



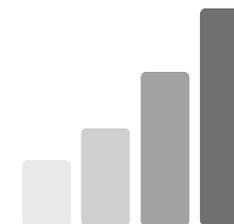
**Observatoire des Services Clients 2017
pour l'Élection du Service Client de l'Année**



Quel dispositif méthodologique ?



1 000
enquêtes



Administration par Internet d'un questionnaire de 21 questions sur :

1. La qualité de service des services clients
2. L'impact des services clients sur la fidélité
3. Les secteurs et les médias de contact des services clients



Du 06 au 12 juillet 2017



Cible : Échantillon de 1 000 personnes représentatif de la population française de 18 ans et plus, utilisateurs ou non d'un service client.

Redressement des enquêtes sur les critères socio démographiques de sexe, âge, activité professionnelle de l'interviewé ainsi que la profession du chef de famille.

Les Français et les services clients

Les nouvelles habitudes des Français

- Les **nouveaux canaux tels que les chatbots** sont déjà utilisés par 8% des Français. Les réseaux sociaux atteignent pour la 1^{ère} fois 10% d'utilisation et le chat est le canal qui progresse le plus avec 23% d'utilisation en 2017.
- Pour autant **les canaux plus conventionnels** sont toujours autant utilisés : plus d'1 Français sur 2 a contacté un service client par e-mail ou téléphone en 2017. Sur une année, les Français passent en moyenne 2h25 avec un service client par téléphone et envoient plus de 10 e-mails.
- Une qualité de service qui progresse pour tous et via tous les canaux : le face-à-face obtient son meilleur score avec 94% de Français satisfaits, mais c'est surtout le chat qui avec 83% de satisfaction est mieux perçu que l'e-mail ou le téléphone. Un canal peine fortement : les chatbots avec seulement 58% de satisfaction. Un constat d'insatisfaction partagé par tous les Français.
- Le téléphone bien que canal préféré des Français est aussi un de ceux qui suscite le plus d'appréhension (24% vs 10% pour l'e-mail) : pourtant il faudra autant d'e-mails que d'appels pour résoudre une demande : 2,8.
- L'utilisation des différents canaux est aussi de plus en plus une question de génération et de profils.
- Les **jeunes** vont se tourner vers les réseaux sociaux (17% vs 10%), les applications (15% vs 9%) et les chats communautaires pour se renseigner (19% vs 11%).
- Les **cadres** vont solliciter plus souvent les chatbots (16% vs 8%), les chats (36% vs 23%) et les forums pour se renseigner (47% vs 33%).

Les Français et les services clients

Et demain ?

- La **nouvelle législation sur la protection des données** qui doit entrer en vigueur en 2018 est connue par seulement 19% des Français et la moitié n'est pas convaincue qu'elle permettra une meilleure protection ou un meilleur usage de leurs données personnelles.
- Des Français très positifs à l'égard de toutes les **innovations** proposées par les marques.
- 77% des 18-24 ans ont une meilleure image des entreprises qui proposent de nouveaux canaux tels que les réseaux sociaux ou les messageries instantanées.
- Plus d'interactivité pour gagner en efficacité : 77% des Français sont favorables **au partage de contenu via la vidéo** pour un diagnostic des services clients et 57% sont favorables à l'utilisation **d'une imprimante 3D** pour les pièces de SAV.
- Sans oublier l'humain et la simplification des contacts : **moins d'interlocuteurs** et pourquoi pas un seul interlocuteur pour gérer différents contrats.

Résultats détaillés



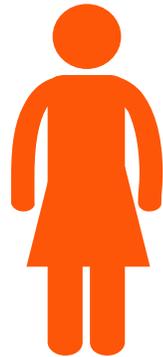
Structure et échantillon

Questions S1. S2. S3. et S4.
Base : 1 000 ind.

Sexe



48%



52%

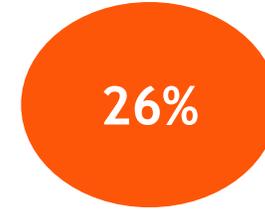
Âge



18-24 ans



25-34 ans



35-49 ans



50-64 ans



65 ans et plus

CSP

CSP +



28%

CSP -



31%

Inactifs



41%

Cadre supérieur 9%
Profession intermédiaire 16%
Indépendant, chef d'entreprise 4%

Employé 18%
Ouvrier 13%

Région

Reste de la France



81%

Région parisienne et bassin parisien



19%

Nord-Est 22%
Nord-Ouest 22%
Sud-Est 26%
Sud-Ouest 11%

Région parisienne 19%

Caractéristiques par région

Nord-Ouest

D'avantage satisfaits de la messagerie mobile (95%).

Trouvent plus efficace le site Internet (15%).

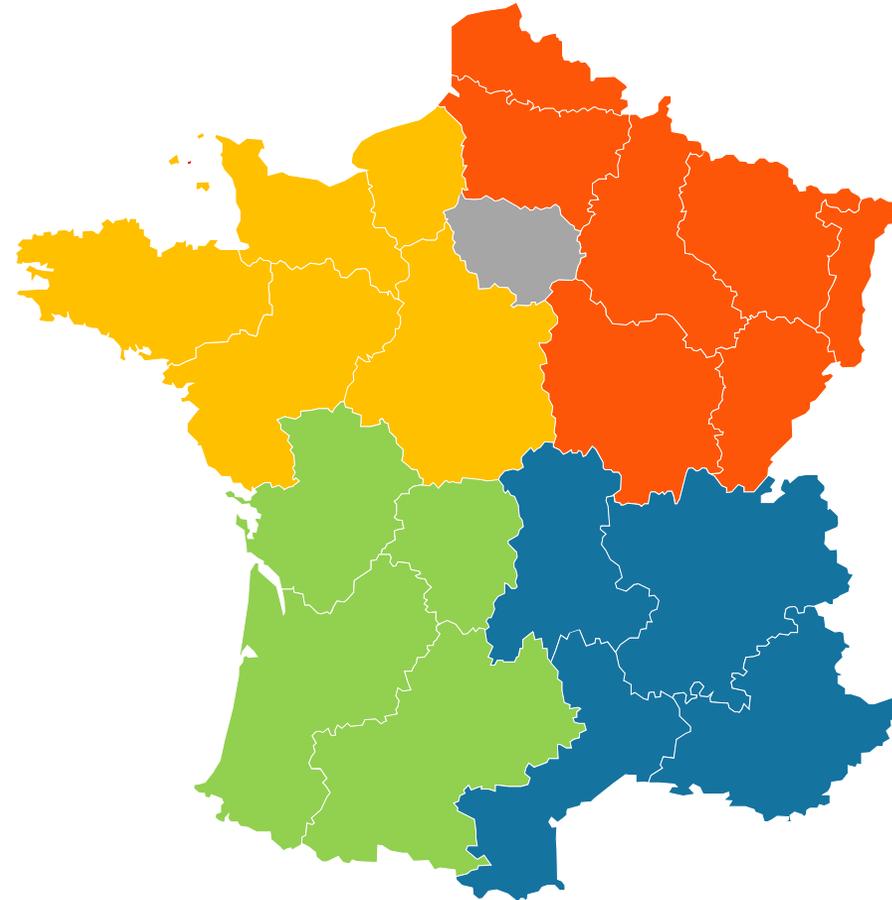
En moyenne 198 minutes passées au téléphone et 12 e-mails envoyés par an.

Sud-Ouest

Des utilisateurs du téléphone (73%), du site Internet (62%).

D'avantage le click-to-call comme canal préféré (11%).

En moyenne 130 minutes passées au téléphone et 11 e-mails envoyés par an.



Région Parisienne

Des utilisateurs du téléphone (69%), du site Internet (56%) et du click-to-call (21%).

D'avantage satisfaits par le click-to-call (96%).

En moyenne 135 minutes passées au téléphone et 12 e-mails envoyés par an.

Nord-Est

D'avantage satisfaits du courrier (81%).

Trouvent plus efficace les réseaux sociaux (15%).

En moyenne 120 minutes passées au téléphone et 8 e-mails envoyés par an.

Sud-Est

D'avantage satisfaits des réseaux sociaux (93%).

Le face-à-face comme canal préféré (25%).

En moyenne 142 minutes passées au téléphone et 8 e-mails envoyés par an.

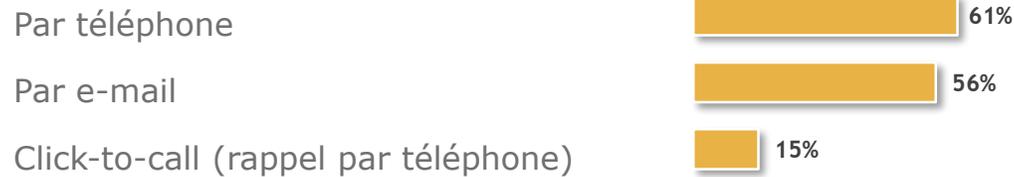
Le chat est le canal qui progresse le plus fortement, il est le premier canal utilisé parmi les émergents. Une utilisation du chatbot au même niveau que les applications ou la messagerie.

Canaux de contact des services clients

Q1. « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous contacté un service de relation client, quel que soit le domaine d'activité concerné ? »
Base : 1 000 ind.

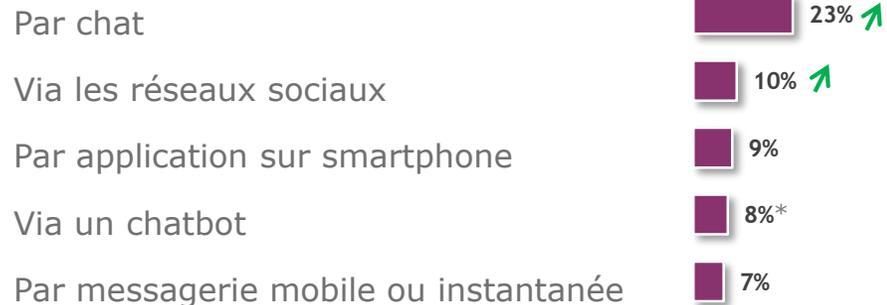


Canaux classiques



75%

Canaux émergents



36%

Autres



57%

81%

des Français ont contacté un service client au cours des 12 derniers mois

(79% en 2016)

En moyenne, les Français ont eu recours aux services clients par **3 canaux différents**

* Modalité non posée en 2016

UTILISATEURS

Canal le plus utilisé :
le téléphone



61%

D'avantage chez les 50-64 ans
(67%) et les CSP+ (69%)

Canaux émergents

Chat

23%

Les utilisateurs sont les cadres
supérieurs (36%)

Chatbot

8%

Les 25-34 ans (15%), les
cadres supérieurs (16%)

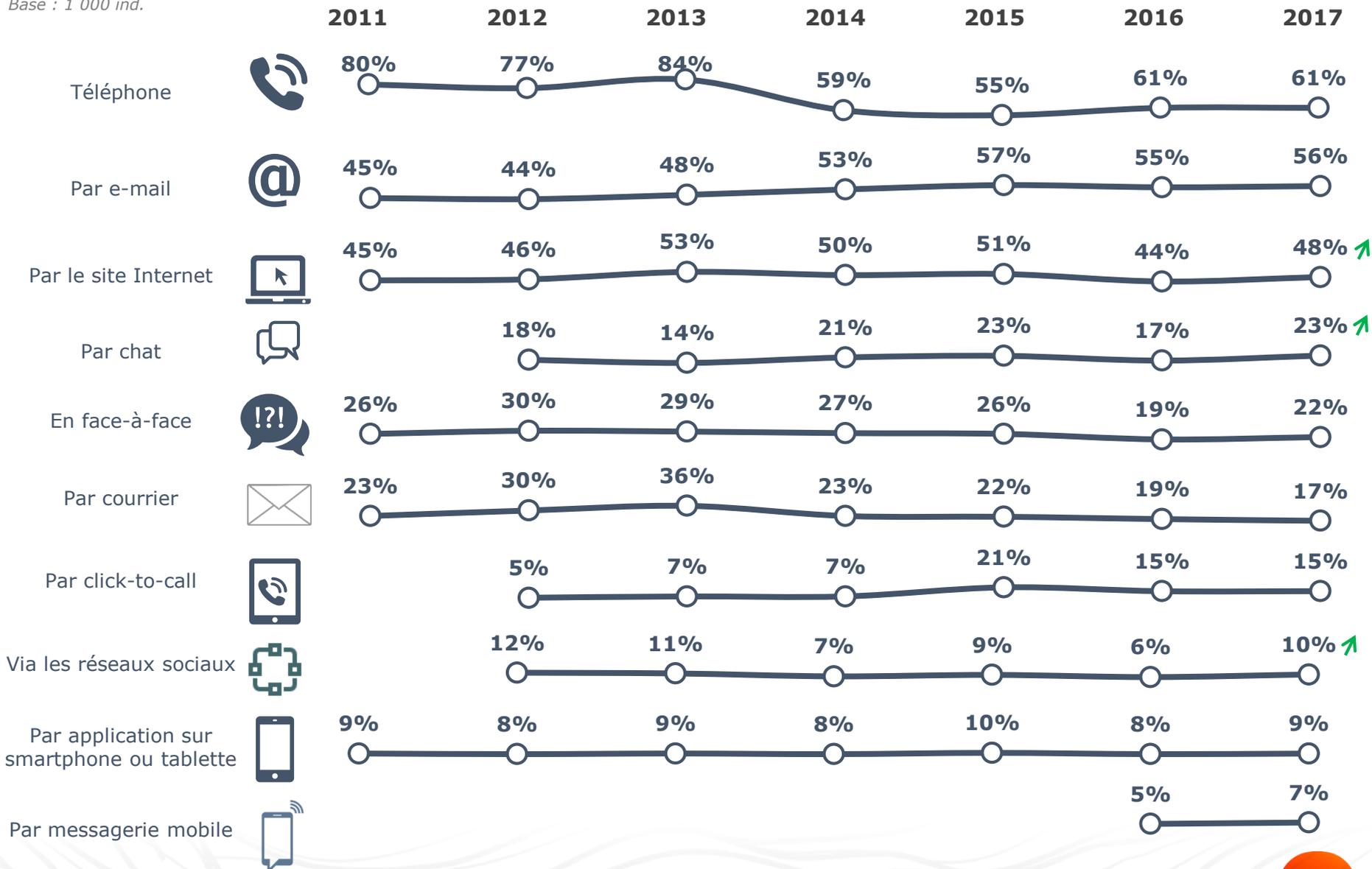
Les jeunes (18-24 ans)

Utilisation des réseaux sociaux
(17%) et les applications (15%)

Canaux de contact des services clients : évolution

Q1. « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous contacté un service de relation client, quel que soit le domaine d'activité concerné ? »

Base : 1 000 ind.



Le face-à-face reste le canal le plus apprécié des Français et à l'opposé les chatbots ne donnent que très peu satisfaction.

Satisfaction envers les services clients

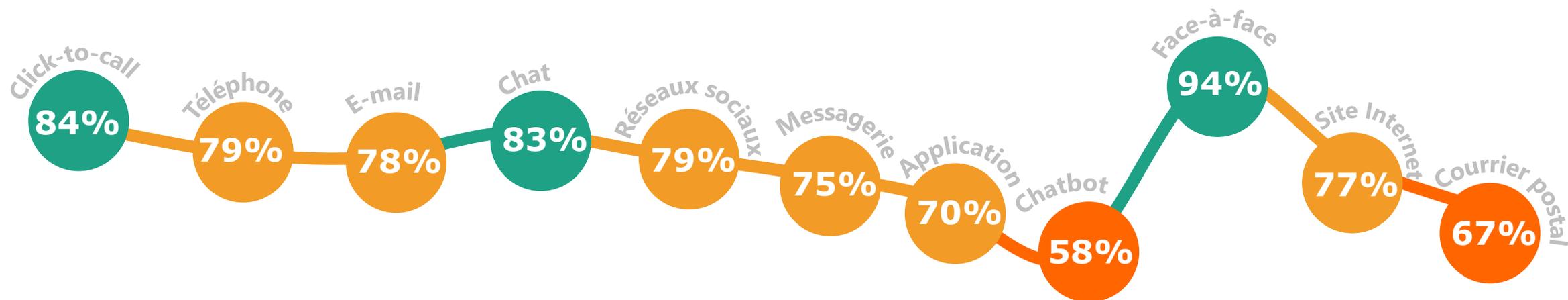
Q3. « Toujours au cours des 12 derniers mois, diriez-vous que la qualité de votre relation client a été tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout satisfaisante ? »
Base : consommateurs ayant utilisé le mode

ST Satisfait

Canaux classiques

Canaux émergents

Autres canaux



SATISFACTION

Le chatbot



Les plus critiques sont les 50-64 ans (38% de satisfaction) et les femmes (46%)

L'e-mail



Les plus critiques sont les 25-34 ans (68% de satisfaction)

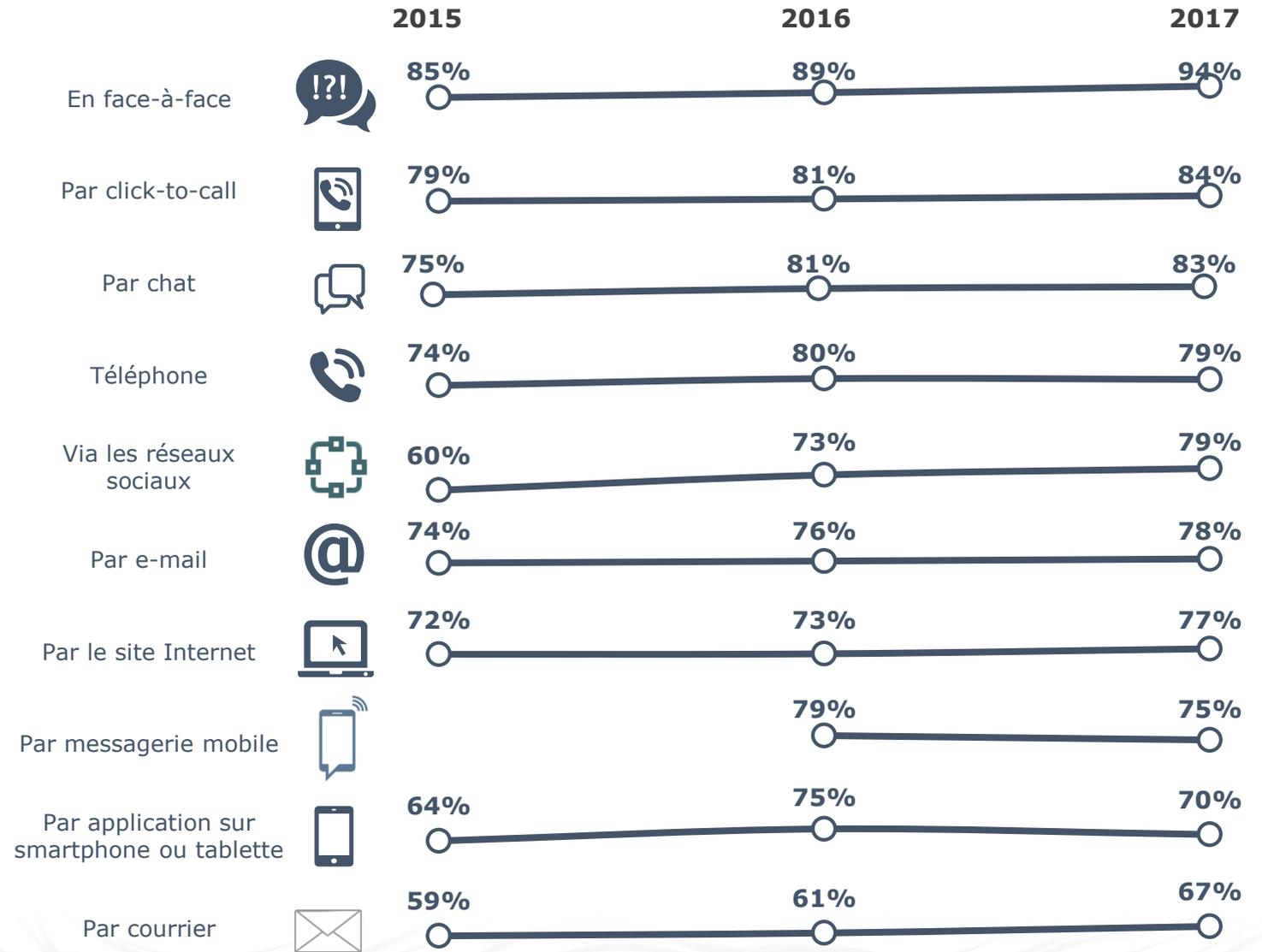
Les réseaux sociaux



Les plus satisfaits sont les moins de 34 ans (>90%)

Canaux de contact des services clients : évolution de la satisfaction

Q3. « Toujours au cours des 12 derniers mois, diriez-vous que la qualité de votre relation client a été tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout satisfaisante ? »
Base : consommateurs ayant utilisé le mode



3 canaux sont peu considérés comme exclusivement des supports clients : le site Internet, son dérivé les applications et le face-à-face.

Support ou canal d'achat ?

Q4. « Pour chacun des points de contacts suivant, diriez-vous qu'ils doivent en priorité être un service de support client (information, réclamation, consultation ...) ou un canal d'achat des produits et services ? »
 Base : 1 000 ind.

C'est ...

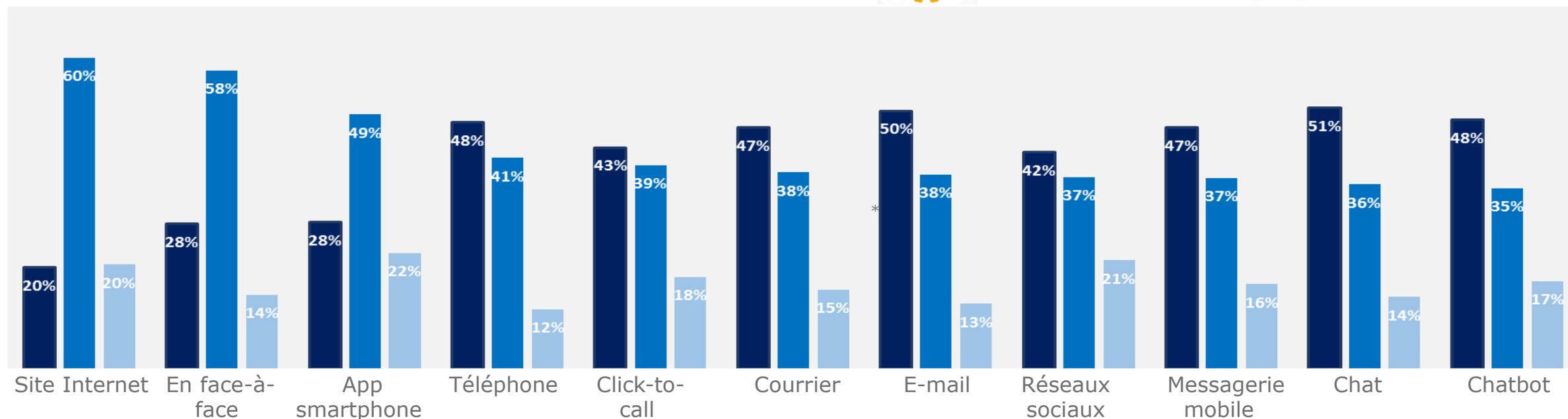
Avant tout un support client



Aussi bien un support qu'un canal d'achat



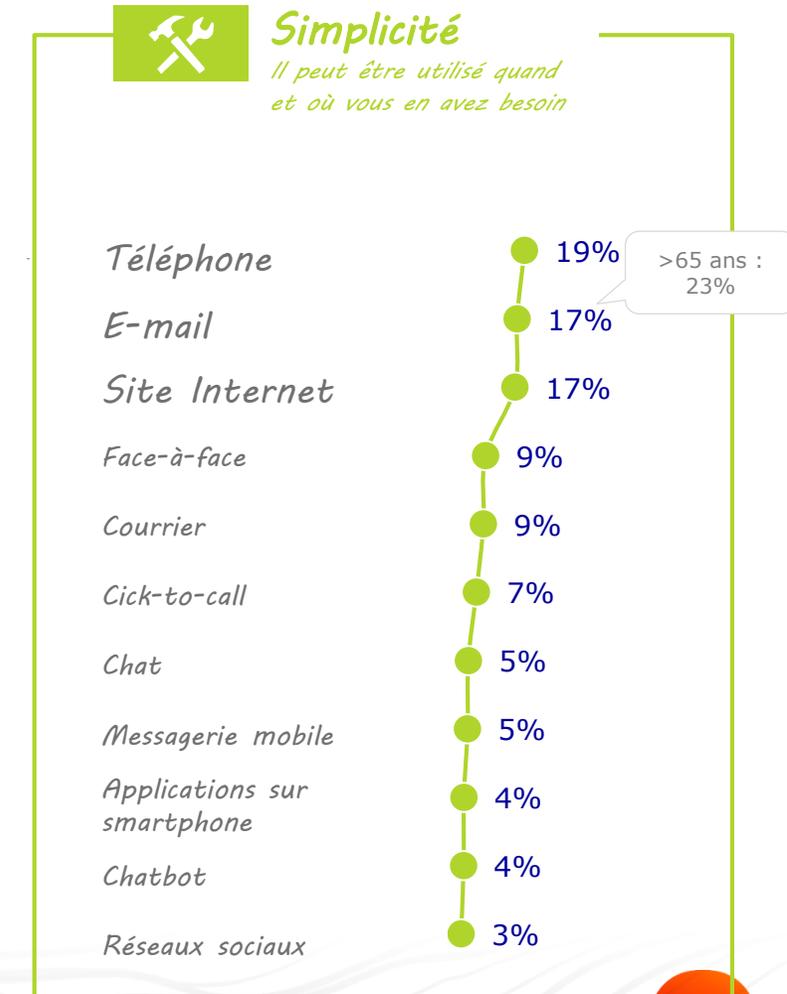
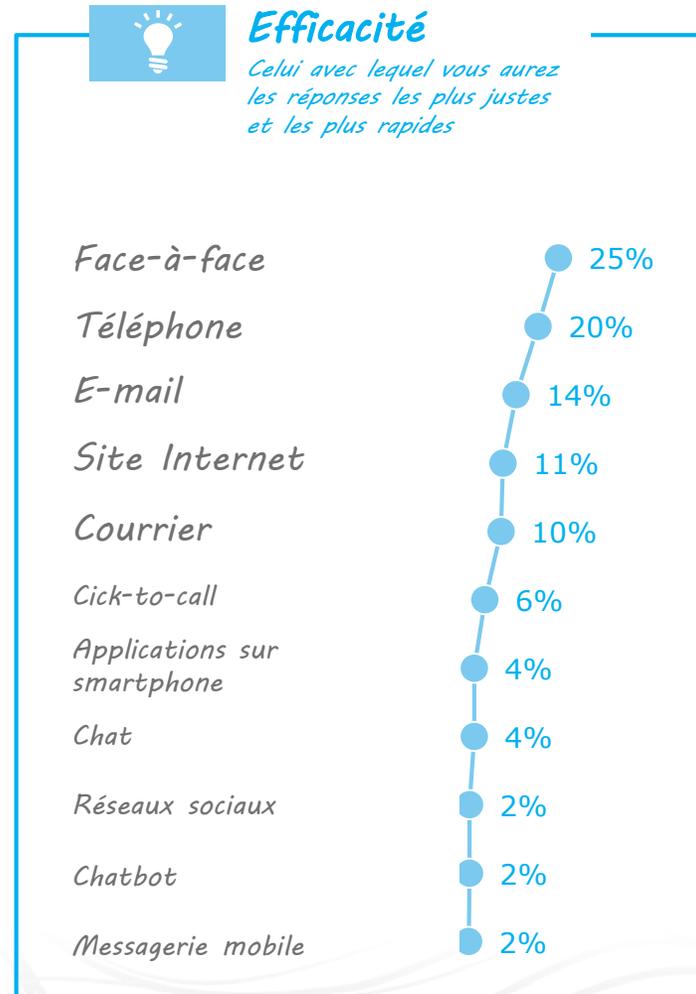
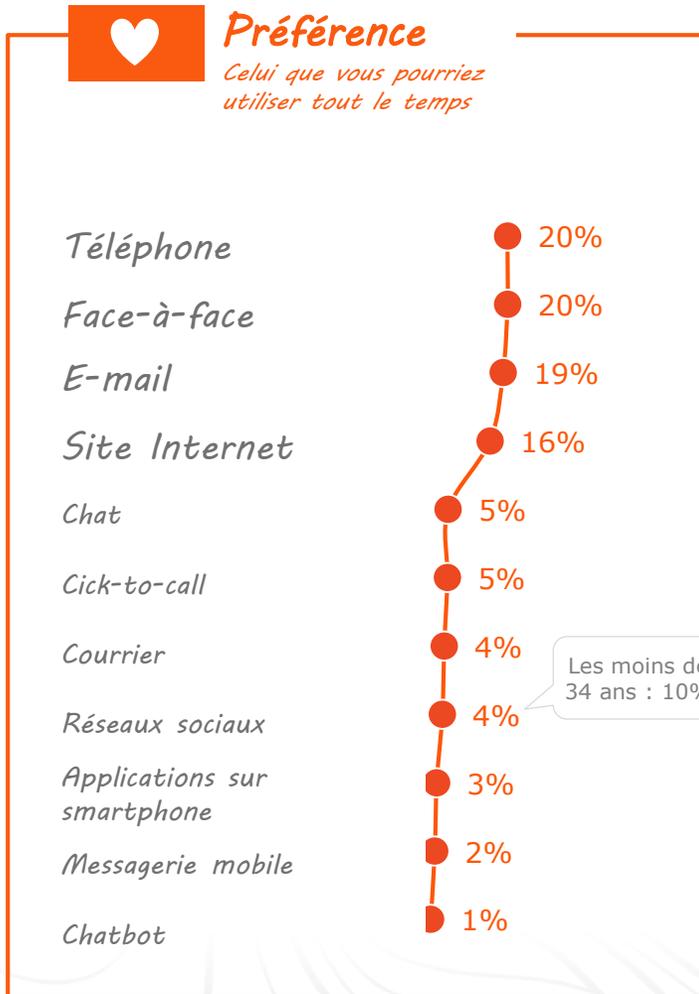
Avant tout un canal d'achat



Le canal téléphonique se distingue par sa simplicité et son efficacité (après le face-à-face). Il est le canal préféré des Français.

Canal préféré / efficace / le plus simple

Q5. « Parmi les canaux proposés, quel est selon vous Le canal que vous préférez / le canal le plus efficace / le canal le plus simple. »
Base : 1 000 ind.

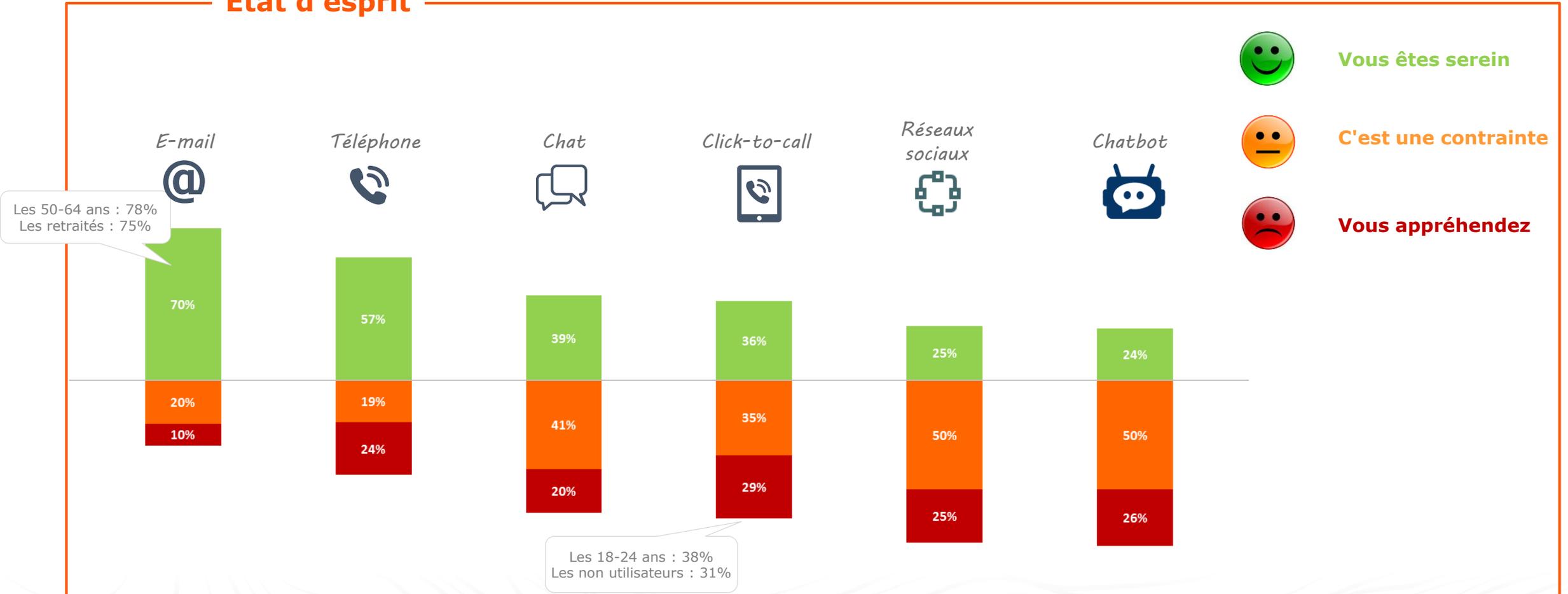


...mais suscite un peu plus d'appréhension que l'e-mail... seul canal pour lequel les Français sont vraiment sereins.

Quel état d'esprit ?

Q9. « Lorsque vous contactez un service client par e-mail, téléphone... dans quel état d'esprit êtes-vous... ? / Si vous deviez contacter un service client par e-mail, téléphone... dans quel état d'esprit seriez-vous... ? »
Base : 1 000 ind.

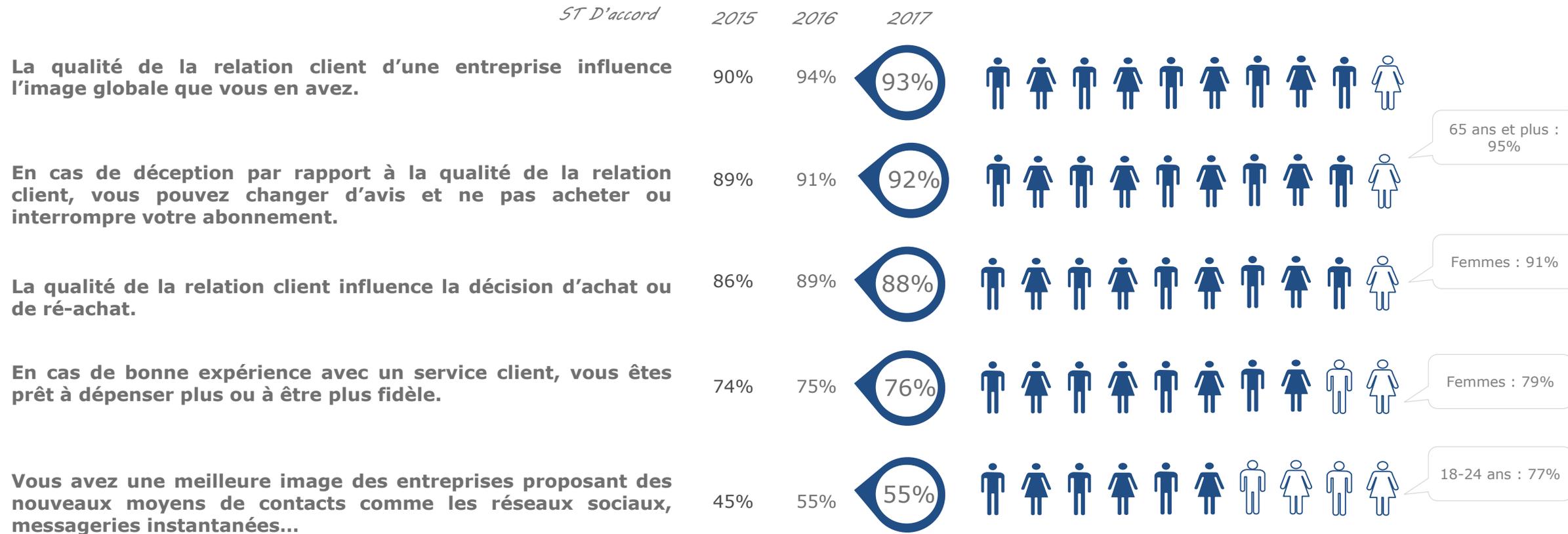
État d'esprit



Le service client un atout majeur de la fidélité... un phénomène plus fort chez les femmes, les seniors en cas de déception et les jeunes si la marque propose des canaux émergents.

Caractéristiques du service client

Q6. « Voici une liste de caractéristiques relatives à la qualité de la relation client. Pour chacune d'entre elles, êtes-vous tout à fait d'accord, d'accord, pas d'accord ou pas du tout d'accord ? »
Base : 1 000 ind.



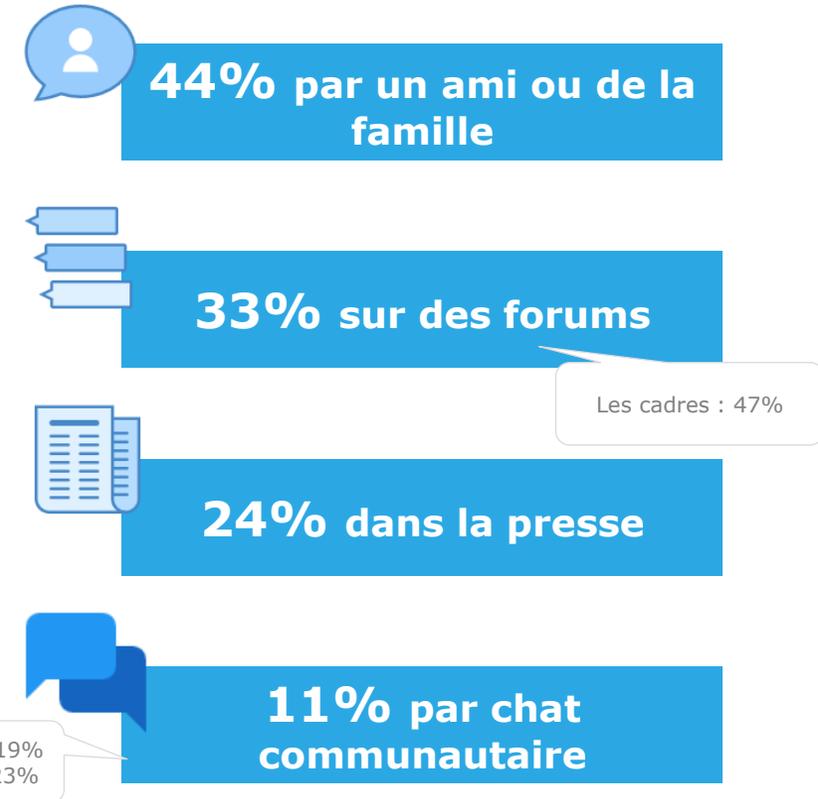
Pour trouver des informations sur une marque ou un produit le 1^{er} réflexe est la recherche sur Internet pour 60% des Français. Le chat n'est utilisé que par 11% des personnes interrogées... et est plus privilégié par les jeunes

Par quels moyens se renseigner ?

Q2. « Au cours des 12 derniers mois, vous êtes-vous renseigné sur une marque ou un produit par un autre moyen qu'un service client de la marque »
Base : 1 000 ind.



Mais aussi ...



2 initiatives pour aller plus loin dans le service client : 77% se disent favorables à un diagnostic vidéo via smartphone et 57% pensent que le SAV se fera directement sur imprimante 3D.

Initiatives des services clients

Q7. « Voici quelques initiatives mises en place par des entreprises pour améliorer la qualité de leur relation client, diriez-vous qu'elles sont tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout utiles ? »
Base : 1 000 ind.

De l'explication au diagnostic

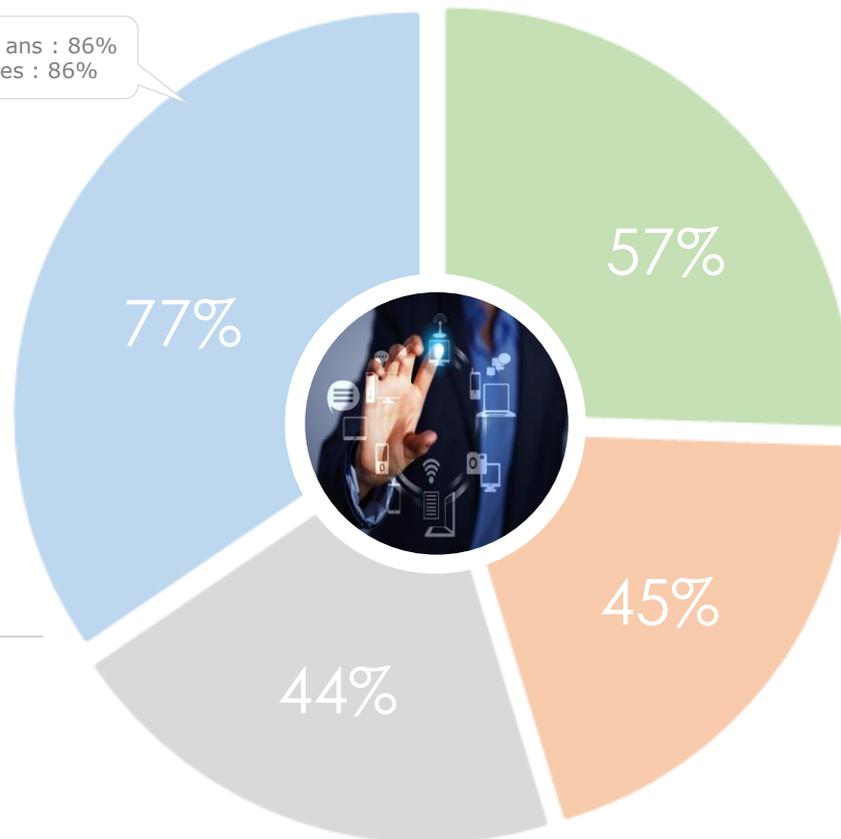
À l'aide de votre smartphone vous pouvez activer la caméra et montrer la situation au conseiller plutôt que de la décrire.



La réalité virtuelle

À l'aide d'un casque de réalité virtuelle vous êtes en immersion totale dans une destination touristique, dans un avion, dans un train dans un lieu,... Et vous pouvez réaliser vos achats ou demander une information.

Les 25/34 ans : 86%
Les cadres : 86%



Du SAV à l'impression 3D

Avoir la possibilité d'imprimer des pièces SAV directement depuis votre imprimante 3D.



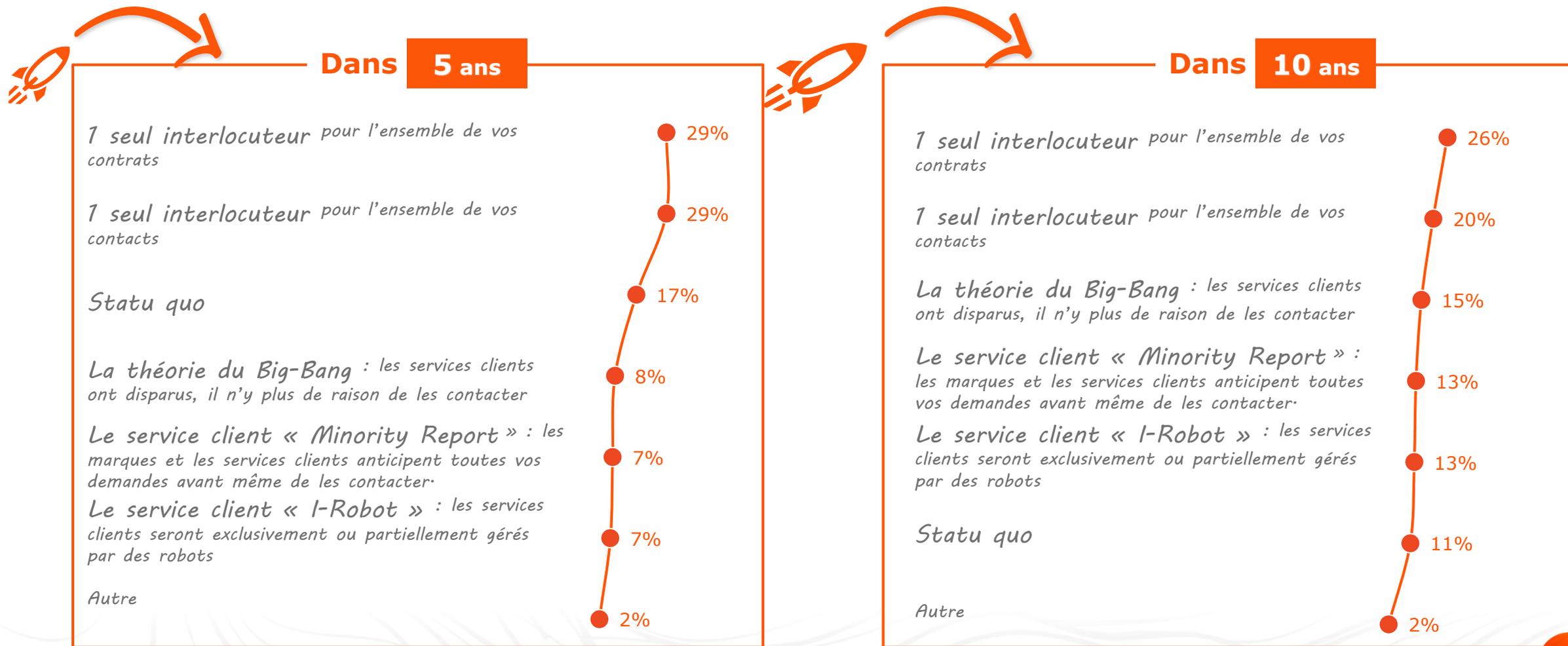
Acheter vos produits préférés depuis les réseaux sociaux

En cliquant sur une publication sur les réseaux sociaux vous pouvez être mis en relation avec les vendeurs du produit sélectionné. Il vous suffit de 4 clics pour passer commande.

...sans oublier l'humain avec une simplification du nombre d'interlocuteurs.

Le futur des services clients

Q8. Q9. « Si vous aviez une baguette magique, racontez-nous quelle expérience « magique » vous pourriez vivre lorsque vous contactez un service client... dans 5 ans ? Dans 10 ans ? »
Base : 1 000 ind.



Les utilisateurs du téléphone passent un peu moins de 3 heures par an avec un service client. Pour être résolue, une demande nécessite plus de 2 appels (2,8).

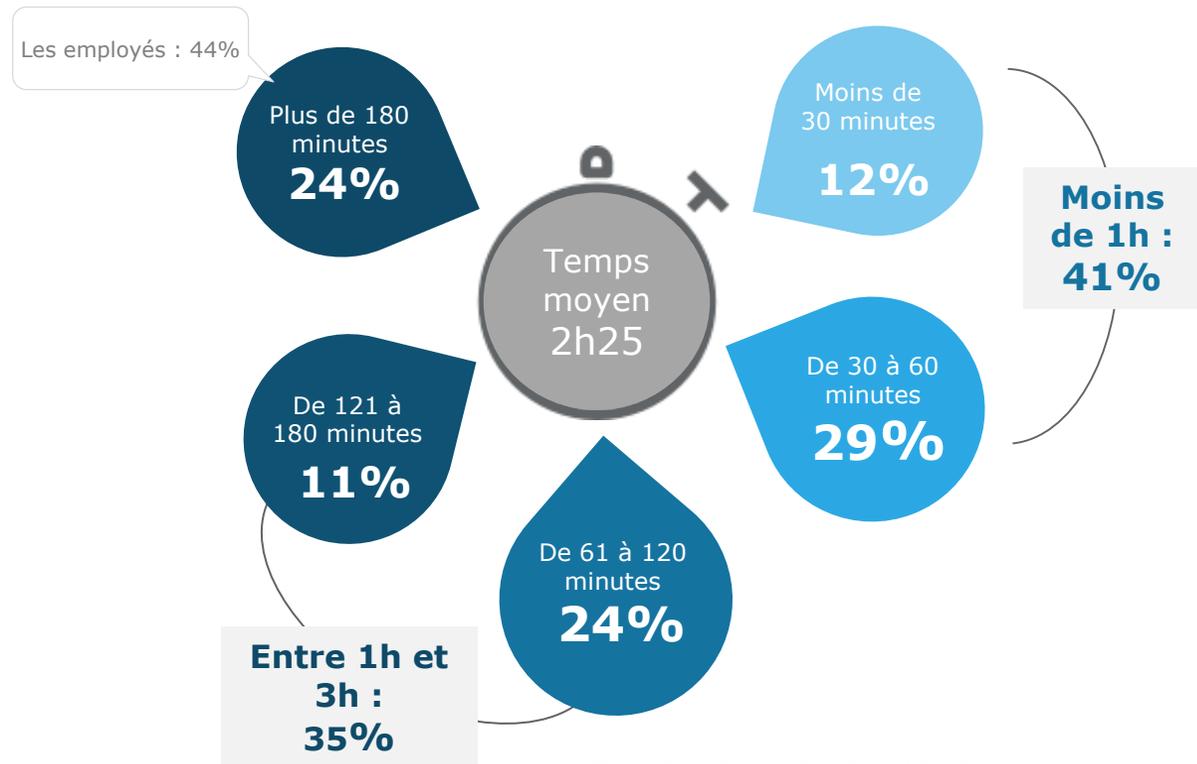
Temps passé auprès des services clients par téléphone

Q13. « Au cours des 12 derniers mois, combien de temps avez-vous passé au téléphone avec les services clients ? » / Q14. « En général combien devez-vous appeler une marque pour obtenir une réponse à une question ? »

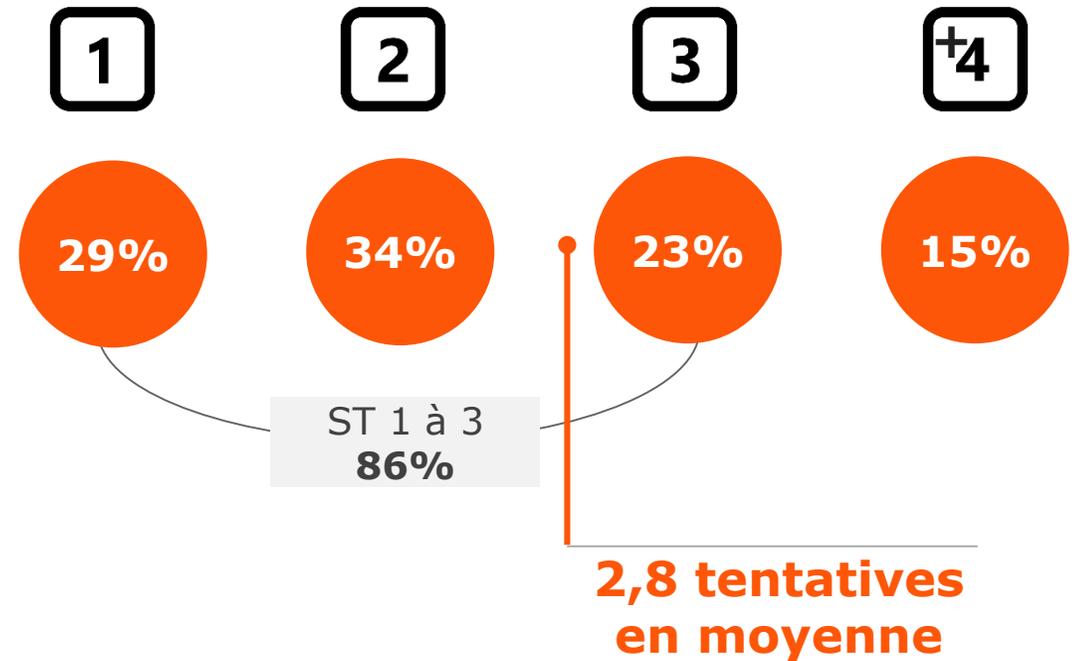
Base : Utilisateurs du canal téléphone



Temps passé au téléphone par an



Nombre de tentatives avant réponse



Un canal e-mail qui n'est pas plus efficace que celui du téléphone, en moyenne une demande a besoin de 2,8 échanges avant résolution.

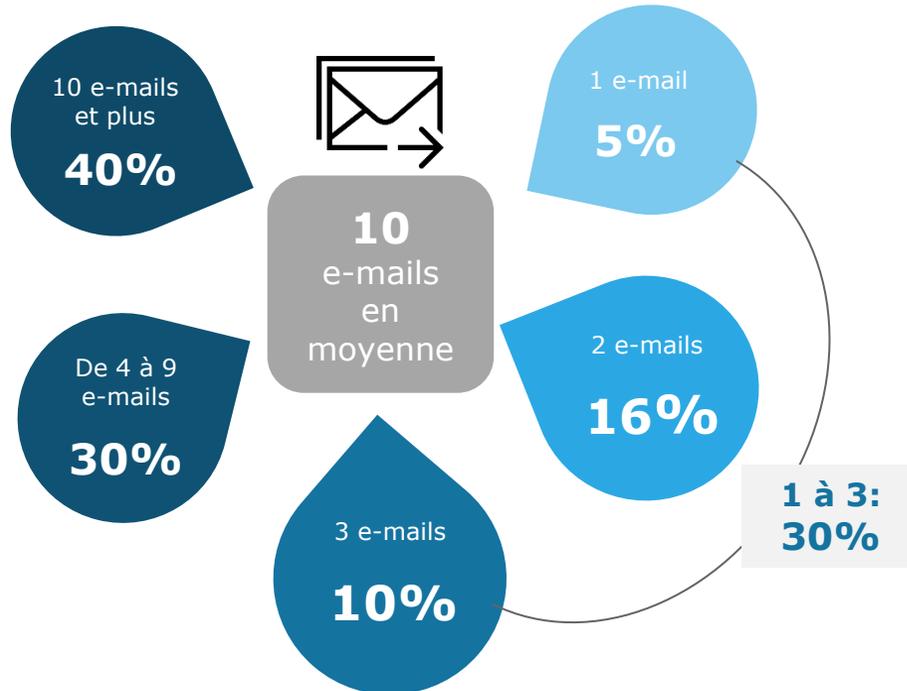
Nombre d'échanges par e-mail

Q15. « Au cours des 12 derniers mois, combien d'e-mails avez-vous échangé avec les services clients ? » / Q16. « En général combien d'e-mail(s) devez-vous envoyer pour obtenir une réponse à une question ? »

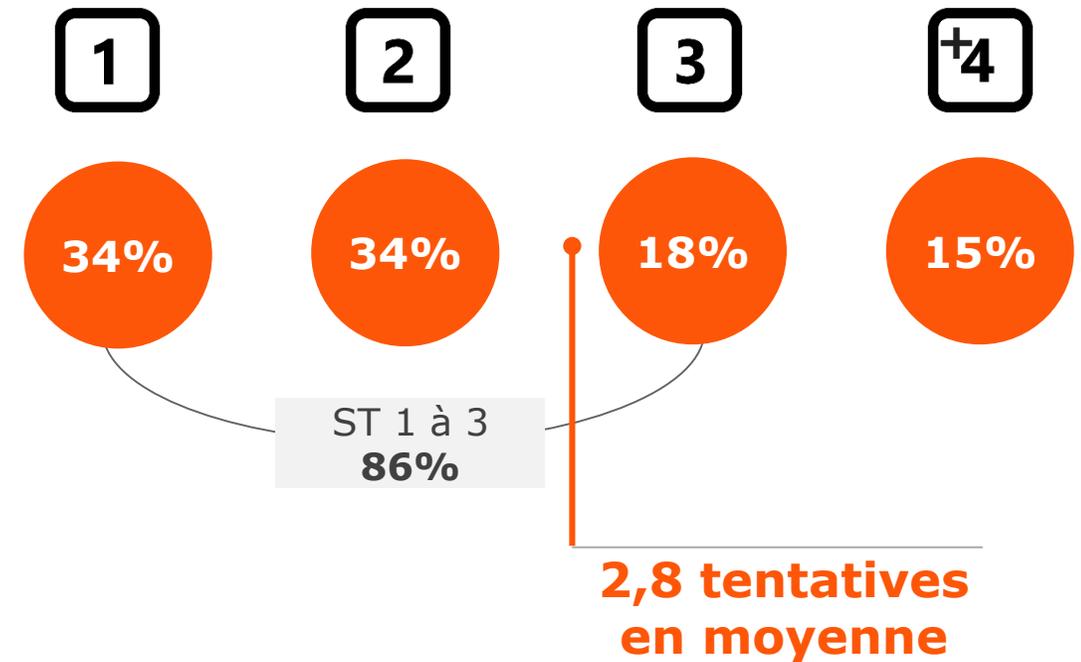
Base : Utilisateur du canal e-mail



Nombre d'e-mails envoyés par an



Nombre de tentatives avant réponse

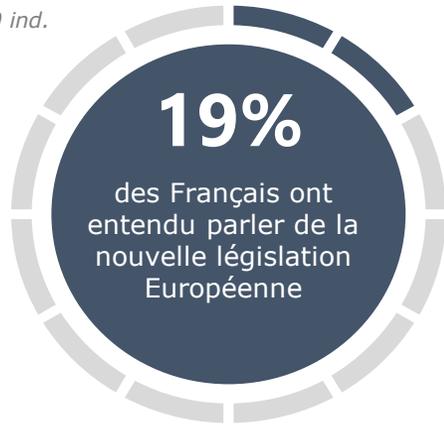


Des Français plutôt pessimistes sur l'intérêt de la nouvelle législation européenne et qui mettent en avant l'incohérence des offres proposées par les marques utilisant les données personnelles.

Les données personnelles

Q10. « Avez-vous entendu parler de la nouvelle législation Européenne sur la protection des données personnelles qui entrera en vigueur en mai 2018 ? » / Q11. « Pensez-vous que vos données personnelles seront mieux protégées avec cette nouvelle législation ? » / Q12. « Que pensez-vous des usages que font les marques de vos données personnelles ? »

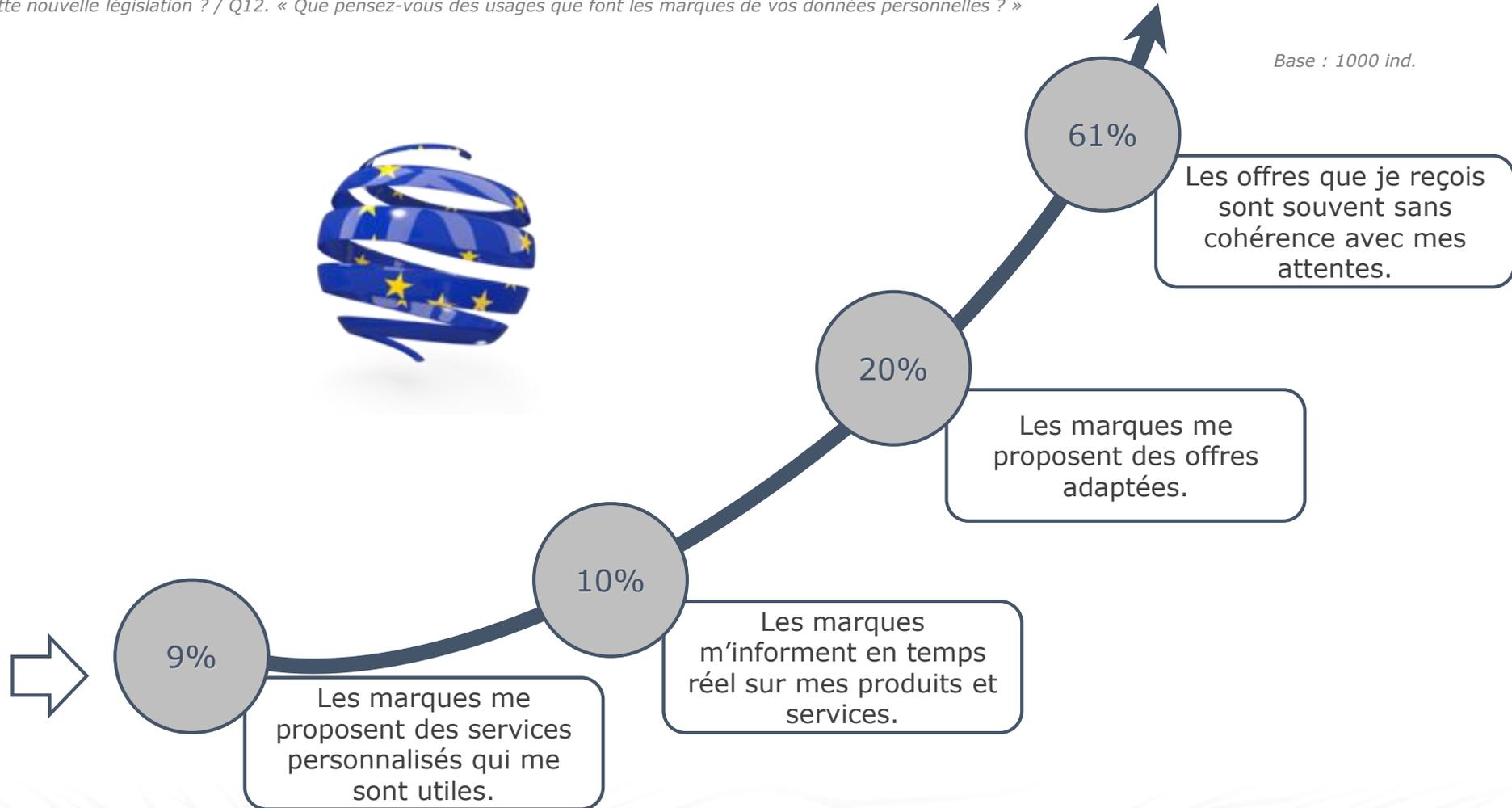
Base : 1000 ind.



Base : 1000 ind.

49%

des Français pensent que
leurs données personnelles
seront mieux protégées
avec cette nouvelle
législation.



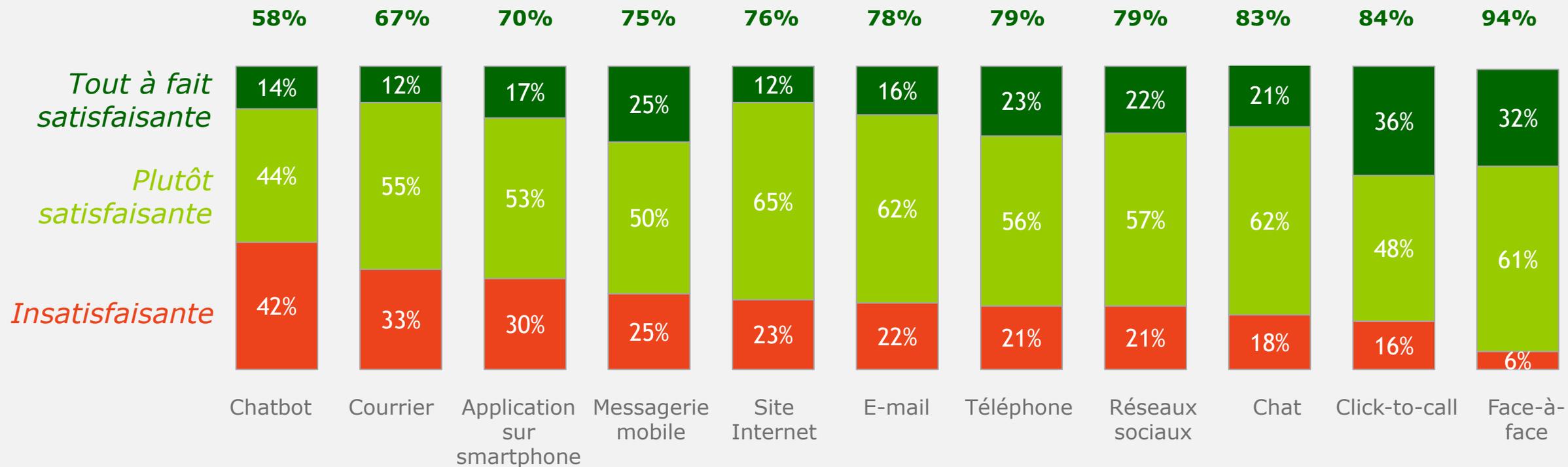
Base : 195 ind.

Annexes

Annexe : détail des scores de satisfaction

Satisfaction envers les services clients

Q3. « Toujours au cours des 12 derniers mois, diriez-vous que la qualité de votre relation client a été tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout satisfaisante ? »
Base : consommateurs ayant utilisé le mode



Annexe : Détail des scores

Initiatives des services clients

Q7. « Voici quelques initiatives mises en place par des entreprises pour améliorer la qualité de leur relation client, diriez-vous qu'elles sont tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout utiles ? »
Base : 1 000 ind.



Préférence

Celui que vous pourriez utiliser tout le temps

De l'explication au diagnostic

À l'aide de votre smartphone vous pouvez activer la caméra et montrer la situation au conseiller plutôt que de la décrire.

Du SAV à l'impression 3D

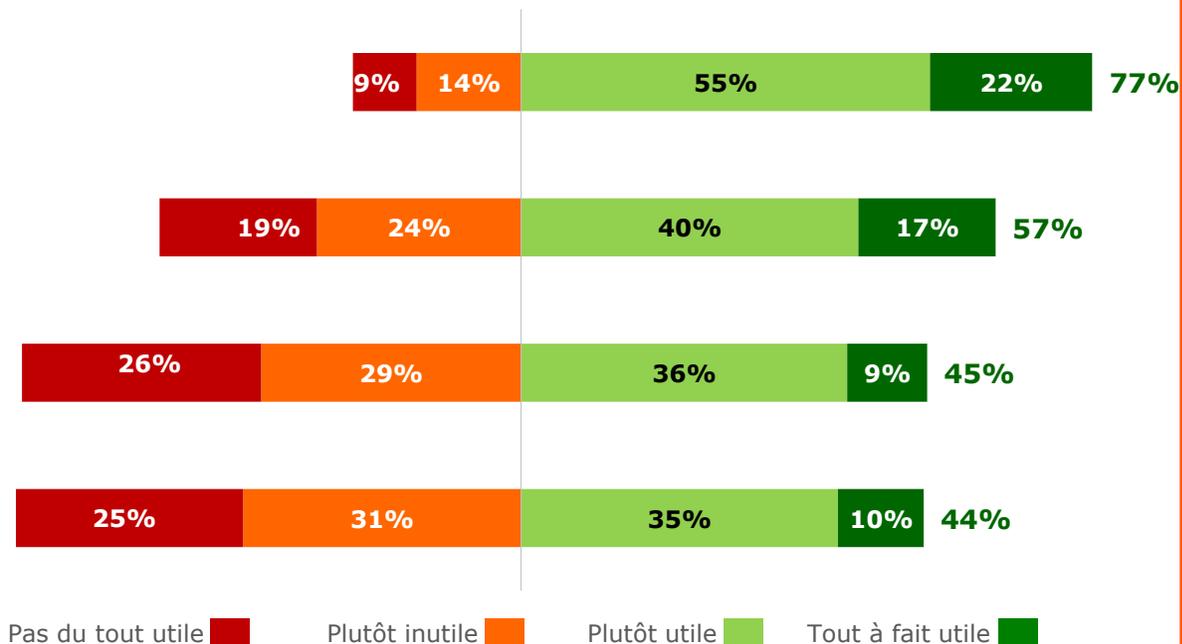
Avoir la possibilité d'imprimer des pièces SAV directement depuis votre imprimante 3D.

Acheter vos produits préférés depuis les réseaux sociaux

En cliquant sur une publication sur les réseaux sociaux vous pouvez être mis en relation avec les vendeurs du produit sélectionné. Il vous suffit de 4 clics pour passer commande.

La réalité virtuelle

À l'aide d'un casque de réalité virtuelle vous êtes en immersion totale dans une destination touristique, dans un avion, dans un train dans un lieu,... Et vous pouvez réaliser vos achats ou demander une information.



Évolutions en série longue

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous contacté par téléphone, par e-mail, en face-à-face un service de relations clients, quel que soit le domaine d'activité concerné ? (plusieurs réponses possibles) (Base : 1 000)

% Oui	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Par téléphone	80%	77%	84%	59%	55%	61%	61%
Par e-mail	45%	44%	48%	53%	57%	55%	56%
Par le site Internet	45%	46%	53%	50%	51%	44%	48%
Par courrier	23%	30%	36%	23%	22%	19%	17%
En face-à-face	26%	30%	29%	27%	26%	19%	22%
Par application sur smartphone ou tablette	9%	8%	9%	8%	10%	8%	9%
Par chat (modification en 2017)	-	18%	14%	21%	23%	17%	23%
Par click-to-call	-	5%	7%	7%	21%	15%	15%
Via les réseaux sociaux	-	12%	11%	7%	9%	6%	10%
Par messagerie mobile	-	-	-	-	-	5%	7%
Via un chatbot	-	-	-	-	-	-	8%

Diriez-vous que la qualité de votre relation client a été tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout satisfaisante ?

% Satisfait	2015	2016	2017
Par téléphone	74%	80%	79%
Par e-mail	74%	76%	78%
Par le site Internet	72%	73%	77%
Par courrier	59%	61%	67%
En face-à-face	85%	89%	94%
Par application sur smartphone ou tablette	64%	75%	70%
Par chat ou messagerie instantanée	75%	81%	83%
Par click-to-call	79%	81%	84%
Via les réseaux sociaux	60%	73%	79%
Messagerie mobile	-	79%	75%
Chatbot	-	-	58%

Évolutions en série longue

Voici une liste de caractéristiques relatives à la qualité de la relation client. Pour chacune d'entre elles êtes vous d'accord... ? (base : 1 000)

% d'accord	2013	2014	2015	2016	2017
La qualité de relation client influence votre décision d'achat ou de ré-achat	86%	88%	86%	89%	88%
En cas de déception par rapport à la qualité de relation client, vous pouvez changer d'avis et ne pas acheter ou interrompre votre abonnement	90%	92%	89%	91%	92%
La qualité de la relation client d'une entreprise influence l'image globale que vous en avez	89%	92%	90%	94%	93%
En cas de bonne expérience avec un service client, vous êtes prêt à dépenser plus ou à être plus fidèle	80%	74%	74%	75%	76%
Vous avez une meilleure image des entreprises proposant des nouveaux moyens de contacts comme les réseaux sociaux, les applications mobiles...	-	-	45%	55%	55%

Q21. Connaissez-vous les labels ou les signes de valorisation suivants ? (Base : 1 000)

% OUI	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Élu Service Client de l'Année	35%	39%	43%	45%	44%	51%	60%
Élu Produit de l'Année	-	-	-	89%	86%	77%	80%
Reconnu Saveur de l'Année	-	-	-	83%	85%	83%	86%
Les Palmes de la Relation Client	11%	10%	10%	5%	6%	5%	7%
Podium de la Relation Client	-	8%	8%	5%	7%	3%	4%
Qualiweb	-	6%	7%	10%	10%	8%	9%