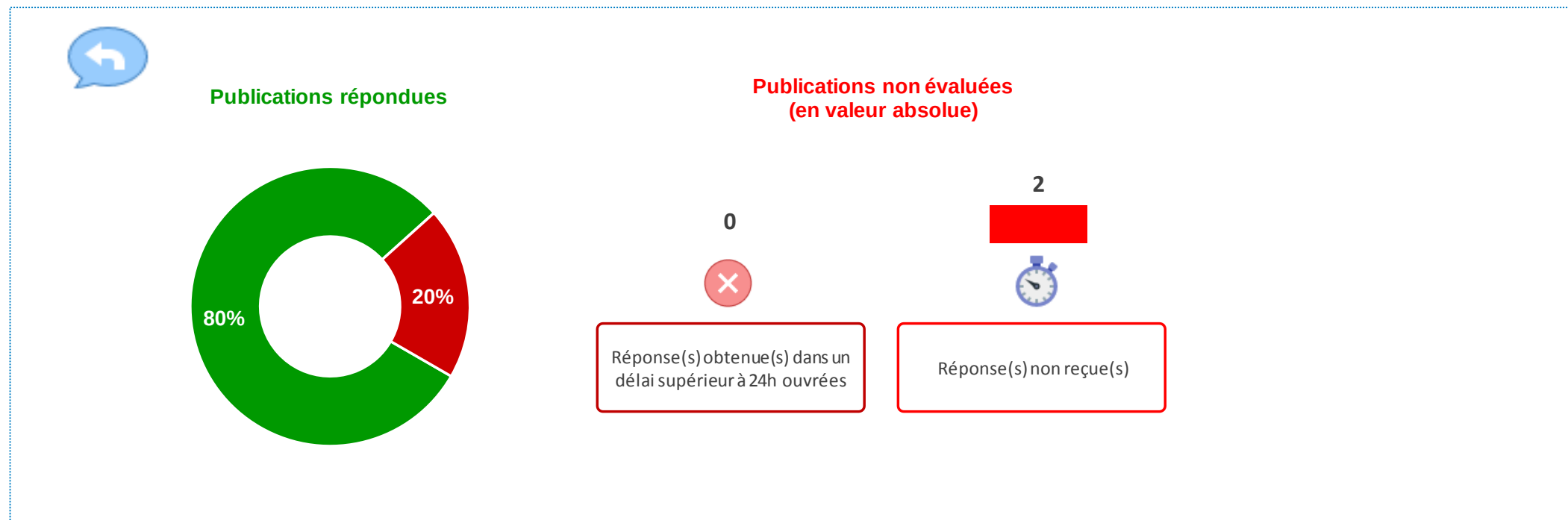


Réseaux sociaux



Réseaux sociaux : accessibilité

80% de taux de réponse (90% en 2017)



Temps de réponse moyen aux demandes : 4h11 minutes.



Réseaux sociaux : enseignements

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

Notes /20	
Participant X	13,57
Catégorie	13,57
Participants	12,95
Lauréats	15,58

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



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

- Les critères d'ergonomie et d'accessibilité sont respectés (100% de scores bons sur les deux indicateurs).
- Dans 100% des échanges, l'interlocuteur est identifié et laisse ses coordonnées, critères en hausse depuis l'an dernier.
- La réponse est personnalisée (100% de scores bons) et comprend une prise de congé (100% de conformité contre 67% en 2017).
- ...



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

- Le délai de réponse (4h11 minutes en moyenne) est inférieur à 4h ouvrées dans 75% des tests.
- La réponse n'est pas toujours rédigée dans un français correct, adapté au canal (75% de conformité contre 100% lors de l'édition 2017).
- Les liens hypertextes présents dans les messages de réponse ne sont fonctionnels que dans 60% des tests (contre 100% en 2017).
- ...



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...).	8	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...).	8	2,00	-	100%	2,00	100%	2,00	100%
Relationnel			1,91			1,91		1,65	
C3	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	8	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,60	79%
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).	8	1,50	😞	75%	1,50	75%	1,57	79%
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.	8	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,81	90%
C6	La réponse comprend une prise de congé avec une formule de politesse.	8	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,73	87%
C7	L'interlocuteur est identifié par son prénom et/ou son nom.	8	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,37	68%
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).	3	2,00	-	100%	2,00	100%	1,99	100%
Gestion de la disponibilité			1,50			1,50		1,54	
C9	Le message est répondu sous 4 heures ouvrées.	8	1,50	😞	75%	1,50	75%	1,69	79%
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 24h ouvrées (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate ou sans réponse intermédiaire).	0	-	-	-	-	-	0,43	21%
Qualité de la réponse			2,00			2,00		2,13	
C11	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	8	2,50	😊	38%	2,50	38%	2,21	44%
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).	5	1,20	😞	60%	1,20	60%	1,95	97%
Qualité humaine			1,69			1,69		1,59	
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).	8	1,38	😊	38%	1,38	38%	1,31	38%
C14	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.	8	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,86	92%
TOTAL		10	13,57			13,57		12,95	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		8	16,96			16,96		15,93	

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

Rapport d'étude - PARTICIPANT X

Confidentiel BVA



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	1,78		2,00		2,00		2,00	
C1 Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice (un logo, une photo...).	1,33	67%	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...).	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
Relationnel	1,47		1,57		1,76		1,91	
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%	1,75	88%	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).	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	1,50	75%
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.	1,33	67%	2,00	100%	1,78	89%	2,00	100%
C6 La réponse comprend une prise de congé avec une formule de politesse.	2,00	100%	2,00	100%	1,33	67%	2,00	100%
C7 L'interlocuteur est identifié par son prénom et/ou son nom.	0,00	0%	0,00	0%	1,56	78%	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%	2,00	100%
Gestion de la disponibilité	2,00		1,13		1,78		1,50	
C9 Le message est répondu sous 4 heures ouvrées.	2,00	100%	1,13	38%	1,78	78%	1,50	75%
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 24h ouvrées (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate ou sans réponse intermédiaire).	-	-	-	-	-	-	-	-
Qualité de la réponse	3,20		3,07		2,00		2,00	
C11 Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.	4,00	100%	4,00	100%	2,00	33%	2,50	38%
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%	2,00	100%	1,20	60%
Qualité humaine	1,67		1,81		1,56		1,69	
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).	1,33	33%	1,63	63%	1,33	33%	1,38	38%
C14 Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.	2,00	100%	2,00	100%	1,78	78%	2,00	100%
TOTAL	10,00		13,63		14,94		13,57	

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



Chat

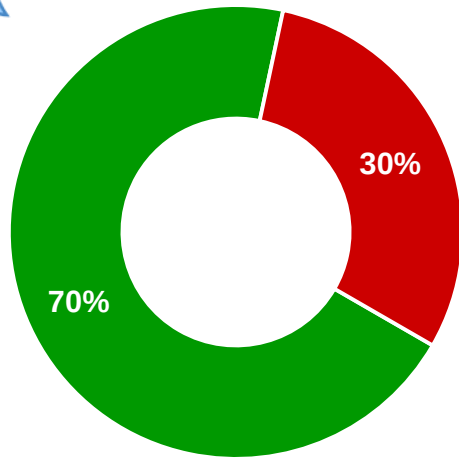


Chat : accessibilité

70% de qualité de service



Conversations abouties



Inaccessibilité du service
(en valeur absolue)

3



La fenêtre de chat est indisponible ou non proposée après un temps de navigation supérieur à 7 clics ou à 90 secondes sur le site Internet

0



Le temps de réponse à la première interaction est supérieur ou égal à 3 minutes

0



Le temps de prise en charge est supérieur ou égal à 3 minutes depuis le début de la communication sans que la demande n'ait pu être formulée



Temps de réponse moyen aux demandes : 40 secondes.



Chat : enseignements

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

Notes /20

Participant X	11,05
Catégorie	11,05
Participants	7,79
Lauréats	10,80



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

- L'accès à la fenêtre de chat est rapide (inférieur ou égal à 4 clics) dans 100% des cas.
- 100% des prises en charge par un conseiller ont lieu en moins de 30 secondes.
- Le ton et le style employés conviennent (100% de scores bons).
- La prise de congé est conforme dans 100% des cas.
- ...



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

- Le taux de réponse est de 70% et le délai de réponse à chaque question (40 secondes en moyenne) est inférieur à 45 secondes dans 57% des cas.
- La réponse n'est pas toujours rédigée dans un français correct, adapté au canal (71% de conformité).
- Un moyen de sauvegarde de la conversation n'est pas toujours visible ou proposé (14% de scores bons).
- ...



Chat : résultats détaillés 2018

Accessibilité et gestion de la disponibilité	
C1	Le nombre de clics pour accéder à la fenêtre de chat est inférieur ou égal à 4.
C2	Le client mystère est pris en charge par un conseiller via une fenêtre de chat en moins de 30 secondes.
C3	Le conseiller répond à chaque question du client mystère de manière réactive en moins de 45 secondes.
Relationnel	
C4	Le conseiller est identifié par son prénom et/ou son nom et débute la conversation par une formule de politesse.
C5	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom du client mystère (critère non applicable dans le cadre d'une fenêtre disponible immédiatement ou lorsque aucune information personnelle n'est demandée).
C6	L'ensemble de la conversation est rédigé dans un français correct et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (certaines abréviations ou certains termes techniques pourront être considérés comme du vocabulaire ou des mots adaptés si le contexte et le secteur d'activité de l'entreprise s'y prêtent).
C7	Le conseiller s'assure d'avoir bien répondu aux attentes du client mystère et prend congé au moyen d'une formule de politesse.
Qualité de la réponse	
C8	Le conseiller envoie ses réponses phrase par phrase et non par bloc afin de faciliter l'expérience du client mystère.
C9	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).
C10	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.
Qualité technique	
C11	La conversation se déroule sans signe d'incompatibilité avec le navigateur ou le fournisseur.
C12	Un moyen de sauvegarder la conversation est clairement visible depuis la fenêtre de chat ou est proposé par le conseiller ou est envoyé par e-mail lorsque l'adresse a été communiquée.
Qualité humaine	
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).
C14	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.
TOTAL	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service	

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 »
		1,86		1,86		1,78	
7	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,94	95%
7	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,83	86%
7	1,57	😊	57%	1,57	57%	1,56	63%
		1,77		1,77		1,64	
7	1,86	😞	86%	1,86	86%	1,97	97%
1	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,33	67%
7	1,43	-	71%	1,43	71%	1,43	71%
7	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,66	73%
		2,00		2,00		2,16	
7	1,71	😞	86%	1,71	86%	1,79	90%
0	-	-	-	-	-	1,86	93%
7	2,29	😞	29%	2,29	29%	2,55	49%
		1,14		1,14		1,68	
7	2,00	-	100%	2,00	100%	2,00	100%
7	0,29	😞	14%	0,29	14%	1,36	68%
		1,64		1,64		1,61	
7	1,29	😊	29%	1,29	29%	1,26	33%
7	2,00	😊	100%	2,00	100%	1,96	98%
10		11,05		11,05		7,79	
7		15,78		15,78		16,32	

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

Annexes



Comment sont évalués les critères ?

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 :



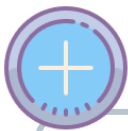
Réponse « Complète »



Réponse « Partielle »



Réponse « Fausse »



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.

Comment est calculée la note finale ? (1/3)

- Dans le cas où seulement deux ou trois des quatre canaux de communication sont utilisés, dont le canal téléphone, seuls les canaux de communication gérés feront l'objet d'une évaluation.
- Les tests porteront dans ce cas sur les deux ou trois canaux de communication utilisés et le nombre de tests par canal restera identique.
- Si tous les canaux de communication sont évalués, la note finale consolidée est :



	Note des Tests par appel téléphonique	x	Coefficient de pondération	(0,50)
+	Note des Tests par e-mail ou formulaire	x	Coefficient de pondération	(0,30)
+	Note des Tests par navigation Internet	x	Coefficient de pondération	(0,10)
+	Note des Tests par publication sur les réseaux sociaux	x	Coefficient de pondération	(0,05)
+	Note des Tests par chat	x	Coefficient de pondération	(0,05)

- Si le téléphone, l'e-mail ou le formulaire, la navigation Internet et les réseaux sociaux sont évalués, la note finale consolidée est :



	Note des Tests par appel téléphonique	x	Coefficient de pondération	(0,52)
+	Note des Tests par e-mail ou formulaire	x	Coefficient de pondération	(0,31)
+	Note des Tests par navigation Internet	x	Coefficient de pondération	(0,11)
+	Note des Tests par publication sur les réseaux sociaux	x	Coefficient de pondération	(0,06)
x	Coefficient de rééquilibrage (0,98)			

- Si le téléphone, l'e-mail ou le formulaire, la navigation Internet et le chat sont évalués, la note finale consolidée est :



	Note des Tests par appel téléphonique	x	Coefficient de pondération	(0,52)
+	Note des Tests par e-mail ou formulaire	x	Coefficient de pondération	(0,31)
+	Note des Tests par navigation Internet	x	Coefficient de pondération	(0,11)
+	Note des Tests par chat	x	Coefficient de pondération	(0,06)
x	Coefficient de rééquilibrage (0,98)			

Comment est calculée la note finale ? (2/3)

- Si le téléphone, la navigation Internet, les réseaux sociaux et le chat sont évalués, la note finale consolidée est :



	Note des Tests par appel téléphonique	x	Coefficient de pondération	(0,70)
+	Note des Tests par navigation Internet	x	Coefficient de pondération	(0,16)
+	Note des Tests par publication sur les réseaux sociaux	x	Coefficient de pondération	(0,07)
+	Note des Tests par chat	x	Coefficient de pondération	(0,07)
x	Coefficient de rééquilibrage (0,90)			

- Si le téléphone, l'e-mail ou le formulaire et la navigation Internet sont évalués, la note finale consolidée est :



	Note des Tests par appel téléphonique	x	Coefficient de pondération	(0,55)
+	Note des Tests par e-mail ou formulaire	x	Coefficient de pondération	(0,33)
+	Note des Tests par navigation Internet	x	Coefficient de pondération	(0,12)
x	Coefficient de rééquilibrage (0,95)			

- Si le téléphone, la navigation Internet et les réseaux sociaux sont évalués, la note finale consolidée est :



	Note des Tests par appel téléphonique	x	Coefficient de pondération	(0,714)
+	Note des Tests par navigation Internet	x	Coefficient de pondération	(0,172)
+	Note des Tests par publication sur les réseaux sociaux	x	Coefficient de pondération	(0,114)
x	Coefficient de rééquilibrage (0,90)			

Comment est calculée la note finale ? (3/3)

- Si le téléphone, la navigation Internet et le chat sont évalués, la note finale consolidée est :



	Note des Tests par appel téléphonique	x	Coefficient de pondération	(0,714)
+	Note des Tests par navigation Internet	x	Coefficient de pondération	(0,172)
+	Note des Tests par chat	x	Coefficient de pondération	(0,114)
x	Coefficient de rééquilibrage (0,90)			

- Si le téléphone et la navigation Internet sont évalués, la note finale consolidée est :



	Note des Tests par appel téléphonique	x	Coefficient de pondération	(0,79)
+	Note des Tests par navigation Internet	x	Coefficient de pondération	(0,21)
x	Coefficient de rééquilibrage (0,85)			

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.

