

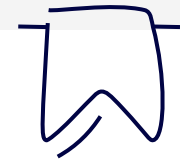


19^{ème} édition!

RAPPORT D'ÉTUDE

— PARTICIPANT X









01 { **Contexte, objectifs et méthodologie** *Page 3*

02 { **Enseignements et résultats** *Page 7*

03 { **Résultats détaillés par canal**

-  Appels téléphoniques *Page 13*
-  E-mails et/ou formulaires *Page 19*
-  Navigations Internet *Page 24*
-  Réseaux sociaux *Page 29*
-  Chat *Page 34*

04 { **Annexes** *Page 39*



1

Contexte, objectifs et méthodologie



OBSERVATOIRE DES SERVICES CLIENTS 2024

Entre conservatisme et modernité



+4 pts vs 2023



79%

des Français jugent que les marques font de plus en plus d'effort pour répondre aux demandes via les **canaux à distance**

Vs

45%

Pour le **face-à-face**



INDISPENSABLE TÉLÉPHONE !



Pour **96%** des Français les services clients doivent obligatoirement être **joignables par téléphone**



Un supplément de technologie...

...En partie redoutée

58%

des Français veulent que l'IA analyse leur demande pour **gagner en rapidité et efficacité**

↳ Score le plus élevé en Europe

89%

des Français pensent que l'IA va gérer partiellement les services clients dans **moins de 10 ans**

59%

Mais seulement



le souhaite **VRAIMENT**

↳ Score le plus faible en Europe

Un supplément de réglementation

77%

pensent que l'IA générative* doit être **réglementée par l'État**

61%

souhaitent que la réglementation **préserve les emplois**



a le sentiment que l'État doit **mieux protéger** les consommateurs

55% **52%** **35%**

* Intelligence Artificielle capable de générer du texte, des images, des vidéos ou d'autres médias.

Qui sont les participants ?

Présence des participants sur les canaux évalués



E-mails et/ou formulaires

91%

- 4 pts vs 2025



Réseaux sociaux

91%

- 2 pts vs 2025



Chat

38%

- 9 pts vs 2025

Équipes

En moyenne, les participants ont **279** conseillers

36%
ont moins de 50

+ 3 pts vs 2025

41%
ont entre 50 et 250

- 2 pts vs 2025

23%
ont plus de 250

- 1 pt vs 2025

Relation client externalisée ou internalisée

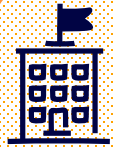
71%
externalisent leur relation client

+ 9 pts vs 2025

42% utilisent au moins 2 prestataires différents

65% en confient une partie à l'étranger
+ 19 pts vs 2025

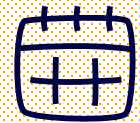
Méthodologie



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



205 tests clients mystères
par entreprise



8 semaines d'évaluation
du lundi 12 mai au
samedi 5 juillet 2025



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



10 à 15 critères
évalués par canal



**Poids du canal dans la notation finale*



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 et **obtenir une note supérieure ou égale à 12,5/20**.



2

Enseignements et résultats



Enseignements et résultats

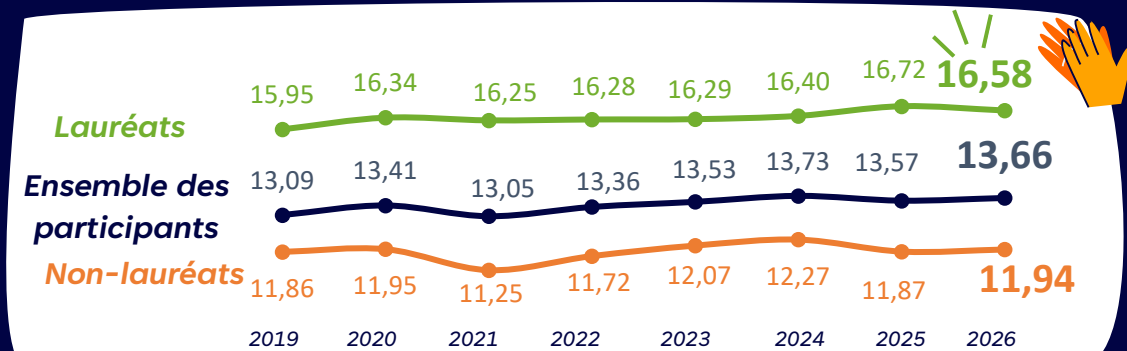


Une 19ème édition portée par les non-lauréats qui progressent !

La note moyenne sur l'ensemble des participants lors de cette 19^{ème} édition est de 13,66/20 (en légère hausse de 0,67%).

Les lauréats performent avec une note globale de 16,58/20 : il s'agit d'une des meilleures notes enregistrées sur les 8 dernières années, bien qu'en légère baisse de 0,83% (16,72).

Les non-lauréats avec une note globale de 11,94/20 progressent par rapport à l'an dernier (+ 0,56%) : pour la première fois sur les 8 dernières années, leur évolution est meilleure que celles des lauréats sur tous les canaux confondus.



LE CANAL TÉLÉPHONE obtient un score de **13,64/20**, en baisse sur l'ensemble des participants par rapport à l'édition 2025 (- 1,29%). La note enregistrée par les lauréats est de 16,61 en baisse (- 2,43%).

Sur cette édition, la **qualité de service** reste globalement **performante** (82% comme sur l'édition 2025), avec une attente moyenne de 41 secondes (contre 40 secondes l'an dernier).

La **baisse** par rapport à 2025 porte essentiellement sur les **procédures en cas de non-réponse immédiate** : l'**engagement de rappel** en moins de 12 heures ouvrées ou le **transfert** vers un nouvel interlocuteur (taux de conformité en baisse de 6 à 8 pts).



Ce canal donne **satisfaction** pour l'**identification de l'entreprise** (99% de conformité), l'**accueil du conseiller** (89% de conformité) et la **qualité du relationnel**, plus particulièrement l'**écoute du conseiller**, le **vocabulaire utilisé** et le **ton employé** (scores de conformité compris entre 93% et 99%).



Les **axes de progrès** portent sur la qualité de la réponse (45% de réponses conformes, en baisse de 2 pts) et l'impression générale (64% de conformité, en baisse de 2 pts). Autre levier d'amélioration : la prise de congés (55% de conformité).



LES E-MAILS ET/OU FORMULAIRES enregistrent une moyenne de **12,57/20**, en hausse sur l'ensemble des participants (+ 2,53%). Les lauréats, obtiennent un score de 16,70/20, stable par rapport à l'an dernier (16,66) alors que les non-lauréats progressent de 2,42% (10,39).

Une **amélioration** par rapport à l'édition 2025 sur plusieurs indicateurs, notamment le **taux de réponse** (78% de conformité pour l'ensemble des participants VS 77%). Le **délaï de réponse** sous 1 jour ouvré reste **satisfaisant** (90% de conformité malgré un délai moyen de réponse de 6h20 contre 5h19 l'an dernier).



Les **atouts** de ce canal sont principalement les **critères relationnels** par rapport à l'édition précédente : **l'identification de l'entreprise** (84% de conformité, en hausse de 2 pts) et celle **du conseiller** (86% de conformité), la **personnalisation de la réponse** (82% de conformité). La **prise de congé** (97% de conformité) et la **qualité du ton** du conseiller (95% de scores bons) sont également appréciées. La **compatibilité/lisibilité** avec les différents Webmails enregistre une progression sur cette édition (91% de conformité, en hausse de 3 pts).



Les **principaux axes d'amélioration**, bien qu'en progression sur cette édition, portent sur **l'objet de l'e-mail** (63% de conformité, en hausse de 6 pts), le **rappel du contexte** (70% de conformité, en hausse de 6 pts) et la **qualité rédactionnelle** (75% vs 61% de conformité). Autres sources de progrès : la **qualité de la réponse** (52% de conformité, en hausse de 4 pts) et **l'impression générale** (51%).



LES NAVIGATIONS INTERNET obtiennent la **meilleure note** (17,82/20) tous canaux confondus, en progression par rapport à l'édition précédente sur l'ensemble des participants (17,22). C'est sur ce canal que les résultats sont les plus proches entre lauréats (18,01) et non-lauréats (17,73) avec une amélioration plus importante pour les non-lauréats (+ 3,68% contre + 2,87% pour les lauréats).

Ce canal enregistre d'**excellents résultats** notamment grâce à une **accessibilité des sites Internet très élevée** (99,8%) et une hausse de plusieurs indicateurs concernant **l'ergonomie** et **la qualité de la réponse**.



Les **points forts** de ce canal concernent la **visibilité du libre-service** (99% de conformité) et les **indicateurs d'ergonomie** comme la **rétroactivité** des pages (100% de conformité), la **concision de la réponse** (99% de conformité) ainsi que la **fluidité des navigations** (absence de page tunnel, de pop-up...) avec 92% de conformité. Autres forces : **l'absence de signes d'incompatibilité avec les navigateurs** ou les fournisseurs (99% de conformité) et **l'efficacité du moteur de recherche en hausse** sur cette édition (avec 82% de scores bons, en hausse de 4 pts).



Les **axes de progrès** concernent : **l'impression générale** du site Internet (64% de scores bons contre 51% l'an dernier), le **nombre de clics** pour accéder à la réponse recherchée (65% de conformité, en hausse de 7 pts) et la **qualité de la réponse** (78%, en hausse de 5 pts).

Enseignements et résultats



LES RÉSEAUX SOCIAUX enregistrent un score de **13,99/20** contre 14,01 lors de l'édition précédente. Les lauréats avec un score de 17,39 accusent une baisse (- 1,28%) alors que les non-lauréats restent stables (avec une note de 12,35).

Sur cette édition, les **délais de réponse s'améliorent** auprès des non-lauréats mais restent plus longs : en effet, le **taux de réponse** sous 12 heures ouvrées est de 84% pour l'ensemble des participants (contre 79% pour les non-lauréats) avec un **déla**

Par rapport à l'an dernier, la **qualité de la réponse** et la **qualité globale de l'échange** progressent.



Ce canal donne **satisfaction** pour la **qualité du relationnel** particulièrement la **qualité rédactionnelle** (85% de conformité en hausse de 3 pts), la **concision de la réponse** (100% de conformité) et le **ton employé** (97% de conformité en hausse de 7 pts). La **prise de congé** (80% de conformité) est également appréciée.



Les principaux **axes d'amélioration** portent sur la **qualité de la réponse** (49%, en hausse de 5 pts par rapport à l'édition 2025) et la **qualité globale de l'échange** (68% de conformité, en hausse de 11 pts). Les autres sources de progrès : l'engagement du **déla**



LE CHAT enregistre un score de **11,77/20** sur l'ensemble des participants, en hausse par rapport à l'an dernier (+ 5,19%). Les lauréats obtiennent une note de 14,94 en baisse par rapport à l'édition 2025 (- 1,77%). Les non-lauréats progressent fortement sur ce canal (9,71 soit une hausse de 14,15%).

Par rapport à l'édition précédente, le **taux de disponibilité s'améliore** auprès des non-lauréats (63% contre 55% soit une hausse de 14%) mais reste moins performant que l'ensemble des participants (72%).

Ce canal enregistre une hausse de plusieurs indicateurs par rapport à 2025 notamment concernant le **relationnel** et la **qualité de l'échange**.



Les **points forts** portent sur l'**accès à une fenêtre de chat** en 4 clics maximum (92% de conformité) et l'**identification du conseiller** (99% de conformité). Autres forces du canal : le **déroulement de la conversation** (98% de scores bons) et le **ton employé** par le conseiller (97% de conformité), la **possibilité de sauvegarder la conversation** (86% en hausse de 4 pts) et l'**absence de signes d'incompatibilité avec les navigateurs** ou les fournisseurs (100% de conformité).



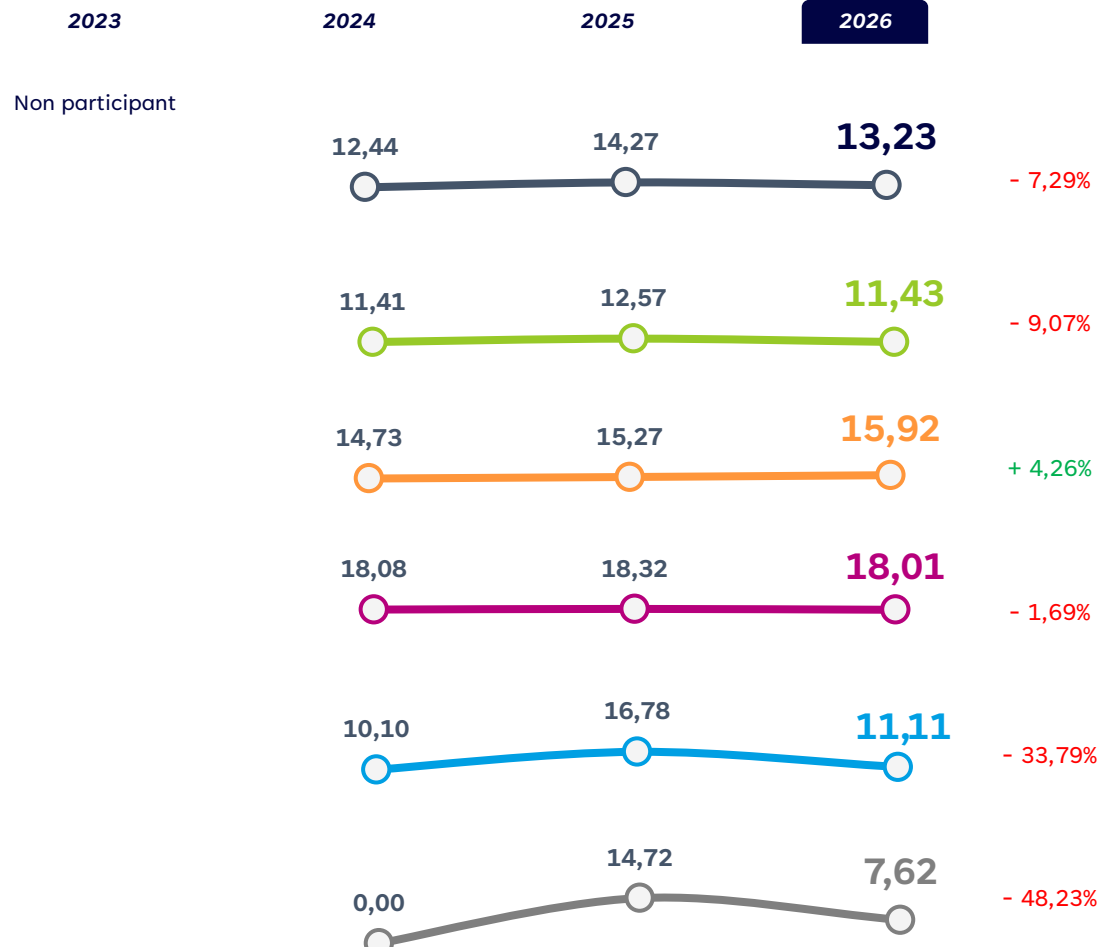
Les **axes de progrès** concernent la **qualité de la réponse** (45% de conformité), la **personnalisation de la réponse** (56% de conformité, en hausse de 11 pts) et la **qualité globale de l'échange** (58% contre 46% l'an dernier). La **qualité rédactionnelle** poursuit sa progression (66% de conformité, en hausse de 3 pts) sans revenir à son niveau de 2023.

Synoptique des résultats au global et par canal



Votre entreprise

ÉVOLUTION
2026 vs 2025



VOTRE CATÉGORIE	ENSEMBLE DES PARTICIPANTS	ENSEMBLE DES LAURÉATS
Résultats 2026		
12,55 - 9,37%	13,57 - 1,17%	16,72 + 1,95%
11,93 - 6,80%	13,82 + 1,21%	17,03 + 4,45%
12,19 - 15,86%	12,26 - 5,62%	16,66 - 1,72%
17,86 - 3,15%	17,22 - 0,54%	17,51 - 0,40%
15,00 - 6,31%	14,01 + 0,12%	17,61 + 2,59%
7,81 - 14,04%	11,19 - 2,79%	15,21 + 4,28%

Note globale



Appels téléphoniques



E-mails et/ou formulaires



Navigations Internet



Réseaux sociaux



Chat

Note moyenne sur 20



3

Résultats détaillés par canal



Appels téléphoniques



E-mails et/ou formulaires



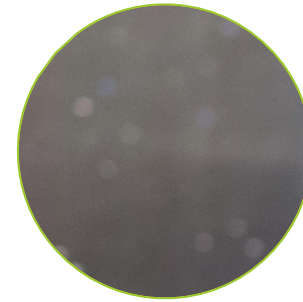
Navigations Internet



Réseaux sociaux



Chat





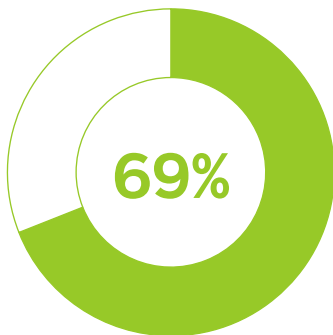
Accessibilité

Appels téléphoniques



Qualité de service

VOTRE ENTREPRISE



Les cas d'inaccessibilité



Message(s) de saturation ou de dissuasion



Prise(s) en charge > 4 min



Coupure(s) avant la mise en relation

Évolution de la qualité de service

2023

2024

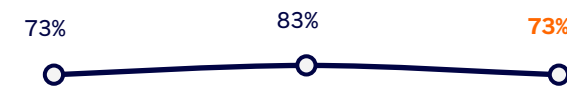
2025

2026

Votre entreprise



VOTRE CATÉGORIE



ENSEMBLE DES PARTICIPANTS



ENSEMBLE DES LAURÉATS





Accessibilité

Appels téléphoniques



Temps moyen

	Accès au service désiré	Prise en charge du contact par un conseiller	Durée totale de l'appel
Votre entreprise	53sec	1min17sec	4min01sec
VOTRE CATÉGORIE	50sec	52sec	3min22sec
ENSEMBLE DES PARTICIPANTS	39sec	40sec	4min08sec
ENSEMBLE DES LAURÉATS	36sec	35sec	4min24sec

Temporalité

	Jour de contact						Horaire	
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Matin	Après-midi*
Votre entreprise	12,18	11,87	11,66	14,07	13,24	4,88	12,73	10,48
VOTRE CATÉGORIE	9,32	12,53	12,94	13,13	13,15	9,55	12,56	11,34
ENSEMBLE DES PARTICIPANTS	13,54	13,83	13,81	14,06	13,86	13,70	13,99	13,67
ENSEMBLE DES LAURÉATS	17,01	17,04	17,21	17,08	17,05	16,49	17,10	16,96

Qualité de service par jour et tranche horaire

	Jour de contact						Horaire	
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Matin	Après-midi*
Votre entreprise	76%	74%	67%	88%	77%	30%	78%	63%
VOTRE CATÉGORIE	58%	77%	79%	80%	80%	58%	77%	70%
ENSEMBLE DES PARTICIPANTS	81%	82%	82%	84%	83%	82%	83%	81%
ENSEMBLE DES LAURÉATS	95%	95%	96%	96%	95%	93%	95%	95%

*à partir de 14h

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



Enseignements

Appels téléphoniques



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 ordonnée) 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 faible score de conformité : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...

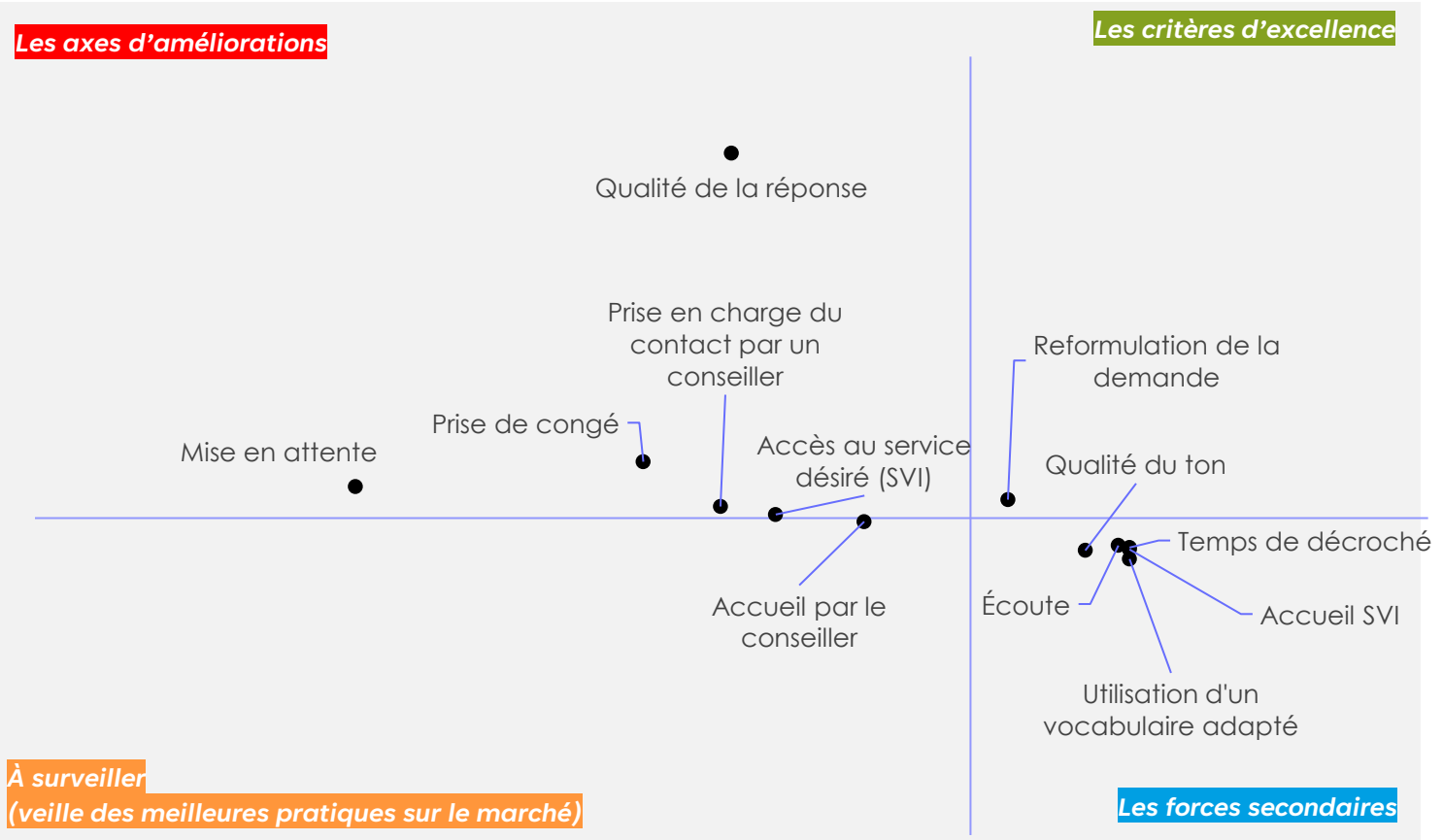
Importance



Les axes d'améliorations

Les leviers d'actions

Les critères d'excellence



Taux de conformité



Résultats détaillés ESCDA 2026

Appels téléphoniques



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.	90	2,00	100%	1,99	100%	1,99	99%
C10	Accès au service désiré par le biais d'un SVI en moins d'1 minute.	90	1,29	64%	1,42	71%	1,73	87%
C9	Prise en charge par un conseiller en moins d'1 minute.	90	1,33	59%	1,60	73%	1,74	81%
C12	Mise en attente : prévient, oriente vers une musique et reprend l'appel avec une formule de politesse en moins d'1 minute.	9	1,11	22%	0,79	21%	1,23	43%
C11	Proposition et engagement de rappel en moins de 12h ouvrées.	0	-	-	0,00	0%	0,88	44%

Relationnel

C2	Raison sociale ou nom commercial énoncé lors de l'accueil par un SVI ou un pré-décroché.	90	2,00	100%	2,00	100%	1,99	99%
C1	Accueil de l'appel : formule de politesse, identification du participant (si celui-ci n'est pas cité par le Standard Vocal Interactif) et du conseiller, élocution correcte et débit adapté.	90	1,73	73%	1,77	80%	1,88	88%
C3	Utilisation d'un vocabulaire adapté (compréhensible, absence d'abréviation...).	90	2,00	100%	2,00	100%	1,99	100%
C4	Reformulation de la demande du client mystère par le conseiller.	90	1,76	88%	1,47	74%	1,51	75%
C5	Transfert : mise en relation avec le bon interlocuteur et transmission de la problématique.	0	-	-	0,50	0%	0,85	27%
C6	Écoute : le conseiller ne coupe pas la parole et recentre le discours si nécessaire.	89	1,98	99%	1,96	98%	1,94	97%
C7	Prise de congé : personnalisation, fiabilisation et laisse au client mystère l'initiative de mettre fin à l'appel.	88	1,22	51%	1,02	35%	1,33	53%

Qualité de la réponse et qualité humaine

C13	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	90	2,69	60%	2,69	58%	2,38	47%
C14	Impression générale : la qualité globale de l'entretien est évaluée (empathie et naturel).	90	1,63	67%	1,58	65%	1,59	65%
C15	Qualité et constance du ton employé.	90	1,91	96%	1,90	95%	1,88	93%

Total		130	11,43		11,93		13,82	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		90	16,52		16,33		16,78	

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



Évolution de vos résultats

Appels téléphoniques



ESCDA 2023

ESCDA 2024

ESCDA 2025

ESCDA 2026

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%	1,98	99%	2,00	100%
C10 Accès au service désiré par le biais d'un SVI en moins d'1 minute.	-	-	1,18	59%	1,31	65%	1,29	64%
C9 Prise en charge par un conseiller en moins d'1 minute.	-	-	1,24	52%	1,17	49%	1,33	59%
C12 Mise en attente : prévient, oriente vers une musique et reprend l'appel avec une formule de politesse en moins d'1 minute.	-	-	0,91	23%	0,96	25%	1,11	22%
C11 Proposition et engagement de rappel en moins de 12h ouvrées.	-	-	2,00	100%	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%
C1 Accueil de l'appel : formule de politesse, identification du participant (si celui-ci n'est pas cité par le Standard Vocal Interactif) et du conseiller, élocution correcte et débit adapté.	-	-	1,97	97%	1,69	71%	1,73	73%
C3 Utilisation d'un vocabulaire adapté (compréhensible, absence d'abréviation...).	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C4 Reformulation de la demande du client mystère par le conseiller.	-	-	0,97	48%	1,05	52%	1,76	88%
C5 Transfert : mise en relation avec le bon interlocuteur et transmission de la problématique.	-	-	-	-	-	-	-	-
C6 Écoute : le conseiller ne coupe pas la parole et recentre le discours si nécessaire.	-	-	2,00	100%	1,92	96%	1,98	99%
C7 Prise de congé : personnalisation, fiabilisation et laisse au client mystère l'initiative de mettre fin à l'appel.	-	-	1,03	30%	1,26	45%	1,22	51%

Qualité de la réponse et qualité humaine

C13 Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	-	-	2,46	52%	2,22	48%	2,69	60%
C14 Impression générale : la qualité globale de l'entretien est évaluée (empathie et naturel).	-	-	1,59	62%	1,47	57%	1,63	67%
C15 Qualité et constance du ton employé.	-	-	1,98	98%	1,92	94%	1,91	96%

Total	-	-	11,41	-	12,57	-	11,43	-
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service	-	-	15,62	-	15,27	-	16,52	-



Appels téléphoniques



E-mails et/ou formulaires



Navigations Internet



Réseaux sociaux



Chat





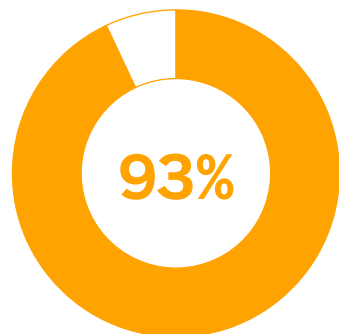
Accessibilité

E-mails et/ou formulaires



Taux de réponse

VOTRE ENTREPRISE



Les cas d'inaccessibilité

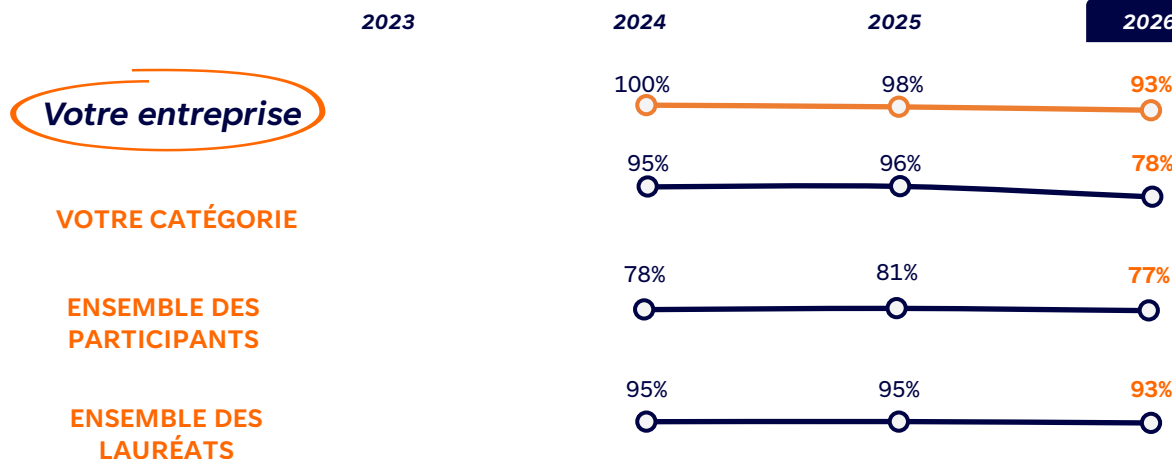
2

Réponse(s) reçue(s)
dans un délai
> 2 jours ouvrés

1

Réponse(s)
non reçue(s)

Évolution du taux de réponse



Délai de réponse

	Temps moyen (calculé en heures ouvrées)	
	2025	2026
Votre entreprise	4h50min	6h12min
VOTRE CATÉGORIE	4h22min	4h50min
ENSEMBLE DES PARTICIPANTS	5h14min	5h19min
ENSEMBLE DES LAURÉATS	3h17min	3h55min



Enseignements

E-mails et/ou formulaires



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 ordonnée) 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 satisfaisant de conformité : il représente donc un atout de différenciation pour votre entreprise...

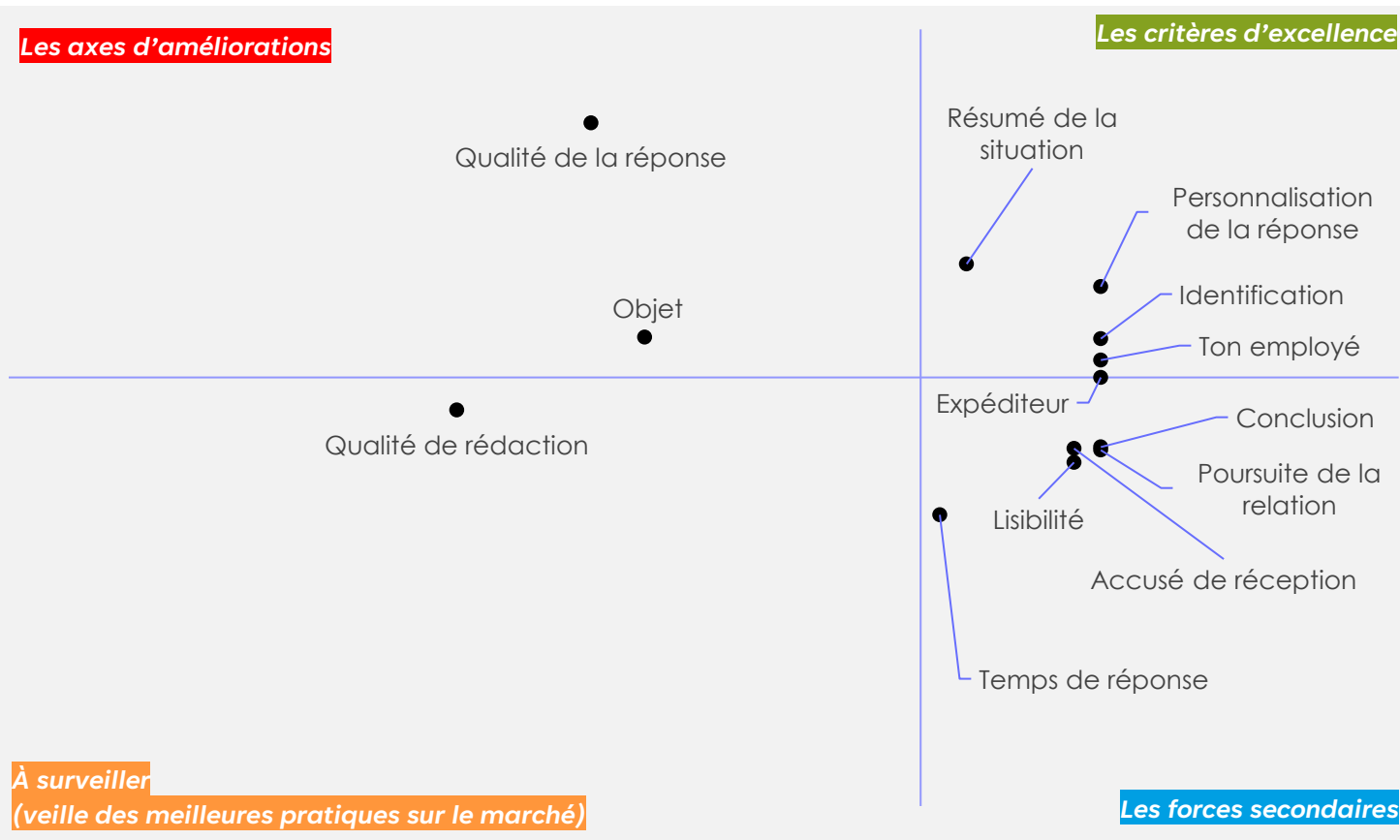
Importance



Les leviers d'actions

Les axes d'améliorations

Les critères d'excellence



Taux de conformité



Résultats détaillés ESCDA 2026

E-mails et/ou formulaires



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 »
C9	E-mail répondu sous 1 jour ouvré.	37	1,78	84%	1,87	89%	1,88	91%
C10	Accusé de réception : délai de réponse identifié et respecté inférieur ou égal à 1 jour ouvré.	37	1,97	97%	1,88	91%	1,23	60%

Relationnel

C1	Adresse e-mail ou nom d'expéditeur du participant compréhensible et identifiable.	37	2,00	100%	1,47	47%	1,80	82%
C2	Objet de l'e-mail : adapté et indique clairement qu'il s'agit d'une réponse suite à une demande.	37	1,54	54%	1,23	28%	1,48	57%
C3	Personnalisation avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	37	2,00	100%	1,89	95%	1,63	82%
C5	Rappel du contexte : la situation de la demande initiale est résumée.	37	1,84	86%	1,72	80%	1,41	64%
C4	E-mail rédigé dans un français correct et sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	37	0,70	35%	0,70	35%	1,23	61%
C7	Identification de l'interlocuteur par sa civilité et/ou son prénom et/ou son nom.	37	2,00	100%	1,85	93%	1,78	89%
C8	E-mail comprenant des coordonnées permettant la poursuite de la relation via un autre canal.	37	2,00	100%	1,96	98%	1,87	94%
C6	Prise de congé avec une formule de politesse.	37	2,00	100%	1,96	98%	1,98	99%

Qualité de la réponse et qualité humaine

C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	37	2,32	49%	2,02	41%	2,30	48%
C12	Impression générale : la qualité globale de l'e-mail et de l'accusé de réception sont évaluées.	37	1,70	70%	1,53	54%	1,55	58%
C13	Qualité et constance du ton employé de l'e-mail.	37	2,00	100%	1,98	99%	1,96	98%
C14	E-mail lisible sans signe d'incompatibilité.	37	1,95	97%	1,34	67%	1,76	88%

Total		40	15,92		12,19		12,26	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		37	17,21		15,56		15,97	

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



Évolution de vos résultats

E-mails et/ou formulaires



ESCCA 2023

ESCCA 2024

ESCCA 2025

ESCCA 2026

Gestion de la disponibilité

		Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C9	E-mail répondu sous 1 jour ouvré.	-	-	1,93	93%	1,87	92%	1,78	84%
C10	Accusé de réception : délai de réponse identifié et respecté inférieur ou égal à 1 jour ouvré	-	-	0,00	0%	0,00	0%	1,97	97%

Relationnel

C1	Adresse e-mail ou nom d'expéditeur du participant compréhensible et identifiable.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C2	Objet de l'e-mail : adapté et indique clairement qu'il s'agit d'une réponse suite à une demande.	-	-	1,00	0%	1,31	31%	1,54	54%
C3	Personnalisation avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	-	-	1,90	95%	2,00	100%	2,00	100%
C5	Rappel du contexte : la situation de la demande initiale est résumée.	-	-	1,80	88%	1,79	87%	1,84	86%
C4	E-mail rédigé dans un français correct et sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	-	-	0,85	43%	1,13	56%	0,70	35%
C7	Identification de l'interlocuteur par sa civilité et/ou son prénom et/ou son nom.	-	-	0,70	35%	1,90	95%	2,00	100%
C8	E-mail comprenant des coordonnées permettant la poursuite de la relation via un autre canal.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C6	Prise de congé avec une formule de politesse.	-	-	2,00	100%	1,95	97%	2,00	100%

Qualité de la réponse et qualité humaine

C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	-	-	2,40	55%	2,00	38%	2,32	49%
C12	Impression générale : la qualité globale de l'e-mail et de l'accusé de réception sont évaluées.	-	-	1,65	68%	1,69	72%	1,70	70%
C13	Qualité et constance du ton employé de l'e-mail.	-	-	1,88	93%	2,00	100%	2,00	100%
C14	E-mail lisible sans signe d'incompatibilité.	-	-	2,00	100%	1,85	92%	1,95	97%

Total		-		14,73		15,27		15,92	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		-		14,73		15,66		17,21	

Le résultat 2026 en vert ou rouge : signifie qu'il est supérieur ou inférieur au résultat 2025



Appels téléphoniques



E-mails et/ou formulaires



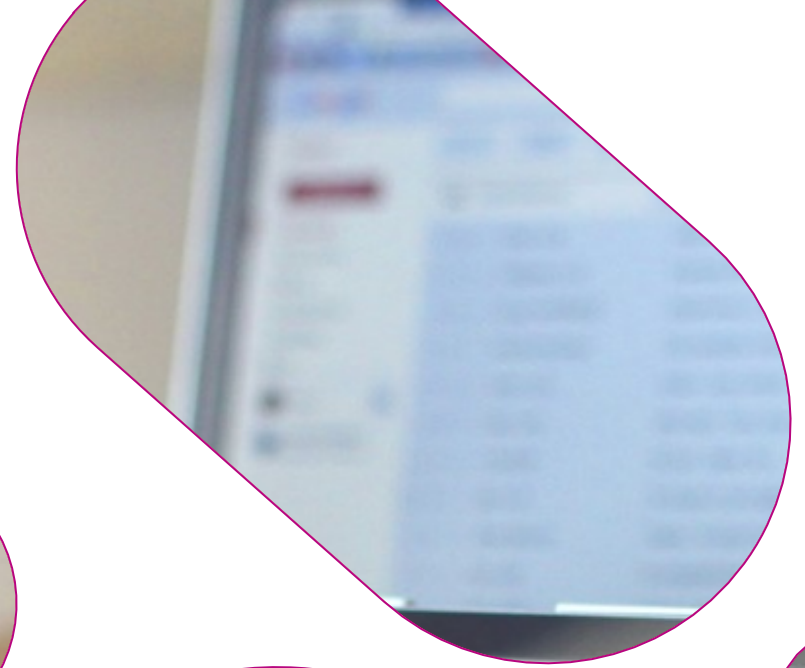
Navigations Internet



Réseaux sociaux



Chat





Accessibilité

Navigations Internet

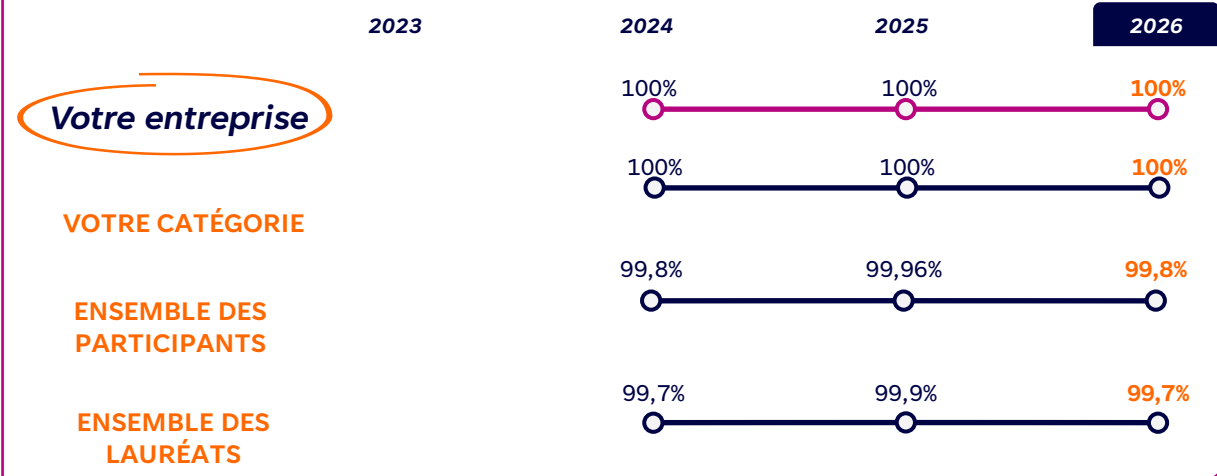


Taux de disponibilité

VOTRE ENTREPRISE

100%

Taux de disponibilité en évolution



Note et nombre de clics moyens

	Note globale		Nombre de clics	
	2025	2026	2025	2026
Votre entreprise	18,32	18,01	3,2	4,1
VOTRE CATÉGORIE	18,44	17,86	4,0	4,5
ENSEMBLE DES PARTICIPANTS	17,32	17,22	4,7	4,9
ENSEMBLE DES LAURÉATS	17,58	17,51	4,5	4,7

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



Enseignements

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 ordonnée) 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 faible score de conformité : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...

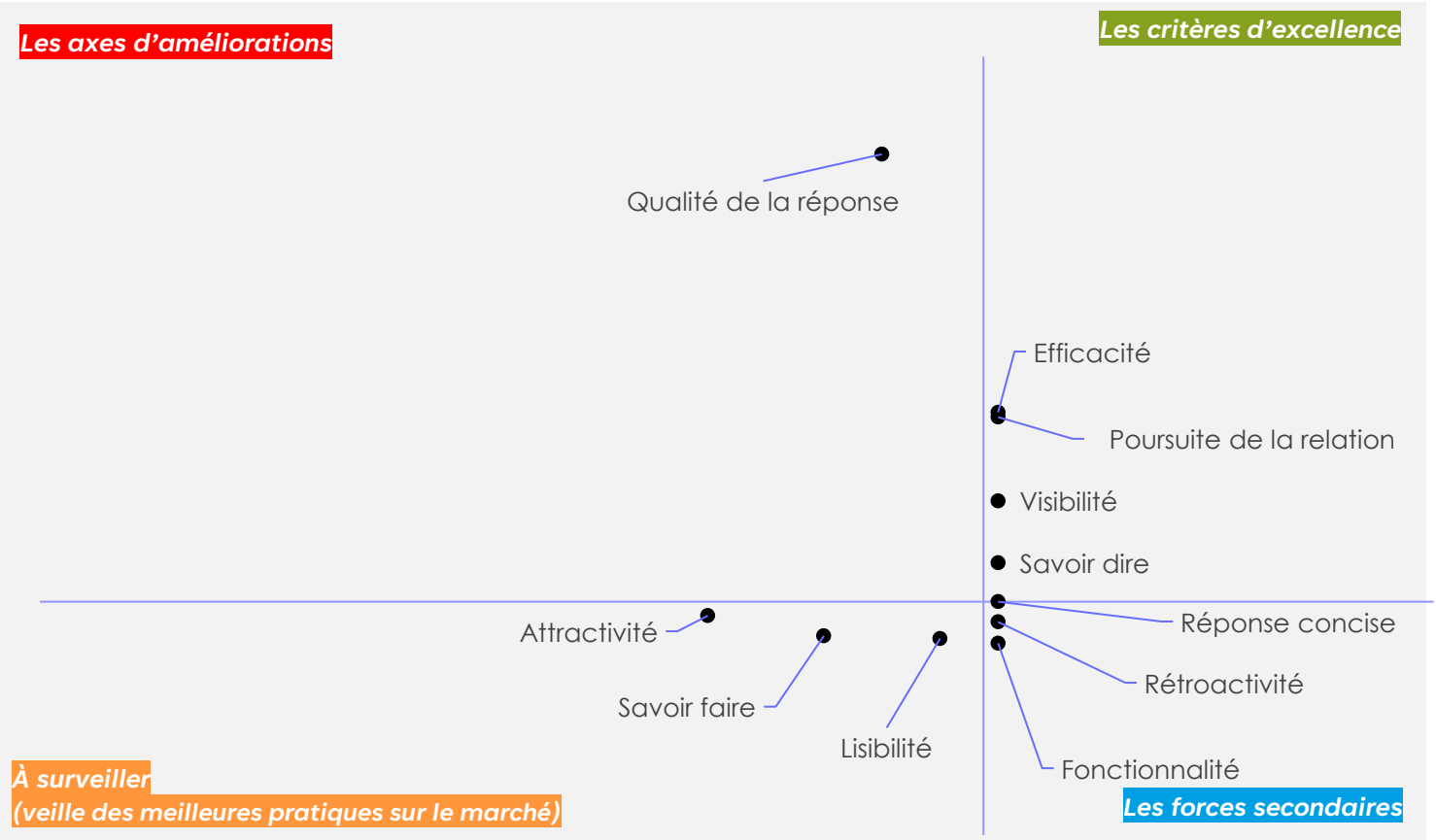
Importance



Les axes d'améliorations

Les leviers d'actions

Les critères d'excellence



Taux de conformité



Résultats détaillés ESCDA 2026

Navigations Internet



Vos résultats

VOTRE CATÉGORIE

ENSEMBLE DES PARTICIPANTS

Ergonomie et accessibilité

		Nombre de tests	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C1	Le libre-service ou le moteur de recherche ou l'agent virtuel ou le chatbot est visible et accessible à partir de la page d'accueil.	15	2,00	100%	2,00	100%	1,96	98%
C2	Le lien hypertexte présent sur la page de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	2	2,00	100%	2,00	100%	1,97	98%
C3	Pages visitées toutes utiles (absence de page tunnel, page sponsorisée...).	15	2,00	100%	2,00	100%	1,88	94%
C4	En cours de navigation, il est possible de faire une rétroaction sans message d'erreur.	15	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C5	Nombre de clics pour accéder à une information inférieur ou égal à 4.	15	1,47	67%	1,36	60%	1,29	58%
C6	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.	5	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C7	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page ou en 2 scroll.	13	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C8	Le moteur de recherche, l'agent virtuel ou le chatbot comprend les mots simples.	15	1,60	80%	1,72	86%	1,57	78%

Qualité de la réponse

C9	Réponse rédigée dans un français correct et sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	13	2,00	100%	2,00	100%	1,99	100%
C10	En cas d'indisponibilité de la réponse, un autre canal de contact est clairement proposé.	2	2,00	100%	2,00	100%	1,98	99%
C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	15	3,47	87%	3,29	82%	3,03	73%

Impression générale sur le service

C12	Impression générale : la qualité globale du site Internet est évaluée.	15	1,47	60%	1,42	53%	1,37	51%
-----	--	----	------	-----	------	-----	------	-----

Qualité technique

C13	La navigation se déroule sans signe d'incompatibilité.	15	1,87	93%	1,96	98%	1,96	98%
-----	--	----	------	-----	------	-----	------	-----

Total		15	18,01		17,86		17,22	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		15	18,01		17,86		17,27	

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



Évolution de vos résultats

Navigations Internet



ESCDA 2023

ESCDA 2024

ESCDA 2025

ESCDA 2026

Ergonomie et accessibilité

		Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C1	Le libre-service ou le moteur de recherche ou l'agent virtuel ou le chatbot est visible et accessible à partir de la page d'accueil.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C2	Le lien hypertexte présent sur la page de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	-	-	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%
C4	En cours de navigation, il est possible de faire une rétroaction sans message d'erreur.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C5	Nombre de clics pour accéder à une information inférieur ou égal à 4.	-	-	1,33	60%	1,60	80%	1,47	67%
C6	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise editrice.	-	-	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%	2,00	100%	2,00	100%
C8	Le moteur de recherche, l'agent virtuel ou le chatbot comprend les mots simples.	-	-	2,00	100%	1,87	93%	1,60	80%

Qualité de la réponse

C9	Réponse rédigée dans un français correct et sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C10	En cas d'indisponibilité de la réponse, un autre canal de contact est clairement proposé.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	-	-	3,20	80%	3,07	73%	3,47	87%

Impression générale sur le service

C12	Impression générale : la qualité globale du site Internet est évaluée.	-	-	1,47	53%	1,67	73%	1,47	60%
-----	--	---	---	------	-----	------	-----	------	-----

Qualité technique

C13	La navigation se déroule sans signe d'incompatibilité.	-	-	1,87	93%	2,00	100%	1,87	93%
-----	--	---	---	------	-----	------	------	------	-----

Total		-		18,08		18,32		18,01	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		-		18,08		18,32		18,01	

Le résultat 2026 en vert ou rouge : signifie qu'il est supérieur ou inférieur au résultat 2025



Appels téléphoniques



E-mails et/ou formulaires



Navigations Internet



Réseaux sociaux



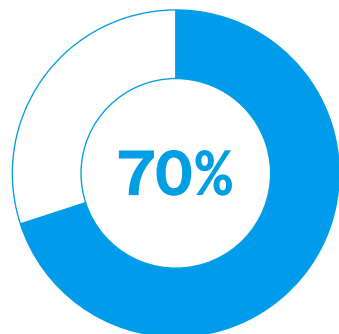
Chat





Taux de réponse

VOTRE ENTREPRISE



Les cas d'inaccessibilité

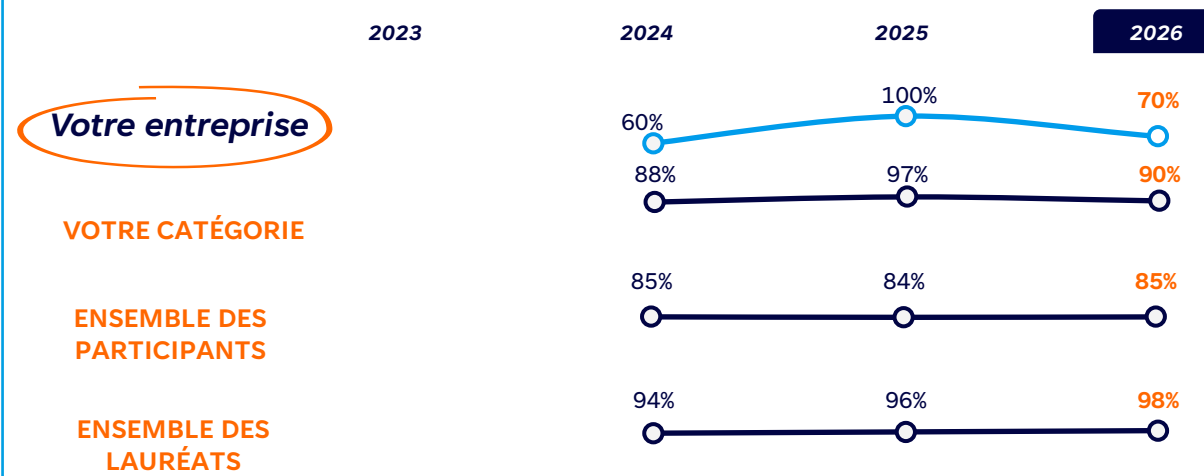


Réponse(s) non reçue(s)



Réponse(s) obtenue(s) dans un délai supérieur à 12h ouvrées

Taux de réponse en évolution



Délai de réponse moyen

(calculé en heures ouvrées)

	2025	2026
Votre entreprise	12min	3h05min
VOTRE CATÉGORIE	2h18min	2h41min
ENSEMBLE DES PARTICIPANTS	3h40min	2h46min
ENSEMBLE DES LAURÉATS	1h42min	1h19min



Enseignements

Réseaux sociaux



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 ordonnée) 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 faible score de conformité : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...

Importance



Les axes d'améliorations

Qualité de la réponse

Prise de congé

Rédaction

À surveiller
(veille des meilleures pratiques sur le marché)

Les leviers d'actions

Les critères d'excellence

Ton employé

Identification de l'interlocuteur

Personnalisation

Savoir Faire

Temps de la réponse

Fonctionnalité du lien

Forme de la réponse

Les forces secondaires



Taux de conformité



Résultats détaillés ESCDA 2026

Réseaux sociaux



Vos résultats

VOTRE CATÉGORIE

ENSEMBLE DES PARTICIPANTS

Ergonomie et accessibilité

		Nombre de tests	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C1	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.	7	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C2	Le réseau social propose clairement d'autres canaux de contact.	7	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%

Relationnel

C3	Personnalisation avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	7	1,71	86%	1,93	96%	1,60	80%
C4	Message rédigé dans un français correct, sans faute d'orthographe et/ou de grammaire et adapté au canal.	7	1,43	71%	1,56	78%	1,64	81%
C5	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page ou est visible en 2 scroll pour une consultation sur une fenêtre de conversation.	7	2,00	100%	2,00	100%	1,98	99%
C6	Prise de congé avec une formule de politesse.	7	0,86	43%	1,63	81%	1,71	86%
C7	L'interlocuteur est identifié par son prénom et/ou son nom.	7	1,71	86%	1,93	96%	1,59	80%
C8	Le répondant laisse ses coordonnées dans le message de réponse.	6	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%

Gestion de la disponibilité

C9	Message répondu sous 2h ouvrées.	7	2,00	100%	1,56	63%	1,76	81%
C10	Message relais comprenant un délai de réponse identifié et respecté inférieur à 6h ouvrées.	0	-	-	0,43	21%	0,94	47%

Qualité de la réponse

C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	7	1,43	14%	2,44	44%	2,31	44%
C12	Le lien hypertexte présent sur la page de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	6	2,00	100%	2,00	100%	1,94	97%

Qualité humaine

C13	Impression générale : la qualité globale de l'échange est évaluée.	7	1,29	43%	1,22	30%	1,51	57%
C14	Qualité et constance du ton employé.	7	1,71	86%	1,93	96%	1,83	90%

Qualité technique

C15	Le chatbot du réseau social comprend des mots simples.	7	1,71	86%	1,65	82%	1,56	78%
-----	--	---	------	-----	------	-----	------	-----

Total		10	11,11			15,00		14,01
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		7	15,88			16,66		16,55

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



Évolution de vos résultats

Réseaux sociaux



ESCDA 2023

ESCDA 2024

ESCDA 2025

ESCDA 2026

Ergonomie et accessibilité

		Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C1	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.	-	-	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%

Relationnel

C3	Personnalisation avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	-	-	1,33	67%	2,00	100%	1,71	86%
C4	Message rédigé dans un français correct, sans faute d'orthographe et/ou de grammaire et adapté au canal.	-	-	1,67	83%	1,60	80%	1,43	71%
C5	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page ou est visible en 2 scroll pour une consultation sur une fenêtre de conversation.	-	-	2,00	100%	1,80	90%	2,00	100%
C6	Prise de congé avec une formule de politesse.	-	-	1,33	67%	1,00	50%	0,86	43%
C7	L'interlocuteur est identifié par son prénom et/ou son nom.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	1,71	86%
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.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C10	Message relais comprenant un délai de réponse identifié et respecté inférieur à 6h ouvrées.	-	-	0,00	0%	2,00	100%	-	-

Qualité de la réponse

C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	-	-	2,67	50%	2,00	30%	1,43	14%
C12	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%

Qualité humaine

C13	Impression générale : la qualité globale de l'échange est évaluée.	-	-	1,33	50%	2,00	100%	1,29	43%
C14	Qualité et constance du ton employé.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	1,71	86%

Qualité technique

C15	Le chatbot du réseau social comprend des mots simples.	-	-	2,00	100%	0,57	29%	1,71	86%
-----	--	---	---	------	------	------	-----	------	-----

Total		-		10,10		16,78		11,11	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		-		16,84		16,78		15,88	



Appels téléphoniques



E-mails et/ou formulaires



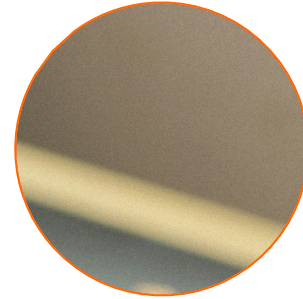
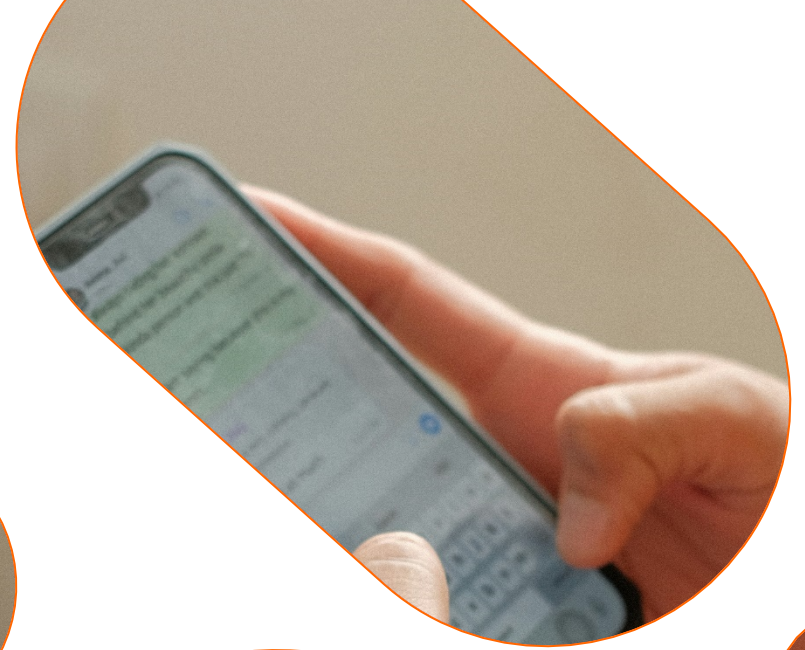
Navigations Internet



Réseaux sociaux



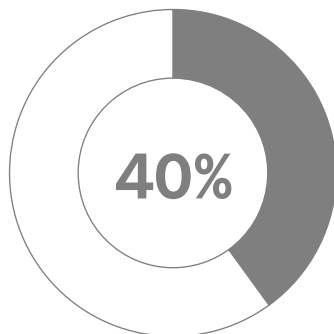
Chat





Taux de conversations abouties

VOTRE ENTREPRISE

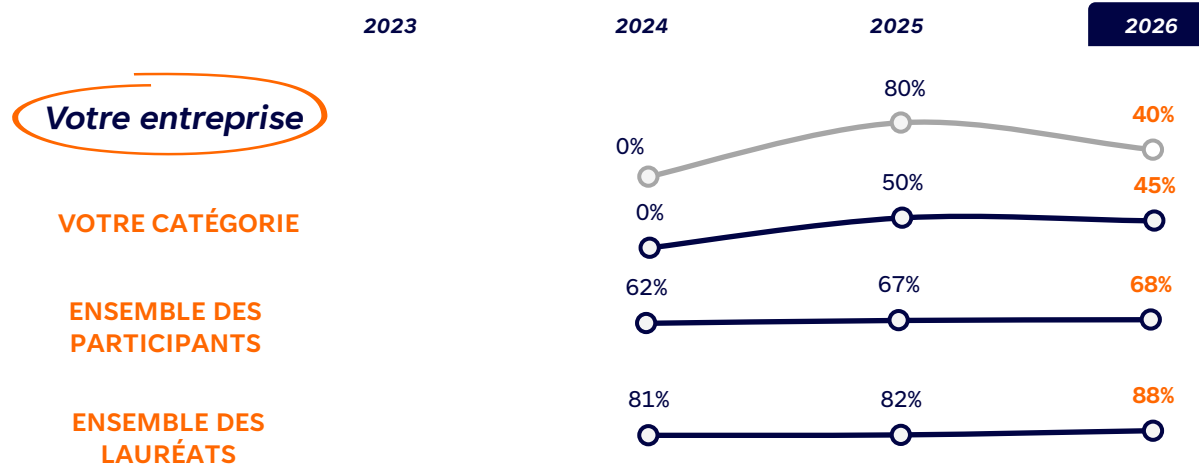


Les cas d'inaccessibilité



Interaction(s)
non répondue(s)

Taux de conversations abouties en évolution



Temps moyen

	Temps de réponse moyen aux demandes		Durée moyenne de la conversation	
	2025	2026	2025	2026
Votre entreprise	39sec	34sec	6min32sec	4min55sec
VOTRE CATÉGORIE	37sec	52sec	4min51sec	4min11sec
ENSEMBLE DES PARTICIPANTS	31sec	37sec	6min14sec	5min55sec
ENSEMBLE DES LAURÉATS	28sec	31sec	7min10sec	6min24sec



Enseignements

Chat



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 ordonnée) 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 faible score de conformité : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...

Importance



Les axes d'améliorations

Qualité de la réponse

Rédaction

Prise de congé

À surveiller
(veille des meilleures pratiques sur le marché)

Les leviers d'actions

Les critères d'excellence

Temps de prise en charge

Réactivité

Accueil

Historique de conversation

Fonctionnalité du lien

Forme de la réponse

Ton employé

Les forces secondaires



Taux de conformité



Résultats détaillés ESCDA 2026

Chat



Vos résultats

VOTRE CATÉGORIE

ENSEMBLE DES PARTICIPANTS

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.	4	2,00	100%	2,00	100%	1,92	94%
C2	Prise en charge par un conseiller via une fenêtre de chat en moins de 30 secondes.	4	2,00	100%	1,78	78%	1,68	73%
C3	Chaque question du client mystère est répondue de manière réactive en moins de 45 secondes.	4	2,00	100%	1,33	67%	1,64	73%

Relationnel

C4	Conseiller identifié par son prénom et/ou son nom et débutant la conversation par une formule de politesse.	4	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.	0	-	-	-	-	0,90	45%
C6	Conversation rédigée dans un français correct sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	4	1,50	75%	1,78	89%	1,27	63%
C7	Prise de congé : fiabilisation et formule de politesse.	4	1,75	75%	1,83	83%	1,65	75%

Qualité de la réponse

C8	Réponses envoyées phrase par phrase et non par bloc.	4	2,00	100%	2,00	100%	1,96	98%
C9	Le lien hypertexte présent dans la conversation permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	1	2,00	100%	2,00	100%	1,91	95%
C10	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	4	3,50	75%	2,44	56%	2,41	45%

Qualité technique

C11	Conversation lisible et sans signe d'incompatibilité.	4	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C12	Un moyen de sauvegarder la conversation est clairement visible depuis la fenêtre de chat.	4	2,00	100%	2,00	100%	1,63	82%

Qualité humaine

C13	Impression générale : la qualité globale de la conversation est évaluée.	4	2,00	100%	1,56	56%	1,33	46%
C14	Qualité et constance du ton employé.	4	2,00	100%	2,00	100%	1,97	98%

Total		10	7,62		7,81		11,19	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		4	19,04		17,36		16,39	

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



Évolution de vos résultats

Chat



ESCCA 2023

ESCCA 2024

ESCCA 2025

ESCCA 2026

Accessibilité et gestion de la disponibilité

		Note	% de scores « Bon »	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%
C2	Prise en charge par un conseiller via une fenêtre de chat en moins de 30 secondes.	-	-	-	-	1,75	75%	2,00	100%
C3	Chaque question du client mystère est répondue de manière réactive en moins de 45 secondes.	-	-	-	-	1,75	75%	2,00	100%

Relationnel

C4	Conseiller identifié par son prénom et/ou son nom et débutant la conversation par une formule de politesse.	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
C5	Personnalisation avec la civilité et/ou le prénom et/ou le nom du client mystère.	-	-	-	-	2,00	100%	-	-
C6	Conversation rédigée dans un français correct sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	-	-	-	-	1,50	75%	1,50	75%
C7	Prise de congé : fiabilisation et formule de politesse.	-	-	-	-	1,75	88%	1,75	75%

Qualité de la réponse

C8	Réponses envoyées phrase par phrase et non par bloc.	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
C9	Le lien hypertexte présent dans la conversation permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
C10	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	-	-	-	-	4,00	100%	3,50	75%

Qualité technique

C11	Conversation lisible et sans signe d'incompatibilité.	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
C12	Un moyen de sauvegarder la conversation est clairement visible depuis la fenêtre de chat.	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%

Qualité humaine

C13	Impression générale : la qualité globale de la conversation est évaluée.	-	-	-	-	1,25	25%	2,00	100%
C14	Qualité et constance du ton employé.	-	-	-	-	1,88	88%	2,00	100%

Total		-		0,00		14,72		7,62	
Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service		-		-		18,40		19,04	



4

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 :



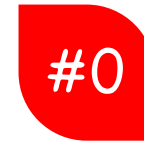
Réponse « Complète »



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.



Volumétrie et règles d'accessibilité (1/2)

130 appels téléphoniques : jusqu'à 15 critères

Les tests aboutissant à une note générale « fausse », les signes 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

40 e-mails et/ou formulaires : jusqu'à 14 critères

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



Les e-mails et/ou formulaires envoyés provoquant et/ou revenant avec un message d'erreur



Les e-mails et/ou formulaires répondus dans un délai supérieur à 2 jours ouvrés



Les e-mails et/ou formulaires non répondus

15 navigations Internet : jusqu'à 13 critères

Les tests aboutissant à une note générale « fausse », les signes 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 15 critères

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



Les sollicitations ne pouvant être envoyées en message privé



Les sollicitations envoyées en message privé qui sont répondues dans un délai supérieur à 12 heures ouvrées



Les sollicitations envoyées en message privé non répondues



10 conversations via chat : jusqu'à 14 critères

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



Les conversations déclenchées par la validation d'un formulaire dont la prise en charge est supérieure ou égale à 3 minutes



Les conversations déclenchées par une première interaction depuis une fenêtre de chat déjà ouverte dont le temps de réponse est supérieur ou égal à 3 minutes



Les fenêtres de chat indisponibles ou non proposées après un temps de navigation supérieur à 7 clics ou à 90 secondes depuis la page d'accueil du 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 et la navigation Internet, 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 et/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 et/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 et/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 et/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 et/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, l'e-mail et/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 et/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, 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, 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 (0,85)		

○ **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 (si celui-ci n'est pas cité par le Standard Vocal Interactif) 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 utilisé.
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 et/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 1 jour ouvré (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-mail 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 utilisé.
C12	Impression générale	La qualité globale de l'accusé de réception et de l'e-mail de réponse 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 ou le chatbot 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.
C8	Savoir faire	Le moteur de recherche ou l'agent virtuel ou le chatbot comprend des mots simples (absence de mot technique) (critère non applicable en cas d'absence de moteur de recherche ou d'agent virtuel ou de chatbot).

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 utilisé.

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.
-----	------------	--



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-mail 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 1 page (pour un écran d'ordinateur d'une résolution de 1 366 x 768 pixels) ou est visible en 2 scroll pour une consultation sur une fenêtre de conversation.
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-mail 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 6 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 utilisé.
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.

Qualité technique

C15	Savoir faire	Le chatbot du réseau social comprend des mots simples (critère non applicable en cas d'absence de chatbot).
-----	--------------	---



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 utilisé.

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.

ÉLU
SERVICE
CLIENT
DE L'ANNÉE
2026

Un grand merci pour votre participation à
l'Élection du Service Client de l'Année 2026!



Contactez-nous au +33 (0)1 71 19 46 30 ou à info@escda.fr
et organisons ensemble la **réunion de restitution**
personnalisée de vos résultats.