

1 LES CANAUX ÉMERGENTS S'INSTALLENT DANS LA RELATION CLIENT

36% des Français ont contacté un service client via un canal émergent



24% des Français utilisent le chat

10% utilisent les messageries mobiles ou instantanées (+3 pts par rapport à 2017)

2 UN TAUX DE SATISFACTION DE PLUS EN PLUS HOMOGENE ENTRE LES DIFFERENTS CANAUX



83% CLICK-TO-CALL ET TÉLÉPHONE



89% FACE À FACE
-5 pts par rapport à 2017

82,7% MESSAGERIES MOBILES
+11 pts par rapport à 2017



LE CHATBOT, UN SVI* NOUVELLE GÉNÉRATION ?

*serveur vocal interactif

Classé "flop" en 2017, le chatbot **FAIT UNE REMONTÉE FULGORANTE** (+19 pts) avec un taux de satisfaction de 77% en 2018.

Doit-on s'attendre à le voir monter sur le podium l'année prochaine ?



9% DES FRANÇAIS ONT EU RECOURS À UN **CHATBOT** EN 2018

LE CHATBOT EN CHIFFRES

51% DES UTILISATEURS DISENT AVOIR EU BESOIN D'ÊTRE MIS EN RELATION AVEC UN CONSEILLER SUITE À UNE "CONVERSATION" AVEC UN CHATBOT...



...78% D'ENTRE EUX CONSIDÈRENT CELA COMME UNE « BONNE CHOSE ».

3 CONVERTIR DES CLIENTS SATISFAITS EN PROMOTEURS



80% des Français se disent **SATISFAITS** de la qualité de la relation client des marques, tous canaux confondus

HEUREUSEMENT CAR

POUR **91%** la qualité du service client **INFLUENCE** leur décision d'achat ou de ré-achat

POURTANT

les contacts avec les services clients génèrent autant de promoteurs que de détracteurs (la satisfaction est différente de la recommandation)

Les éléments qui influencent un consommateur à recommander une marque sont :

29%

la qualité de réponse

22%

la réactivité du service



4 QUALITÉ ET RÉACTIVITÉ : ENCORE UN EFFORT !

1h47

c'est le temps moyen annuel passé au téléphone par un Français avec les services clients (-38 minutes par rapport à 2017)

2,3

échanges téléphoniques restent nécessaires avant résolution (contre 2,8 en 2017)

3,1

e-mails sont échangés avant résolution (contre 2,8 en 2017)

SÉCURISATION DES DONNÉES : QU'EN PENSENT LES FRANÇAIS ?



86% sont attentifs aux règles de sécurité et de confidentialité des marques avec lesquelles ils s'engagent

20% déclarent avoir déjà abandonné une marque par crainte pour la sécurité de leurs données personnelles



Depuis l'entrée en vigueur du RGPD* le 25 mai 2018 :

77% des Français déclarent en avoir eu connaissance



34% d'entre eux ont d'ailleurs modifiés leurs données personnelles

28% envisagent de le faire