

SPECIMEN



13^{ÈME} Édition

Rapport d'étude PARTICIPANT X

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

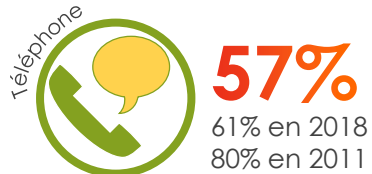


1	Contexte, objectifs et méthodologie	p.3
2	Enseignements et résultats	p.7
3	Résultats détaillés par canal • Appels téléphoniques • E-mails et formulaires • Navigations Internet • Réseaux sociaux • Chat	p.13 p.18 p.23 p.28 p.33
4	Annexes	p.38

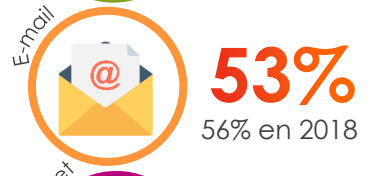
Contexte, objectifs et méthodologie

De nouvelles habitudes des Français en matière de services clients...

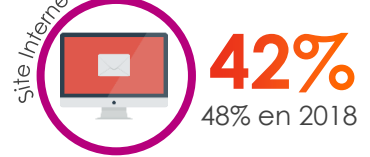
1. Une sollicitation en baisse des canaux classiques :



Le téléphone, premier canal de contact des services clients, accuse une forte baisse (- 4 pts par rapport à 2018 avec 57% d'utilisation, et - 23 pts depuis 2011).



Mêmes tendances pour **les e-mails**, en baisse de 3 pts par rapport à 2018, et **les navigations Internet** en baisse de 6 pts en 1 an.



Ils restent encore néanmoins, les canaux classiques les plus utilisés par les consommateurs.

2. Des canaux émergents qui s'installent :

En 2019, 36% des français ont contacté un service client via un canal émergent (contre 26% en 2018), et jusqu'à 54% chez les 18-25 ans et 40% chez les moins de 35 ans.



Le Chat, premier canal parmi les canaux émergents, davantage utilisé par les plus jeunes (38% chez les 18-25 ans).



Les messageries mobiles ou instantanées : en progression de 3 pts par rapport à 2018.

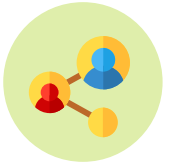
...pour autant, la relation client reste un facteur structurant de l'image de marque et de la fidélité



des français sont satisfaits de la qualité de la relation client des marques, tous canaux confondus.

En 2018, une plus grande homogénéité de satisfaction entre les canaux (dans le top 5 : le face-à-face avec 89%, puis 83% pour le téléphone, le chat et les messageries mobiles ou instantanées).

Un impact positif auprès des jeunes (les 18-24 ans ont une meilleure image des entreprises proposant des nouveaux moyens de contacts comme les réseaux sociaux, messageries instantanées, etc.).



La qualité de la relation client influence



l'image globale d'une entreprise (94%)



la décision d'achat ou de réachat (91%, en progression de 3 pts par rapport à 2018)



En cas de bonne expérience avec un service client, **75%** des français sont prêts à dépenser plus ou à être plus fidèles.

Qui sont les participants de l'Élection du Service Client de l'Année 2020 ?

PRÉSENCE DES PARTICIPANTS SUR LES CANAUX ÉVALUÉS



E-mails ou
formulaires

91%

↘ - 4 pts vs 2019



Réseaux
sociaux

91%

↘ - 1 pt vs 2019



Chat

35%

↘ - 2 pts vs 2019

ÉQUIPES

En moyenne, les participants ont **322** conseillers

37%

ont moins de 50
conseillers

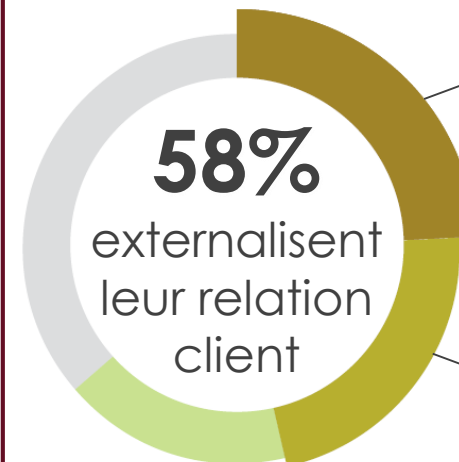
40%

entre 50 et 250
conseillers

23%

ont plus de 250
conseillers

RELATION CLIENT EXTERNALISÉE OU INTERNALISÉE



53% en confient une partie à l'étranger

34% utilisent au moins 2 prestataires différents

Méthodologie



3 entreprises MINIMUM
testées, évaluées et
comparées par univers de
consommation



**225 tests clients
mystères**
par entreprise



**10 semaines
d'évaluation**
du 6 mai au 12 juillet



13 à 17 scénarii
d'avant-vente, de vente
et d'après-vente



10 à 15 critères
évalués par canal



140 appels
téléphoniques (50%)*



50 e-mails
ou formulaires
de contact (30%)*

15 navigations Internet
dont 8 sur smartphones ou
tablettes (10%)*



10 contacts
via les réseaux
sociaux (5%)*



10 conversations
par chat (5%)*



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.



Une 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 évaluées minimum par catégorie) et **obtenir une note supérieure ou égale à 12/20**.

*Poids du canal dans la notation finale

Enseignements et résultats



Enseignements et résultats : **synoptique**

La note moyenne de tous les participants à l'Élection du Service Client de l'Année 2020 est de 13,41/20. Cette note est en progression par rapport à l'année dernière (+ 2,5% ; même niveau que lors de l'édition 2017).



Deux canaux enregistrent de fortes progressions par rapport à l'an dernier :

- Le téléphone, en hausse de 3,14%, avec une note de 14/20.
- Le chat, en hausse de 22,5%, avec une note de 11,17/20. Il s'agit de la meilleure note enregistrée depuis le début des tests sur ce canal.



Deux canaux sont en légère hausse par rapport à l'édition 2019 :

- Les e-mails ou formulaires obtiennent une note de 11,85/20 soit + 0,95% par rapport à l'édition précédente.
- Les navigations Internet obtiennent le meilleur résultat tous canaux confondus, en légère hausse par rapport à 2019 (16,61/20 avec + 1,35%).



Seuls les réseaux sociaux enregistrent une baisse de 6,53% par rapport à l'an dernier.



Avec une note de 16,34/20, les lauréats affichent une progression au global (+ 2,43%) et sur tous les canaux à l'exception des réseaux sociaux (- 1,71%).



LE CANAL TÉLÉPHONE obtient un score de 14/20, en progression par rapport à l'édition 2019 (vs 13,58).

Le score des lauréats est également en hausse (16,75/20 soit + 2,81%). La qualité de service quant à elle reste stable (taux de 84% sur l'ensemble des participants et de 95% pour les lauréats équivalent à l'année dernière dans les deux cas).

Les principales raisons de cette hausse concernent la qualité relationnelle des conseillers et notamment le ton employé (89% de conformité soit + 6 pts par rapport à 2019) et l'écoute (96% de scores bons contre 93% l'an dernier). D'autres indicateurs sont en forte hausse même s'ils sont encore perfectibles : la reformulation (73% contre 65% en 2019) et la prise de congé (55% contre 43% en 2019).



Ce canal donne 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 37 secondes), la présentation de l'entreprise et le discours avec des scores de conformité compris entre 87% et 99%.



Les axes de progrès portent sur la qualité de la réponse (49% de réponses conformes, stable par rapport à l'édition précédente), les situations de mise en attente, de rappel ou de transfert (< 50% de conformité) et la qualité globale de l'entretien (56% de conformité, en progression toutefois de 7 pts).

Enseignements et résultats : **synoptique**



LES E-MAILS OU FORMULAIRES enregistrent un score de 11,85/20, en très légère hausse sur l'ensemble des participants (+ 0,95%) mais plus importante pour les lauréats (+ 2,20% avec 16,18/20).

La hausse est essentiellement liée au taux de réponse qui est meilleur par rapport à l'édition 2019 (77% pour l'ensemble des participants, en hausse de 2 pts et 95% pour les lauréats, en hausse de 3 pts) et aux délais de réponse plus courts qu'en 2019 (91% sous 1 jour ouvré avec un délai de réponse moyen de 6 heures ouvrées cette année contre 85% avec un délai de réponse moyen de 13 heures ouvrées en 2019).



Les autres points forts concernent l'identification du conseiller, la prise de congé, la personnalisation de la réponse (en hausse de 4 pts), le ton (90% contre 86% l'an dernier) et la compatibilité/lisibilité avec les différents webmails (niveaux de conformité $\geq 84\%$).



Les améliorations portent sur l'objet (53% de conformité, un niveau pourtant plus élevé qu'en 2019), le rappel du contexte, la rédaction (53% de conformité en forte baisse par rapport à l'an dernier avec - 18 pts), la qualité de la réponse (46% de conformité, stable) et l'impression générale (41% cette année, cependant en hausse de 16 pts par rapport à 2019).



LES NAVIGATIONS INTERNET obtiennent la meilleure note avec 16,61/20, en légère hausse par rapport à l'an dernier (+ 1,35%). Les lauréats, avec un score de 17,03, affichent également une progression de + 0,72%.

Les résultats sont meilleurs depuis un ordinateur (17,21/20 contre 16,46 depuis une tablette et 15,70 depuis un smartphone) ; par rapport à l'édition 2019, les tests sur tablette et sur smartphone ont progressé (respectivement + 2,47% et + 2,74%).

Des résultats en hausse par rapport à l'édition 2019 principalement concernant la pertinence du moteur de recherche (87% contre 54% en 2019).



De très bons résultats en termes d'accessibilité (99,3%) et sur la plupart des indicateurs d'ergonomie comme la visibilité et l'accessibilité du libre-service (moteur de recherche ou FAQ), la rétroactivité des pages, la concision de la réponse et l'absence de page tunnel (conformité $\geq 87\%$).



Les axes de progrès concernent le nombre de clics pour accéder à la réponse recherchée (41% contre 50% en 2019), la qualité globale du site Internet (54% contre 71% en 2019) et la qualité de la réponse (60% de conformité contre 69% l'an dernier).

Enseignements et résultats : **synoptique**



LES RÉSEAUX SOCIAUX enregistrent un score de 12,77/20 en baisse de 6,53% par rapport à l'édition précédente. Les lauréats, avec un score de 15,83/20 enregistrent également une baisse (- 1,71%).

Les principales raisons de cette baisse concernent le taux de réponse sous 1 jour ouvré (78% contre 83% en 2019) et les délais de réponse sous 2h ouvrées moins conformes (69% contre 82% lors de l'édition précédente).



Les points forts concernent les critères d'ergonomie (identification de l'entreprise éditrice, concision de la réponse), la qualité et la constance du ton employé et la personnalisation de la réponse (scores de conformité compris entre 84% et 100%).



Les principaux axes d'amélioration portent sur la qualité de la réponse (52% contre 48% en 2019) et sur le relationnel, notamment l'identification du conseiller (79% de conformité, en hausse toutefois par rapport à l'an dernier de 11 pts). Un point de vigilance sur la rédaction dans un français adapté au canal et sans faute : un indicateur en baisse de 10 pts sur l'ensemble des participants par rapport à 2019 (82% contre 92%).



LE CHAT enregistre un score de 11,17/20 sur l'ensemble des participants en forte progression (+ 22,5%), et de 14,98 pour les lauréats (+ 17,50%).

Le taux de disponibilité est en forte progression sur les deux dernières éditions (65% contre 57% en 2019 et 48% en 2018).

Les autres indicateurs expliquant cette amélioration concernent le relationnel, le ton (+ 7 pts), la rédaction dans un français correct et adapté au canal (+ 42 pts) et la prise de congé (+ 16 pts) avec des conformités comprises entre 88% et 96%.

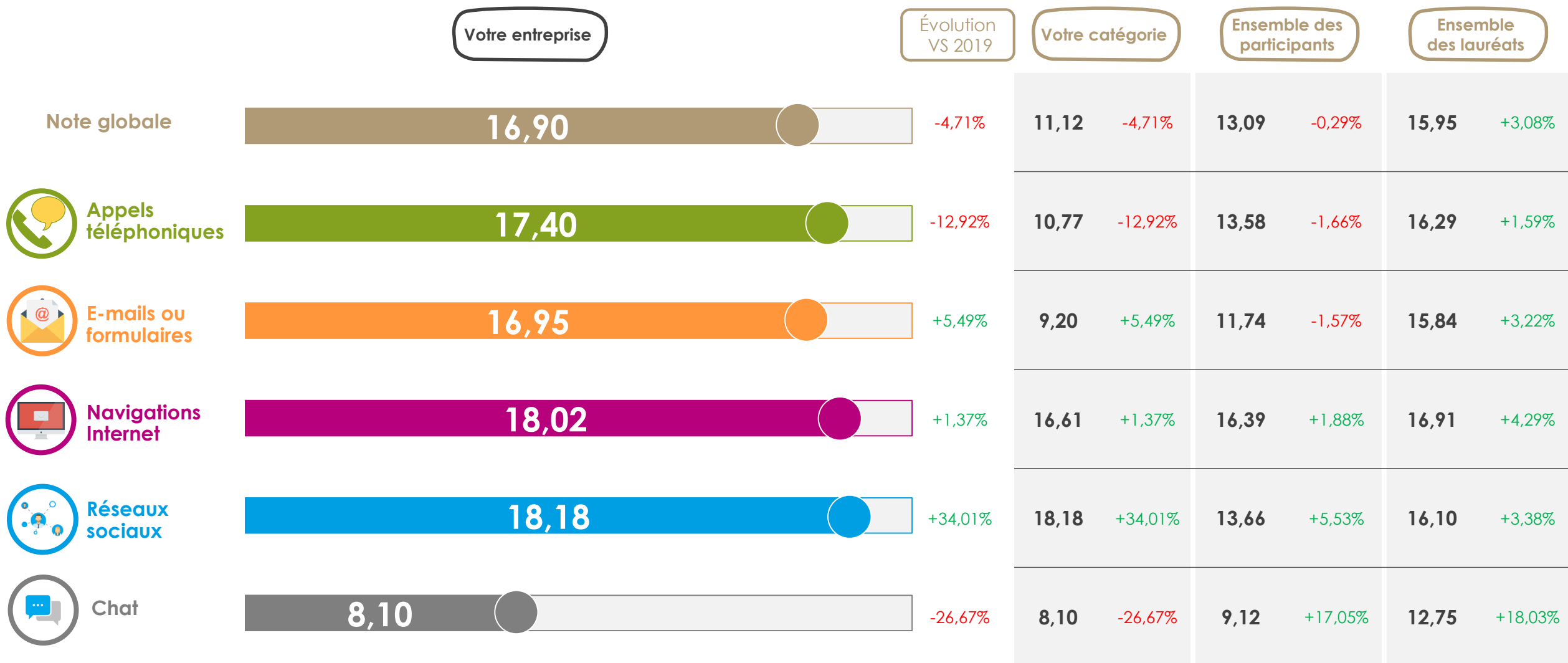


Les points forts portent sur les critères d'ergonomie et d'accessibilité (accès à une fenêtre de chat en 4 clics maximum, prise en charge par un conseiller en moins de 30 secondes : 2 indicateurs en hausse par rapport à 2019), l'identification du conseiller et l'absence de signes d'incompatibilité avec les navigateurs ou les fournisseurs (scores de conformité ≥ 91%).



Le principal axe de progrès touche les délais d'interaction : 61% de conformité contre 77% en 2019 (49 secondes en moyenne pour répondre contre 37 secondes en 2019). Autres sources de progrès : la possibilité de sauvegarder la conversation (66% contre 71% l'an dernier), la qualité de la réponse cependant en hausse (55%, + 5 pts) ainsi que la personnalisation de la réponse (77%).

Synoptique des résultats au global et par canal



*Note moyenne sur 20

Résultats détaillés par canal

Bva

Appels téléphoniques



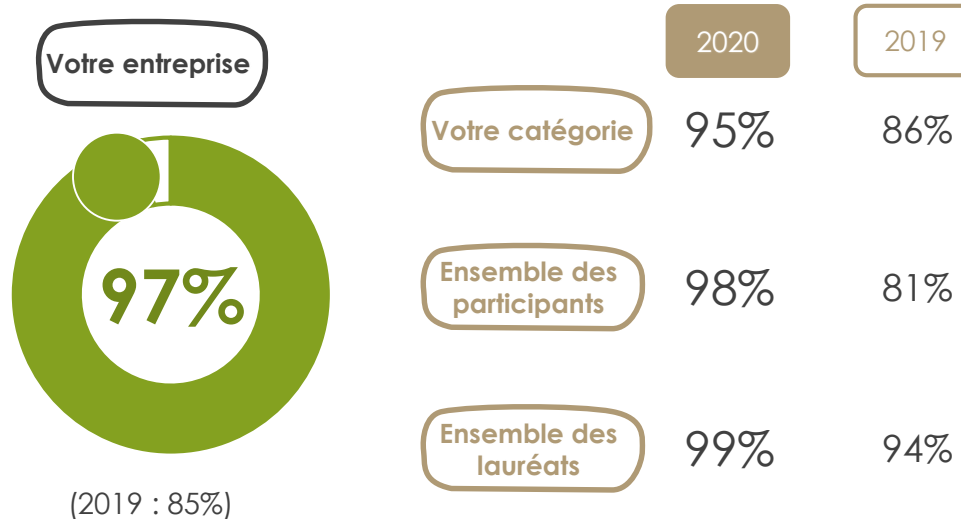
Bva



Appels téléphoniques

Accessibilité

Qualité de service



Les cas d'inaccessibilité



Temps moyen

	17 sec	18 sec	3 min 4 sec
Votre entreprise			
Votre catégorie	43 sec	40 sec	3min 57sec
Ensemble des participants	38 sec	59 sec	4min 38sec
Ensemble des lauréats	29 sec	36 sec	3min 48sec
	Accès au service désiré	Prise en charge du contact par un conseiller	Durée totale de l'appel

Temporalité

	Jours de contacts						Horaires	
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Matin	Après-midi*
Votre entreprise	18,13	17,55	17,85	18,15	17,39	14,47	17,52	17,22
Votre catégorie	11,41	11,75	10,14	9,60	10,56	14,47	11,05	10,41
Ensemble des participants	13,44	13,86	13,44	13,73	13,71	13,08	13,55	13,62
Ensemble des lauréats	16,45	17,36	16,88	17,78	17,81	16,03	17,67	17,33

*à partir de 14h

Vert ou rouge : signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants



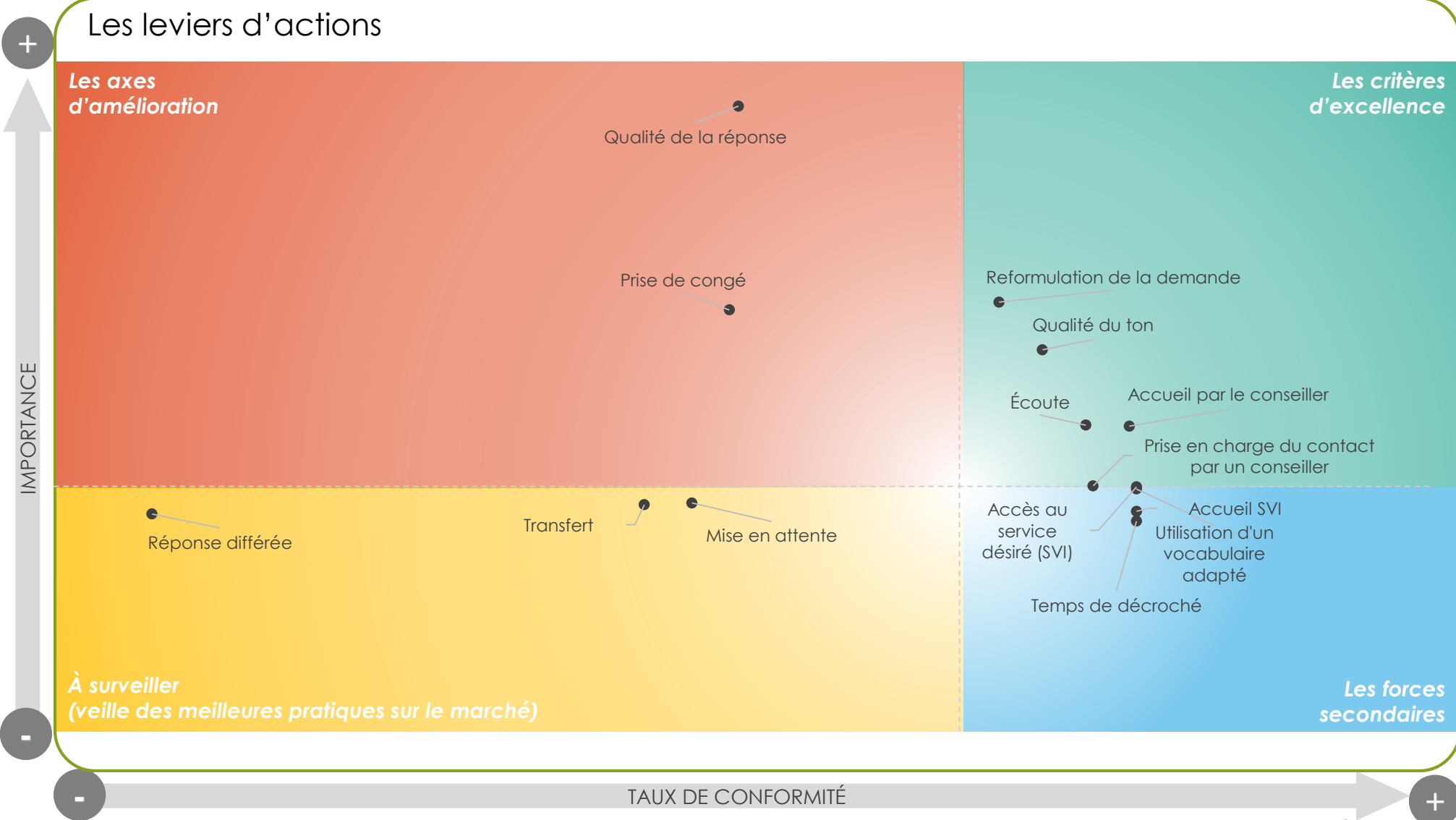
La réalisation du mapping d'importance repose sur le calcul de la contribution des critères détaillés à la note globale de conformité sur 20.

Cette méthode statistique permet de hiérarchiser les critères en fonction de l'intensité de leur liaison avec la note globale de conformité.

Chaque critère est positionné selon son niveau d'importance dans la note globale (axe d'importance en ordonné) et le taux de conformité obtenu par votre entreprise (axe de conformité en abscisse).

Les critères en haut à gauche du mapping constituent les leviers prioritaires pour augmenter la note globale de conformité.

Exemple : La qualité de la réponse est le critère le plus important dans l'explication de la note de conformité globale, et enregistre pour votre entreprise un score de conformité inférieur par rapport au niveau d'importance du critère : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...





Appels téléphoniques

Résultats détaillés 2020

		Vos résultats		Votre catégorie		Ensemble des participants		
Gestion de la disponibilité		Nombre de tests	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon
C8	Appel décroché en moins de 5 sonneries ou 20 secondes.	132	2,00	100%	2,00	100%	1,99	100%
C10	Accès au service désiré par le biais d'un SVI en moins d'1 minute.	132	2,00	100%	1,89	94%	1,70	85%
C9	Prise en charge par un conseiller en moins d'1 minute.	132	1,93	96%	1,88	93%	1,74	82%
C12	Mise en attente : prévient, oriente vers une musique et reprend l'appel avec une formule de politesse en moins d'1 minute.	31	1,45	55%	1,21	44%	1,25	44%
C11	Proposition et engagement de rappel en moins de 12h ouvrées.	2	0,00	0%	0,80	40%	0,75	38%
Relationnel								
C2	Raison sociale ou nom commercial énoncé lors de l'accueil par un SVI ou un pré-décroché.	132	2,00	100%	2,00	100%	1,97	98%
C1	Accueil de l'appel : formule de politesse, identifications du participant et du conseiller, élocution correcte et débit adapté.	132	1,99	99%	1,61	73%	1,84	86%
C3	Utilisation d'un vocabulaire adapté (compréhensible, absence d'abréviation...).	132	2,00	100%	1,94	96%	1,99	99%
C4	Reformulation de la demande du client mystère par le conseiller.	132	1,72	86%	1,26	63%	1,29	65%
C5	Transfert : mise en relation avec le bon interlocuteur et transmission de la problématique.	8	1,25	50%	1,00	40%	0,79	25%
C6	Écoute : le conseiller ne coupe pas la parole et recentre le discours si nécessaire.	132	1,90	94%	1,79	90%	1,85	93%
C7	Prise de congé : personnalisation, fiabilisation et laisse au client mystère l'initiative de mettre fin à l'appel.	132	1,52	59%	1,04	34%	1,21	43%
Qualité de la réponse et qualité humaine								
C13	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	132	2,88	60%	2,12	41%	2,43	48%
C14	Impression générale : la qualité globale de l'entretien est évaluée (empathie et naturel).	132	1,57	61%	1,19	39%	1,37	49%
C15	Qualité et la constance du ton employé.	132	1,87	90%	1,53	72%	1,74	83%
Total		140	17,40		10,77		13,58	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		132	17,91		15,39		16,13	

Vert ou rouge : signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants

* Critères complets en page 45



Appels téléphoniques

Évolution des résultats

		Résultats ESCDA 2017		Résultats ESCDA 2018		Résultats ESCDA 2019		Résultats ESCDA 2020	
Gestion de la disponibilité		Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon
C8	Appel décroché en moins de 5 sonneries ou 20 secondes.	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C10	Accès au service désiré par le biais d'un SVI en moins d'1 minute.	1,78	89%	1,90	95%	1,98	99%	2,00	100%
C9	Prise en charge par un conseiller en moins d'1 minute.	1,66	83%	1,86	90%	1,61	74%	1,93	96%
C12	Mise en attente : prévient, oriente vers une musique et reprend l'appel avec une formule de politesse en moins d'1 minute.	1,30	42%	1,45	52%	1,59	59%	1,45	55%
C11	Proposition et engagement de rappel en moins de 12h ouvrées.	1,50	75%	2,00	100%	0,00	0%	0,00	0%
Relationnel									
C2	Raison sociale ou nom commercial énoncé lors de l'accueil par un SVI ou un pré-décroché.	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C1	Accueil de l'appel : formule de politesse, identifications du participant et du conseiller, élocution correcte et débit adapté.	1,98	98%	1,99	99%	1,98	98%	1,99	99%
C3	Utilisation d'un vocabulaire adapté (compréhensible, absence d'abréviation...).	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C4	Reformulation de la demande du client mystère par le conseiller.	1,64	82%	1,61	80%	1,60	80%	1,72	86%
C5	Transfert : mise en relation avec le bon interlocuteur et transmission de la problématique.	2,00	100%	-	-	1,50	50%	1,25	50%
C6	Écoute : le conseiller ne coupe pas la parole et recentre le discours si nécessaire.	1,98	99%	1,92	96%	1,88	94%	1,90	95%
C7	Prise de congé : personnalisation, fiabilisation et laisse au client mystère l'initiative de mettre fin à l'appel.	1,63	65%	1,58	62%	1,50	60%	1,52	59%
Qualité de la réponse et qualité humaine									
C13	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	2,88	54%	2,99	57%	2,84	59%	2,88	60%
C14	Impression générale : la qualité globale de l'entretien est évaluée (empathie et naturel).	1,78	81%	1,71	72%	1,58	65%	1,57	61%
C15	Qualité et la constance du ton employé.	1,90	93%	1,92	94%	1,84	89%	1,87	90%
Total		14,75		17,17		14,90		17,40	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		15,68		17,60		16,20		18,01	

Le résultat 2020 en **vert** ou en **rouge** signifie qu'il est **supérieur** ou **inférieur** au résultat 2019

* Critères complets en page 47



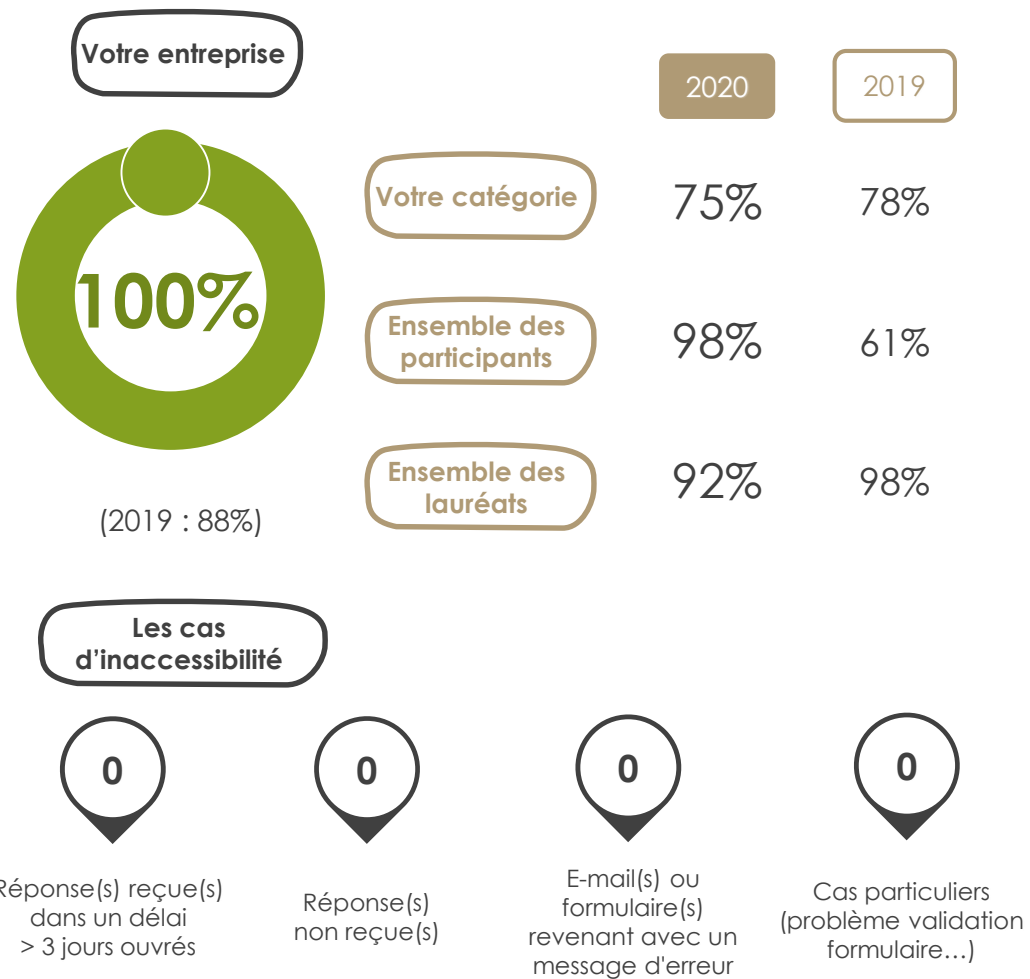
E-mails ou formulaires



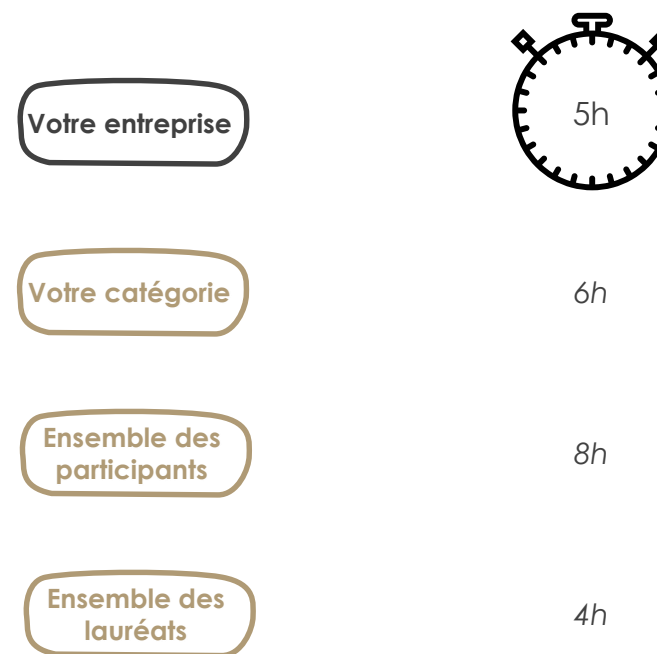
Bva



Taux de réponse



Délai de réponse



Temps moyen
(calculé en heures ouvrées)



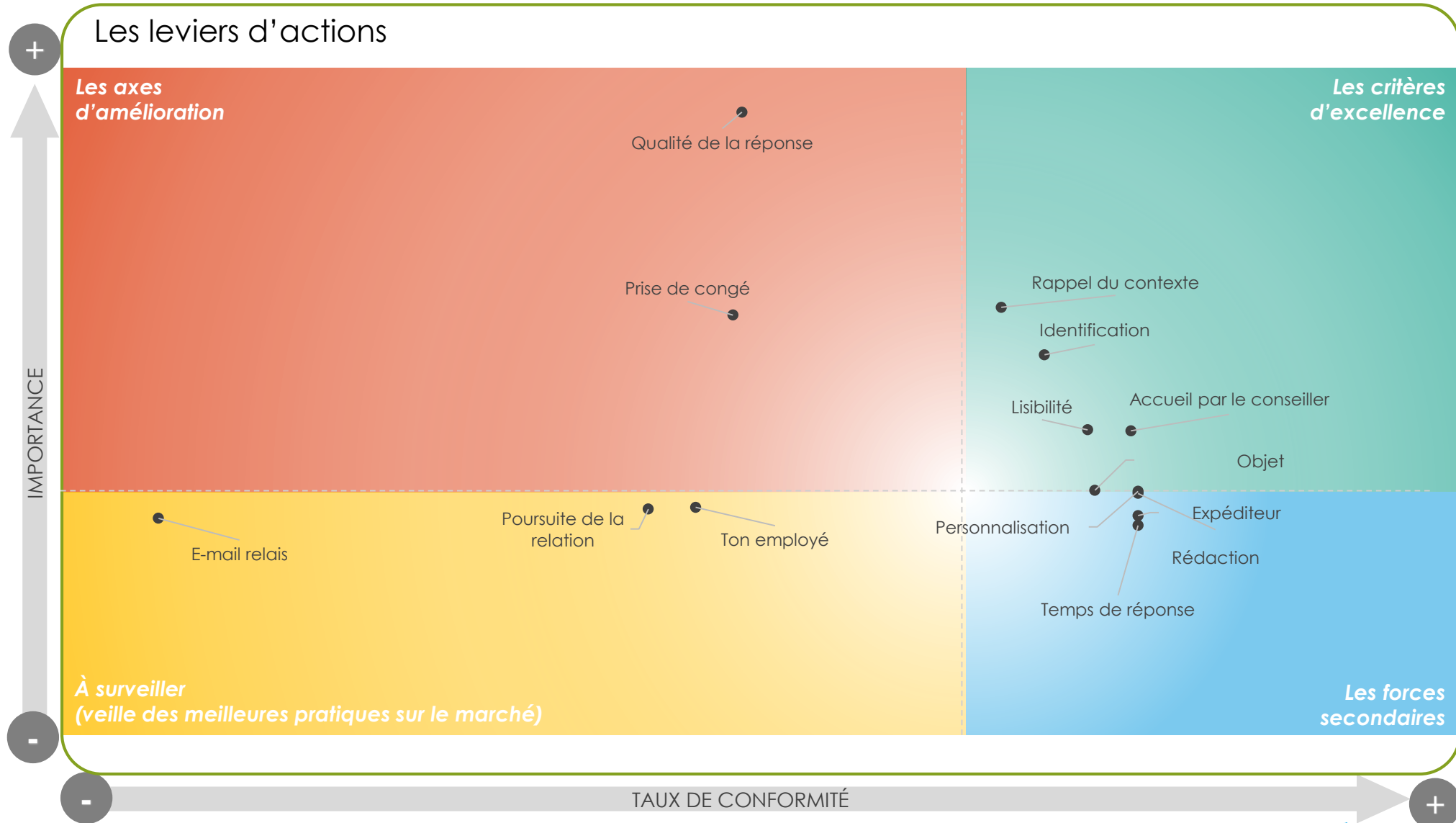
La réalisation du mapping d'importance repose sur le calcul de la contribution des critères détaillés à la note globale de conformité sur 20.

Cette méthode statistique permet de hiérarchiser les critères en fonction de l'intensité de leur liaison avec la note globale de conformité.

Chaque critère est positionné selon son niveau d'importance dans la note globale (axe d'importance en ordonné) et le taux de conformité obtenu par votre entreprise (axe de conformité en abscisse).

Les critères en haut à gauche du mapping constituent les leviers prioritaires pour augmenter la note globale de conformité.

Exemple : La qualité de la réponse est le critère le plus important dans l'explication de la note de conformité globale, et enregistre pour votre entreprise un score de conformité inférieur par rapport au niveau d'importance du critère : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...





E-mails ou formulaires

Résultats détaillés 2020

Gestion de la disponibilité

		Nombre de tests	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon
C8	E-mail répondu sous 1 jour ouvré.	50	1,92	94%	1,68	79%	1,79	85%
C10	Accusé de réception : délai de réponse identifié et respecté inférieur à 2 jours ouvrés.	50	1,94	96%	1,65	81%	1,15	57%

Relationnel

C1	Adresse e-mail ou nom d'expéditeur du participant compréhensible et identifiable.	50	1,90	90%	1,72	76%	1,77	81%
C2	Objet de l'e-mail : adapté et indique clairement qu'il s'agit d'une réponse suite à une demande.	50	0,88	2%	0,98	18%	1,30	45%
C3	Personnalisation avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	50	2,00	100%	1,52	76%	1,65	82%
C5	Rappel du contexte : la situation de la demande initiale est résumée.	50	1,98	98%	1,24	60%	1,33	61%
C4	E-mail rédigé dans un français correct et sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	50	1,52	76%	1,35	68%	1,42	71%
C7	Identification de l'interlocuteur par sa civilité et/ou son prénom et/ou son nom.	50	1,56	78%	1,58	79%	1,72	86%
C8	E-mail comprenant des coordonnées permettant la poursuite de la relation via un autre canal.	50	2,00	100%	1,94	97%	1,77	88%
C6	Prise de congé avec une formule de politesse.	50	2,00	100%	1,96	98%	1,95	98%

Qualité de la réponse et qualité humaine

C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	50	2,76	56%	1,90	38%	2,20	44%
C12	Impression générale : la qualité globale de l'e-mail est évaluée.	50	1,36	40%	0,97	24%	1,11	25%
C13	Qualité et constance du ton employé de l'e-mail.	50	1,92	96%	1,53	73%	1,75	86%
C14	E-mail lisible sans signe d'incompatibilité.	50	1,68	84%	1,69	84%	1,74	87%

Total	50	16,95	9,20	11,74
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service	50	16,95	14,67	15,21

Vert ou rouge: signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants

* Critères complets en page 46



E-mails ou formulaires

Evolution des résultats

Gestion de la disponibilité

		Résultats ESCDA 2017		Résultats ESCDA 2018		Résultats ESCDA 2019		Résultats ESCDA 2020	
		Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon
C8	E-mail répondu sous 1 jour ouvré.	1,84	84%	1,96	96%	1,49	61%	1,92	94%
C10	Accusé de réception : délai de réponse identifié et respecté inférieur à 2 jours ouvrés.	2,00	100%	1,20	60%	0,24	12%	1,94	96%

Relationnel

C1	Adresse e-mail ou nom d'expéditeur du participant compréhensible et identifiable.	1,78	80%	2,00	100%	2,00	100%	1,90	90%
C2	Objet de l'e-mail : adapté et indique clairement qu'il s'agit d'une réponse suite à une demande.	0,08	4%	1,07	7%	0,88	0%	0,88	2%
C3	Personnalisation 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%	1,95	98%	2,00	100%
C5	Rappel du contexte : la situation de la demande initiale est résumée.	2,00	100%	1,96	96%	1,98	98%	1,98	98%
C4	E-mail rédigé dans un français correct et sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	1,67	84%	1,83	91%	1,66	83%	1,52	76%
C7	Identification de l'interlocuteur par sa civilité et/ou son prénom et/ou son nom.	1,35	67%	1,61	80%	1,85	93%	1,56	78%
C8	E-mail comprenant des coordonnées permettant la poursuite de la relation via un autre canal.	1,96	98%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C6	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

C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	3,47	84%	2,83	63%	2,93	63%	2,76	56%
C12	Impression générale : la qualité globale de l'e-mail est évaluée.	1,73	78%	1,39	43%	1,59	63%	1,36	40%
C13	Qualité et constance du ton employé de l'e-mail.	2,00	100%	1,98	98%	1,90	95%	1,92	96%
C14	E-mail lisible sans signe d'incompatibilité.	1,76	88%	1,87	93%	1,85	93%	1,68	84%

Total	16,75	15,76	13,29	16,95
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service	16,75	16,18	13,29	16,95

Le résultat 2020 en **vert** ou en **rouge** signifie qu'il est **supérieur** ou **inférieur** au résultat 2019

* Critères complets en page 47

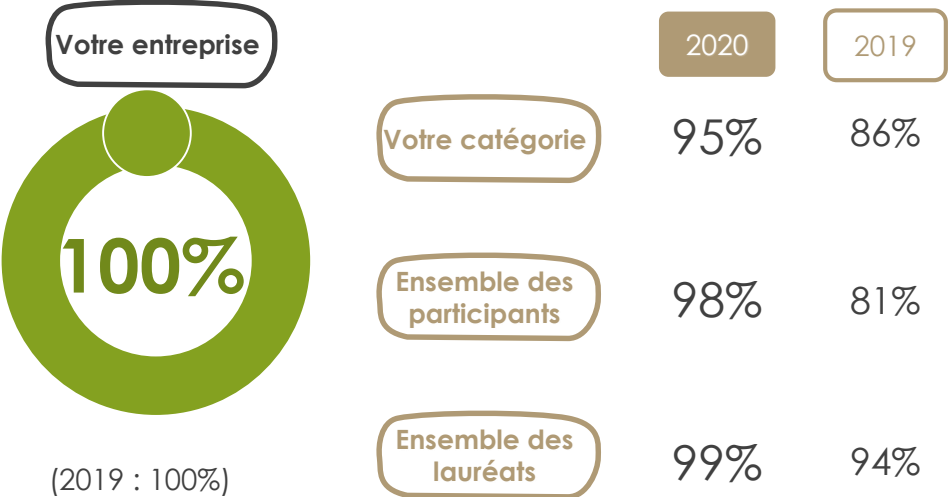
Navigations Internet



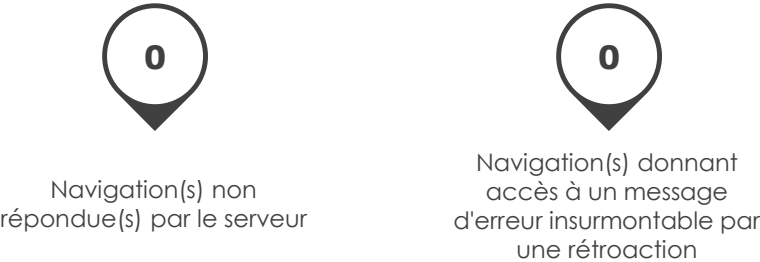
Bva



Taux de disponibilité



Les cas d'inaccessibilité



Temporalité

	Type d'appareil		
	PC	Tablette	Smartphone
Votre entreprise	18,13	17,55	17,85
Votre catégorie	11,41	11,75	10,14
Ensemble des participants	13,44	13,86	13,44
Ensemble des lauréats	17,64	17,89	17,53

Nombre de clics

	Type d'appareil		
	PC	Tablette	Smartphone
Votre entreprise	4	5	5
Votre catégorie	5	5	6
Ensemble des participants	3	4	6
Ensemble des lauréats	6	4	3

Vert ou rouge : signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants



Navigations Internet



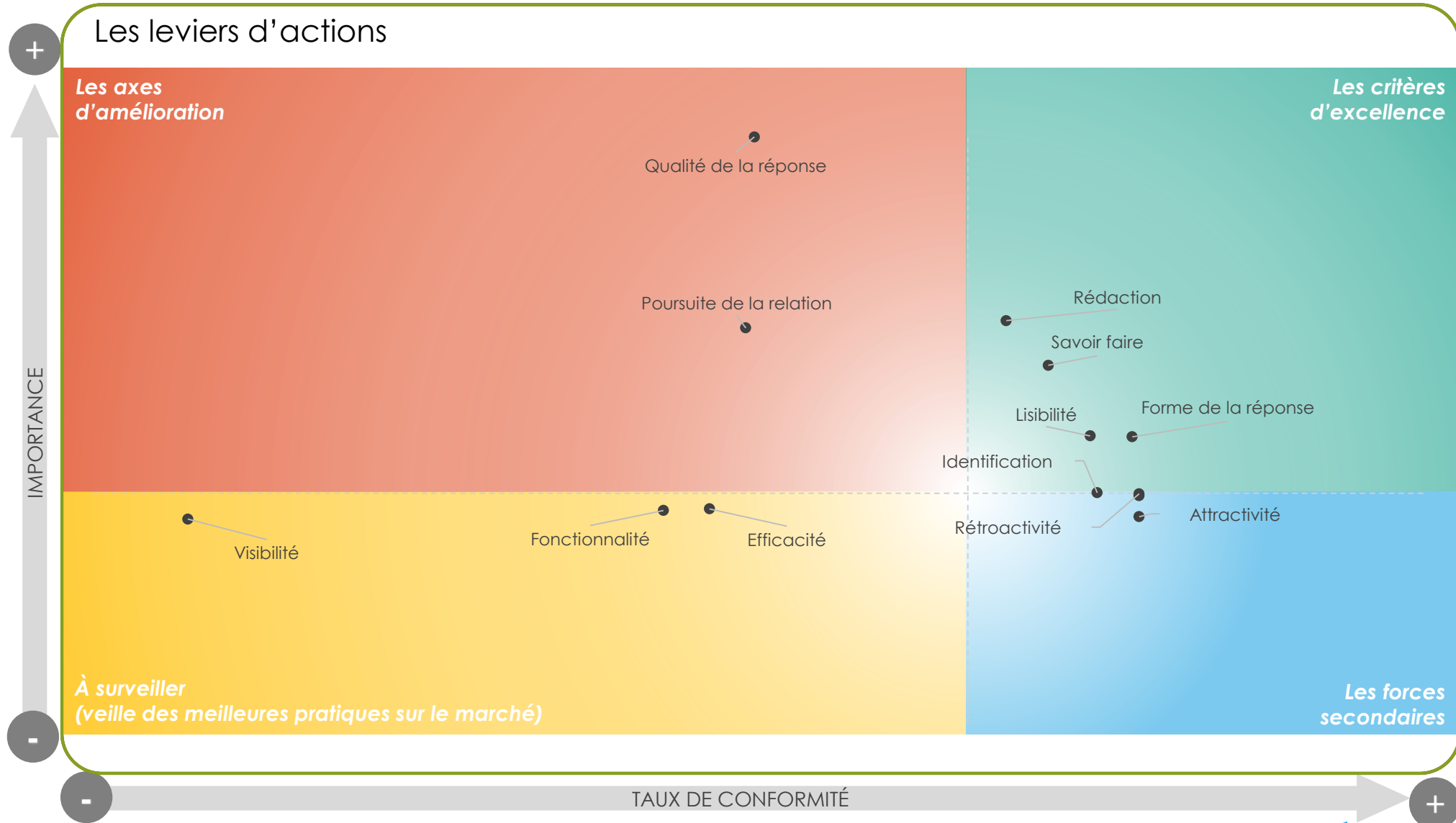
La réalisation du mapping d'importance repose sur le calcul de la contribution des critères détaillés à la note globale de conformité sur 20.

Cette méthode statistique permet de hiérarchiser les critères en fonction de l'intensité de leur liaison avec la note globale de conformité.

Chaque critère est positionné selon son niveau d'importance dans la note globale (axe d'importance en ordonné) et le taux de conformité obtenu par votre entreprise (axe de conformité en abscisse).

Les critères en haut à gauche du mapping constituent les leviers prioritaires pour augmenter la note globale de conformité.

Exemple : La qualité de la réponse est le critère le plus important dans l'explication de la note de conformité globale, et enregistre pour votre entreprise un score de conformité inférieur par rapport au niveau d'importance du critère : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...





Navigations Internet

Résultats détaillés 2020

Ergonomie et accessibilité

		Nombre de tests	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon
C1	Libre-service, moteur de recherche ou agent virtuel visible et accessible depuis la page d'accueil.	15	2,00	100%	2,00	100%	1,73	86%
C2	Le lien hypertexte présent sur la page de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	3	2,00	100%	2,00	100%	1,86	93%
C3	Pages visitées toutes utiles (absence de page tunnel, page sponsorisée...).	15	2,00	100%	2,00	100%	1,79	89%
C4	En cours de navigation, il est possible de faire une rétroaction sans message d'erreur.	15	1,73	87%	1,91	96%	1,95	98%
C5	Nombre de clics pour accéder à une information inférieur ou égal à 4.	15	1,33	60%	0,96	42%	1,10	50%
C6	Quelque soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise editrice.	7	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C7	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page ou en 2 scroll.	12	2,00	100%	2,00	100%	1,98	99%
C8	Le moteur de recherche ou l'agent virtuel comprend des mots simples.	15	1,73	87%	1,09	55%	1,07	54%

Gestion de la disponibilité

C9	Réponse rédigée dans un français correct et sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	13	1,69	85%	1,89	94%	1,90	95%
C10	En cas d'indisponibilité de la réponse, un autre canal de contact est clairement proposé.	2	2,00	100%	2,00	100%	1,91	95%
C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	15	3,47	87%	2,53	60%	2,82	69%

Impression générale sur le service

C12	Impression générale : la qualité globale du site Internet est évaluée.	15	1,87	87%	1,82	82%	1,67	71%
-----	--	----	------	-----	------	-----	------	-----

Qualité technique

C13	La navigation se déroule sans signe d'incompatibilité.	15	2,00	100%	2,00	100%	1,90	95%
-----	--	----	------	------	------	------	------	-----

Total	15	18,02		16,61		16,39
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service	15	18,02		16,61		16,42

Vert ou rouge: signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants

* Critères complets en page 47



Navigations Internet

Résultats détaillés 2020

		Résultats ESCDA 2017		Résultats ESCDA 2018		Résultats ESCDA 2019		Résultats ESCDA 2020	
		Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon
Ergonomie et accessibilité									
C1	Libre-service, moteur de recherche ou agent virtuel visible et accessible depuis 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.	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C3	Pages visitées toutes utiles (absence de page tunnel, page sponsorisée...).	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C4	En cours de navigation, il est possible de faire une rétroaction sans message d'erreur.	2,00	100%	2,00	100%	1,73	87%	1,73	87%
C5	Nombre de clics pour accéder à une information inférieur ou égal à 4.	1,20	53%	1,53	73%	1,20	53%	1,33	60%
C6	Quelque 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 ou en 2 scroll.	2,00	100%	1,85	92%	2,00	100%	2,00	100%
C8	Le moteur de recherche ou l'agent virtuel comprend des mots simples.	1,27	64%	1,60	80%	0,93	47%	1,73	87%
Gestion de la disponibilité									
C9	Réponse rédigée dans un français correct et sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	1,86	93%	2,00	100%	2,00	100%	1,69	85%
C10	En cas d'indisponibilité de la réponse, un autre canal de contact est clairement proposé.	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	2,67	60%	3,20	73%	2,93	67%	3,47	87%
Impression générale sur le service									
C12	Impression générale : la qualité globale du site Internet est évaluée.	1,87	87%	2,00	100%	1,53	67%	1,87	87%
Qualité technique									
C13	La navigation se déroule sans signe d'incompatibilité.	1,87	93%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
Total		17,33		18,33		16,74		18,02	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		17,33		18,33		16,74		18,02	

Le résultat 2020 en vert ou en rouge signifie qu'il est supérieur ou inférieur au résultat 2019

* Critères complets en page 48

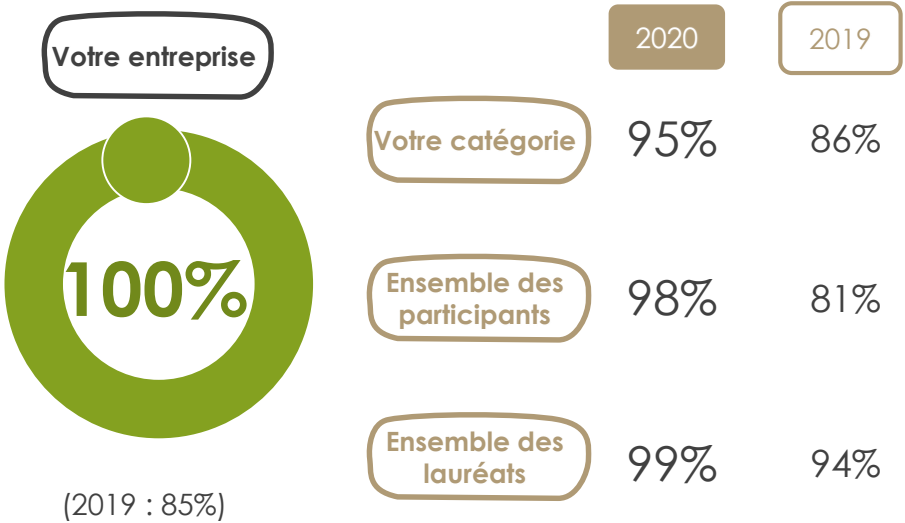
Réseaux sociaux



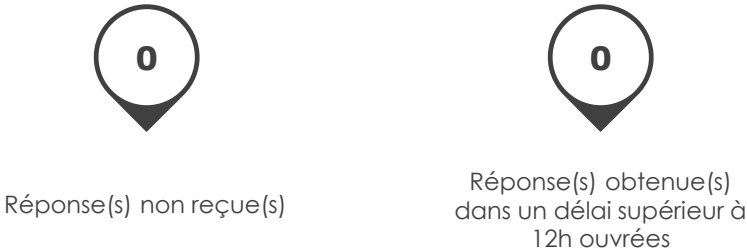
Bva



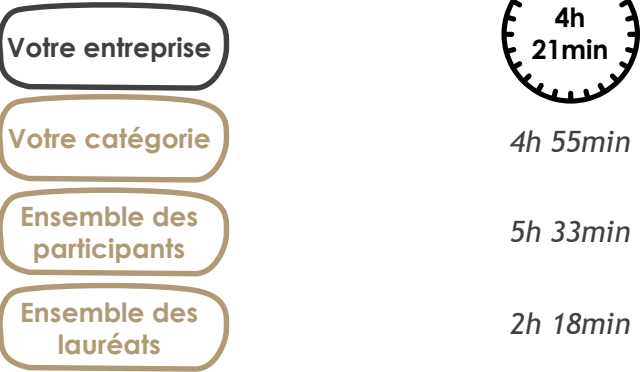
Taux de réponse



Les cas d'inaccessibilité



Délai de réponse



Temps de réponse moyen aux demandes
(calculé en heures ouvrées)

Type de message

	Type de mesure	
	Via le mur	Via message privé
Votre entreprise	18,13	17,55
Votre catégorie	11,41	11,75
Ensemble des participants	13,44	13,86
Ensemble des lauréats	13,44	13,86

Vert ou rouge : signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants



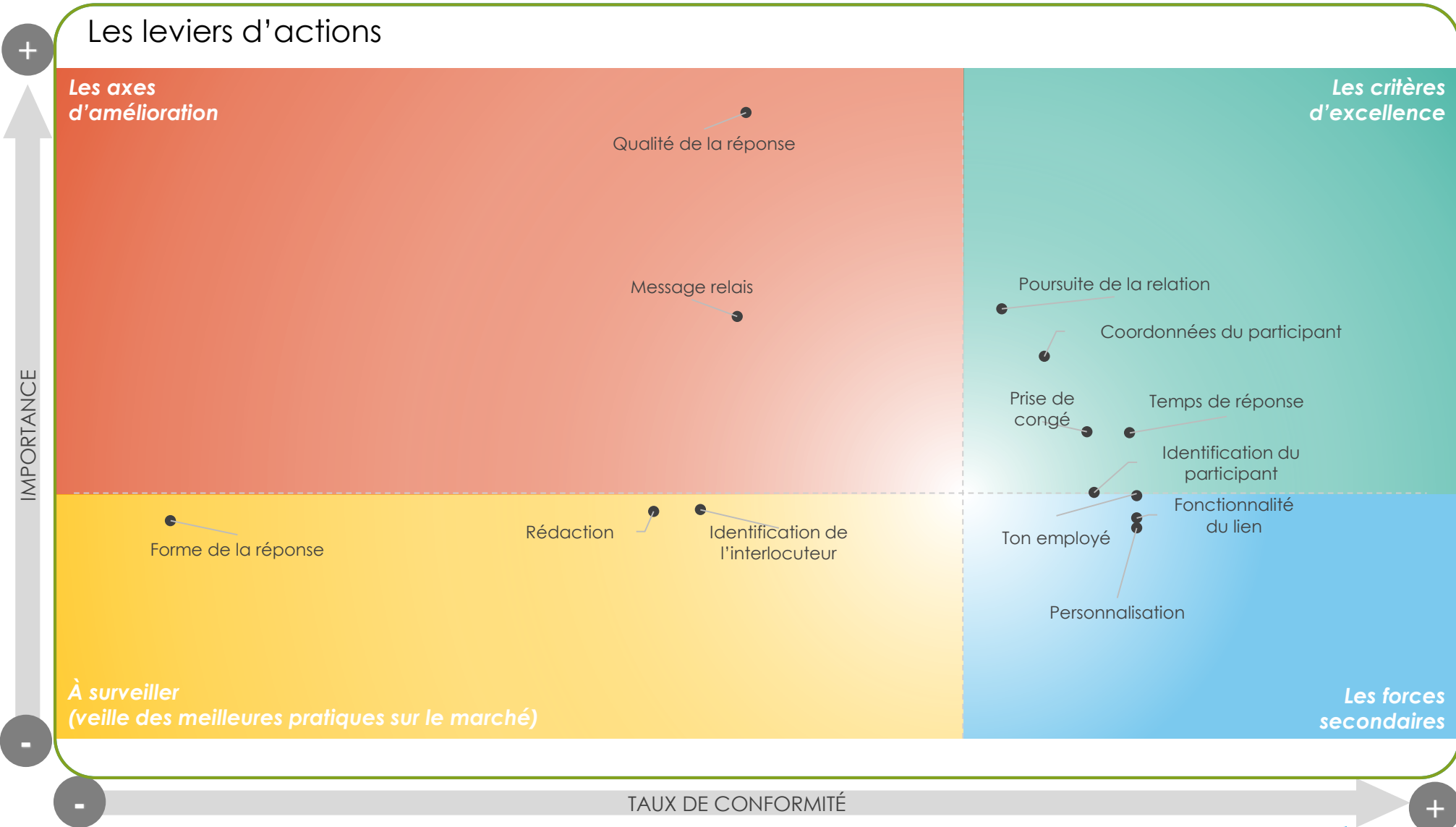
La réalisation du mapping d'importance repose sur le calcul de la contribution des critères détaillés à la note globale de conformité sur 20.

Cette méthode statistique permet de hiérarchiser les critères en fonction de l'intensité de leur liaison avec la note globale de conformité.

Chaque critère est positionné selon son niveau d'importance dans la note globale (axe d'importance en ordonné) et le taux de conformité obtenu par votre entreprise (axe de conformité en abscisse).

Les critères en haut à gauche du mapping constituent les leviers prioritaires pour augmenter la note globale de conformité.

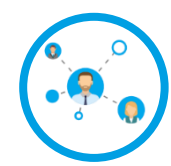
Exemple : La qualité de la réponse est le critère le plus important dans l'explication de la note de conformité globale, et enregistre pour votre entreprise un score de conformité inférieur par rapport au niveau d'importance du critère : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...





Vert ou rouge: signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants

* Critères complets en page 48



Réseaux sociaux

Évolution des résultats

		Résultats ESCDA 2017		Résultats ESCDA 2018		Résultats ESCDA 2017		Résultats ESCDA 2020	
		Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon	Note	% de scores Bon
Gestion de la disponibilité									
C1	Quelque soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C2	Le réseau social propose clairement d'autres canaux de contact.	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
Ergonomie et accessibilité									
C3	Personnalisation avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	1,75	88%	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C4	Message rédigé dans un français correct, sans faute d'orthographe et/ou de grammaire et adapté au canal.	2,00	100%	2,00	100%	1,50	75%	1,80	90%
C5	La réponse est concise et apparaît en 6 lignes (sur le mur) ou 1 page (en message privé).	2,00	100%	1,78	89%	2,00	100%	2,00	100%
C6	Prise de congé avec une formule de politesse.	2,00	100%	1,33	67%	2,00	100%	2,00	100%
C7	L'interlocuteur est identifié par son prénom et/ou son nom.	0,00	0%	1,56	78%	2,00	100%	2,00	100%
C8	Le répondant laisse ses coordonnées dans le message de réponse.	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%	-	-
Gestion de la disponibilité									
C9	Message répondu sous 2h ouvrées.	1,13	38%	1,78	78%	1,50	75%	1,40	50%
C10	Message relais comprenant un délai de réponse identifié et respecté inférieur à 12h ouvrées.	-	-	-	-	-	-	-	-
Impression générale sur le service									
C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	4,00	100%	2,00	33%	2,50	38%	3,20	80%
C12	Le lien hypertexte présent sur la page de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	2,00	100%	2,00	100%	1,20	60%	1,60	80%
Qualité technique									
C13	Impression générale : la qualité globale de l'échange est évaluée.	1,63	63%	1,33	33%	1,38	38%	1,50	50%
C14	Qualité et constance du ton employé.	2,00	100%	1,78	78%	2,00	100%	2,00	100%
Total		13,63		14,94		13,57		18,18	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		13,63		14,94		13,57		18,18	

Le résultat 2020 en vert ou en rouge signifie qu'il est supérieur ou inférieur au résultat 2019

* Critères complets en page 48



Chat



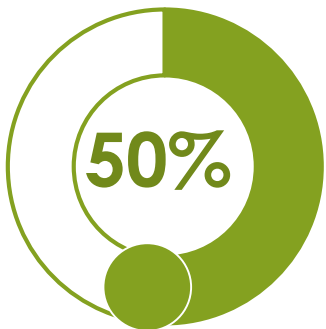


Conversations abouties

Votre entreprise

2020

2019



Votre catégorie

95%

86%

Ensemble des participants

98%

81%

Ensemble des lauréats

99%

94%

Les cas d'inaccessibilité

3

Fenêtre(s) de chat indisponible(s) ou non proposée(s)

1

Prise en charge > 3 min depuis le début de la communication

3

Temps de réponse à la première interaction > 3 min

3

Interaction(s) non répondue(s)

Temps moyen

Votre entreprise



Votre catégorie

43 sec

5min 12sec

Ensemble des participants

35 sec

4min 26sec

Ensemble des lauréats

15 sec

3min 31sec

Temps de réponse moyen aux demandes

Durée moyenne de la conversation

Vert ou rouge : signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants



La réalisation du mapping d'importance repose sur le calcul de la contribution des critères détaillés à la note globale de conformité sur 20.

Cette méthode statistique permet de hiérarchiser les critères en fonction de l'intensité de leur liaison avec la note globale de conformité.

Chaque critère est positionné selon son niveau d'importance dans la note globale (axe d'importance en ordonné) et le taux de conformité obtenu par votre entreprise (axe de conformité en abscisse).

Les critères en haut à gauche du mapping constituent les leviers prioritaires pour augmenter la note globale de conformité.

Exemple : La qualité de la réponse est le critère le plus important dans l'explication de la note de conformité globale, et enregistre pour votre entreprise un score de conformité inférieur par rapport au niveau d'importance du critère : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...

Les leviers d'actions

Les axes d'amélioration

Personnalisation

Rédaction

IMPORTANCE

Historique de conversation

Lisibilité

Fonctionnalité du lien

À surveiller (veille des meilleures pratiques sur le marché)

Les critères d'excellence

Qualité de la réponse

Ton employé

Réactivité

Accueil

Visibilité

Temps de prise en charge

Prise de congé

Forme de la réponse

Les forces secondaires

TAUX DE CONFORMITÉ



Accessibilité et gestion de la disponibilité

		Nombre de tests	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C1	Nombre de clics pour accéder à la fenêtre de chat inférieur ou égal à 4.	5	2,00	100%	2,00	100%	1,92	94%
C2	Prise en charge par un conseiller via une fenêtre de chat entre 30 secondes et 1 minute 30.	5	1,80	80%	1,80	80%	1,84	85%
C3	Chaque question du client mystère est répondu de manière réactive en moins de 45 secondes.	5	1,40	60%	1,40	60%	1,72	78%

Relationnel

C4	Conseiller identifié par son prénom et/ou son nom et débutant la conversation par une formule de politesse.	5	2,00	100%	2,00	100%	1,98	98%
C5	Personnalisation avec la civilité et/ou le prénom et/ou le nom du client mystère.	2	2,00	100%	2,00	100%	1,63	74%
C6	Conversation rédigée dans un français correct sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	5	1,20	60%	1,20	60%	1,08	54%
C7	Prise de congé : fiabilisation et formule de politesse.	3	2,00	100%	2,00	100%	1,67	72%

Qualité de la réponse

C8	Réponses envoyées phrase par phrase et non par bloc.	5	1,60	80%	1,60	80%	1,70	85%
C9	Le lien hypertexte présent dans la conversation permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	0	-	-	-	-	1,78	89%
C10	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	5	2,40	40%	2,40	40%	2,46	50%

Qualité de la réponse et qualité humaine

C11	Conversation lisible et sans signe d'incompatibilité.	5	1,60	80%	1,60	80%	1,98	99%
C12	Un moyen de sauvegarder la conversation est clairement visible depuis la fenêtre de chat.	4	1,50	75%	1,50	75%	1,42	71%

Qualité technique

C13	Impression générale : la qualité globale de la conversation est évaluée.	5	1,60	60%	1,60	60%	1,23	36%
C14	Qualité et constance du ton employé.	5	2,00	100%	2,00	100%	1,82	89%

Total	10	8,10	8,10	9,12
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service	5	16,21	16,21	16,04

Vert ou rouge: signifie que le résultat est significativement supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants

* Critères complets en page 49



Accessibilité et gestion de la disponibilité

		Résultats ESCDA 2018		Résultats ESCDA 2019		Résultats ESCDA 2020	
		Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C1	Nombre de clics pour accéder à la fenêtre de chat inférieur ou égal à 4.	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C2	Prise en charge par un conseiller via une fenêtre de chat entre 30 secondes et 1 minute 30.	2,00	100%	2,00	100%	1,80	80%
C3	Chaque question du client mystère est répondu de manière réactive en moins de 45 secondes.	1,57	57%	1,57	57%	1,40	60%

Relationnel

C4	Conseiller identifié par son prénom et/ou son nom et débutant la conversation par une formule de politesse.	1,86	86%	1,86	86%	2,00	100%
C5	Personnalisation avec la civilité et/ou le prénom et/ou le nom du client mystère.	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C6	Conversation rédigée dans un français correct sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	1,43	71%	1,43	71%	1,20	60%
C7	Prise de congé : fiabilisation et formule de politesse.	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%

Qualité de la réponse

C8	Réponses envoyées phrase par phrase et non par bloc.	1,71	86%	1,71	86%	1,60	80%
C9	Le lien hypertexte présent dans la conversation permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	-	-	-	-	-	-
C10	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	2,29	29%	2,29	29%	2,40	40%

Qualité de la réponse et qualité humaine

C11	Conversation lisible et sans signe d'incompatibilité.	2,00	100%	2,00	100%	1,60	80%
C12	Un moyen de sauvegarder la conversation est clairement visible depuis la fenêtre de chat.	0,29	14%	0,29	14%	1,50	75%

Qualité technique

C13	Impression générale : la qualité globale de la conversation est évaluée.	1,29	29%	1,29	29%	1,60	60%
C14	Qualité et constance du ton employé.	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%

Total	11,05	11,05	8,10
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service	11,05	11,05	8,10

Le résultat 2020 en **vert** ou en **rouge** signifie qu'il est **supérieur** ou **inférieur** au résultat 2019

* Critères complets en page 49

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 »

2



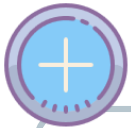
Réponse « Partielle »

1



Réponse « Fausse »

0



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.

Volumétrie et règles d'accessibilité (1/2)



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 3 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



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 12h ouvrées



Les publications ou commentaires non répondus



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

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

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.

o 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)

o 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)			

o 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 (0,85)			

○ 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 (0,85)			

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 (0,80)		

Récapitulatif des critères : Téléphone



Gestion de la disponibilité

C8	Temps de décroché	L'appel est décroché en moins de 5 sonneries ou 20 secondes.
C10	Accès au service désiré	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).
C9	Prise en charge du contact	Le client mystère est pris en charge en moins d'1 minute après avoir choisi de parler à un conseiller.
C12	Mise en attente	Le conseiller prévient le client mystère d'une mise en attente, l'oriente vers une musique ou un message vocal d'une durée maximum d'1 minute et reprend l'appel par une formule de politesse (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate).
C11	Réponse différée	Proposition et engagement de rappel en moins de 12 heures ouvrées (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate).

Relationnel

C2	Identification	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).
C1	Accueil du contact	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.
C3	Savoir dire	Le conseiller utilise des mots adaptés au service demandé (vocabulaire aisément compréhensible, absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).
C4	Reformulation	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.
C5	Transfert	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).
C6	Savoir écouter	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.
C7	Prise de congé	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.

Qualité de la réponse et qualité humaine

C13	Qualité de la réponse	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.
C14	Impression générale	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).
C15	Qualité du ton	Le client mystère mesure la qualité et constance du ton employé par le conseiller tout au long de l'entretien.

Récapitulatif des critères : E-mails ou formulaires



Gestion de la disponibilité

C9	Temps de réponse	L'e-mail est répondu sous 1 jour ouvré.
C10	E-mail relais	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).

Relationnel

C1	Expéditeur	L'adresse e-mail ou le nom de l'expéditeur est compréhensible et permet d'identifier le participant.
C2	Objet	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.
C3	Personnalisation	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.
C5	Contexte	La situation de la demande initiale est résumée (rappel du contexte).
C4	Rédaction	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).
C7	Identification	L'interlocuteur répondant à l'e-mail est identifié par sa civilité et/ou son prénom et/ou son nom.
C8	Poursuite de la relation	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...).
C6	Prise de congé	L'e-mail comprend une prise de congé avec une formule de politesse.

Qualité de la réponse et qualité humaine

C11	Qualité de la réponse	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.
C12	Impression générale	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).
C13	Ton employé	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.
C14	Lisibilité	L'e-mail est lisible et ne comporte pas de signe d'incompatibilité avec le navigateur Internet, le logiciel ou le fournisseur utilisé.

Récapitulatif des critères : Navigations Internet



Ergonomie et accessibilité

C1	Visibilité	Le libre-service ou le moteur de recherche ou l'agent virtuel est visible et accessible à partir de la page d'accueil.
C2	Fonctionnalité	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).
C3	Efficacité	Les pages visitées sont toutes utiles (absence de page tunnel, page sponsorisée, pop-in ou pop-up publicitaire ou d'enquête de satisfaction).
C4	Rétroactivité	Le client mystère, en cours de navigation, peut revenir sur la page précédente sans l'affichage d'un message d'erreur.
C5	Attractivité	Le nombre de clics pour accéder à une information est inférieur ou égal à 4.
C6	Identification	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.
C7	Forme de la réponse	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.
C8	Savoir faire	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).

Qualité de la réponse

C9	Rédaction	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).
C10	Poursuite de la relation	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).
C11	Qualité de la réponse	Le client mystère consulte une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.

Impression générale sur le service

C12	Impression générale	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).
-----	---------------------	---

Qualité technique

C13	Lisibilité	La navigation se déroule sans signe d'incompatibilité avec le navigateur, le fournisseur ou le modèle de smartphone ou de tablette.
-----	------------	---

Récapitulatif des critères : Réseaux Sociaux



Ergonomie et accessibilité

C1	Identification du Participant	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice (un logo, une photo...).
C2	Coordonnées du Participant	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...).

Relationnel

C3	Personnalisation	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.
C4	Rédaction	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).
C5	Forme de la réponse	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.
C6	Prise de congé	La réponse comprend une prise de congé avec une formule de politesse.
C7	Identification de l'interlocuteur	L'interlocuteur est identifié par son prénom et/ou son nom.
C8	Poursuite de la relation	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).

Gestion de la disponibilité

C9	Temps de réponse	Le message est répondu sous 2 heures ouvrées.
C10	Message relais	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 12 heures ouvrées (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate ou sans réponse intermédiaire).

Qualité de la réponse

C11	Qualité de la réponse	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.
C12	Fonctionnalité du lien	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).

Qualité humaine

C13	Impression générale	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	Ton employé	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.

Récapitulatif des critères : Chat



Accessibilité et gestion de la disponibilité

C1	Visibilité	Le nombre de clics pour accéder à la fenêtre de chat est inférieur ou égal à 4.
C2	Temps de prise en charge	Le client mystère est pris en charge par un conseiller via une fenêtre de chat en moins de 30 secondes.
C3	Réactivité	Le conseiller répond à chaque question du client mystère de manière réactive en moins de 45 secondes.

Relationnel

C4	Accueil	Le conseiller est identifié par son prénom et/ou son nom et débute la conversation par une formule de politesse.
C5	Personnalisation	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	Rédaction	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	Prise de congé	Le conseiller s'assure d'avoir répondu à toutes les questions du client mystère et prend congé au moyen d'une formule de politesse.

Qualité de la réponse

C8	Forme de la réponse	Le conseiller envoie ses réponses phrase par phrase et non par bloc afin de faciliter l'expérience du client mystère.
C9	Fonctionnalité du lien	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	Qualité de la réponse	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.

Qualité technique

C11	Lisibilité	La conversation se déroule sans signe d'incompatibilité avec le navigateur ou le fournisseur.
C12	Historique de conversation	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	Impression générale	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	Ton employé	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.

Un grand merci pour votre participation à l'Élection du Service Client de l'Année 2020.

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.

