



19^{ème}
édition

L'ÉVÈNEMENT INDÉPENDANT DE LA **RELATION CLIENT**

EN
PARTENARIAT
AVEC

Le Parisien
Aujourd'hui

bva
Xsight

ALL4
CUSTOMER
MEETINGS
CLIA DIGITAL MARKETING & COMMERCE DATA
one to one Meetings Exhibition by Weyou Group

SP2C

AGORA CLUB
Directeurs Expérience Client

RelationClient

All4customer
PARIS BY WEYOU GROUP
CLIA DIGITAL MARKETING | E-COMMERCE | AI | DATA

MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE
Liberté
Égalité
Fraternité

marketing



S'il y a bien une compétition que vous retrouvez chaque année, c'est celle de l'Élection du Service Client de l'Année. Inutile d'attendre 4 ans entre chaque épreuve pour rejoindre l'évènement de l'expérience client connu et reconnu par 70% des Français.

Avec ses 8 semaines de tests clients mystères, ses 5 canaux de communication testés, ses 2 995 critères évalués par entreprise ; l'Élection du Service Client de l'Année répond autant aux besoins de vos collaborateurs qu'aux besoins de votre organisation qu'à ceux des consommateurs.

Pilotage, animation, quête de sens, attachement, transformation ou consolidation de votre organisation, différenciation comme avantage concurrentiel sont autant de bénéfices que vous pouvez en retirer.

Et si vous êtes présents à l'international, Élu Service Client de l'Année vous accompagne également en Allemagne, en Angleterre, en Autriche, en Espagne, au Maroc, en Tunisie, au Sénégal et en Suisse.

Désormais, ce sont 9 pays qui permettent aux entreprises et à leurs équipes de relever le défi de l'expérience client.

À vos marques, prêts, partez et déposez votre dossier de candidature avant le mercredi 5 mars 2025 !

Ludovic NODIER
Fondateur de l'Élection du Service Client de l'Année

NOTRE HISTOIRE

2007

Fondée par **Ludovic NODIER**
Expert en relation & expérience client

NOS VALEURS

- **RIGUEUR**
 - FAIRE VIVRE DES ÉMOTIONS
 - **IMPARTIALITÉ**
 - **PARTAGE**
 - **ÉTHIQUE**

NOS AMBITIONS

- **FAIRE PROGRESSER** le niveau de la relation client en France
- Offrir un repère aux **CONSOMMATEURS**
- Devenir le prix en relation client le plus reconnu **DANS LE MONDE**
- Valoriser **LES HOMMES ET LES FEMMES** des métiers de la relation client



NOTRE AVENTURE INTERNATIONALE



2011

ELIGIDO SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE **DEL AÑO**



2020

GEWÄHLT ZUM KUNDENSERVICE **DES JAHRES**



2014

COSTUMER SERVICE OF THE YEAR



2024

ÉLECTION DU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE SUISSE



GEWÄHLT ZUM KUNDENSERVICE **DES JAHRES ÖSTERREICH**



2017

ÉLU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE MAROC



2019

ÉLU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE TUNISIE



2025

ÉLU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE SÉNÉGAL





Relation**Client**

EN

PARTENARIAT

AVEC



**MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

emarketing.fr
marketing

**ALL4
CUSTOMER
MEETINGS**

CX-IA-DIGITAL MARKETING-E-COMMERCE-DATA
one to one Meetings Exhibition by Weyou Group



**All4Customer
PARIS** BY WEYOU GROUP

CX | DIGITAL MARKETING | E-COMMERCE | AI | DATA

**ÉLU
SERVICE
CLIENT
DE L'ANNÉE
2026**

#ESCDA :

À QUOI ÇA SERT ?

GAGNER

APPRENDRE

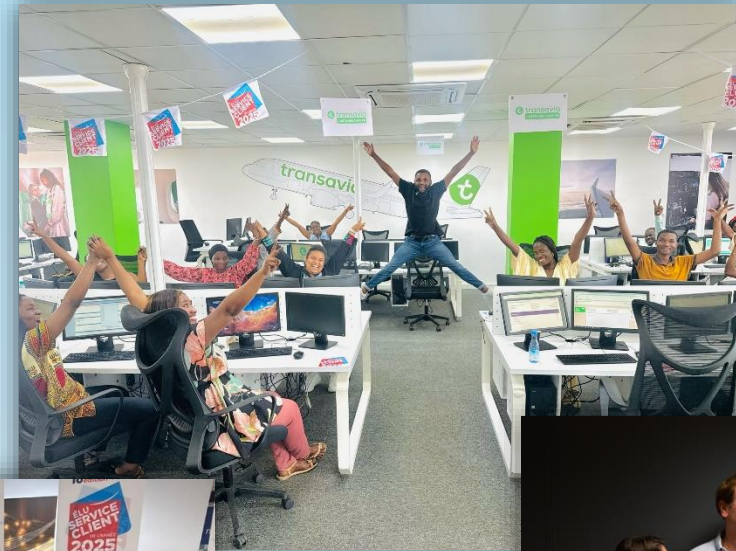
COMMUNIQUER

ANIMER

AMÉLIORER



INTRODUIRE OU RENFORCER LA CULTURE CLIENT



Motivation,

**challenge et
émulation collective !**

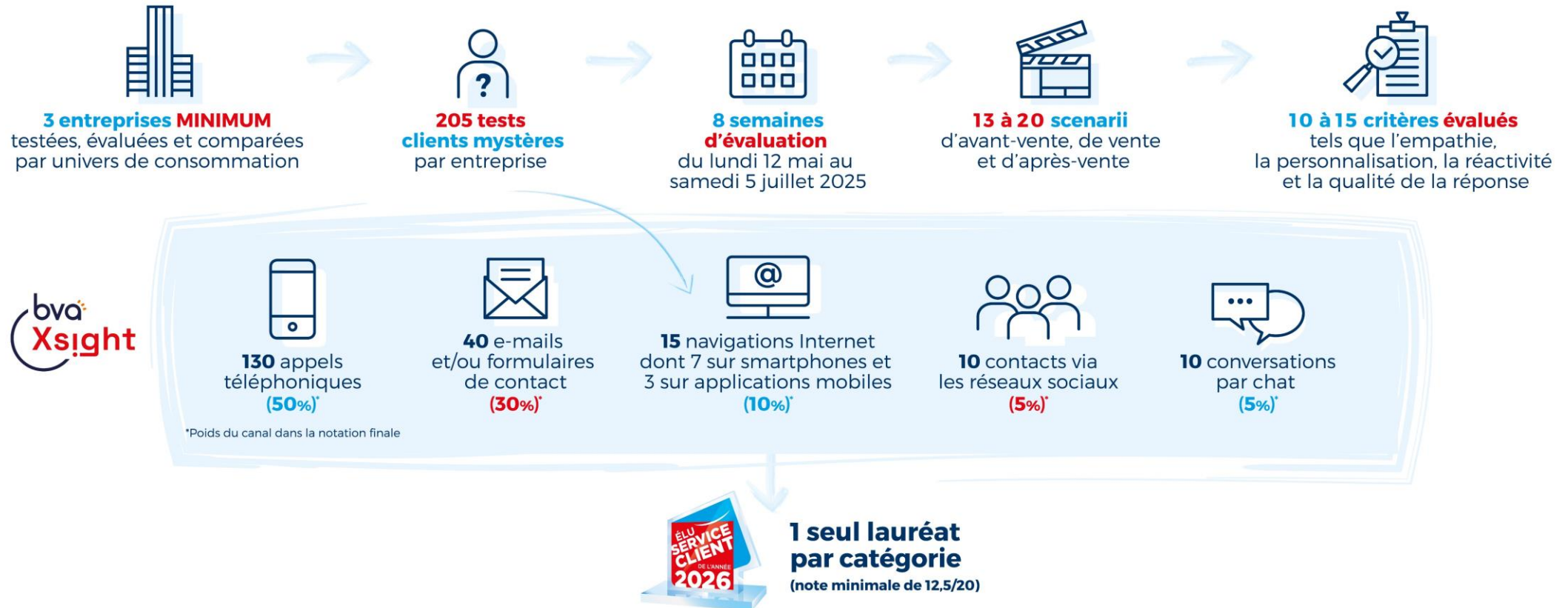
VERS UN PROJET COMMUN



**Chaque participant reçoit
un kit émulation
comprenant des goodies.**

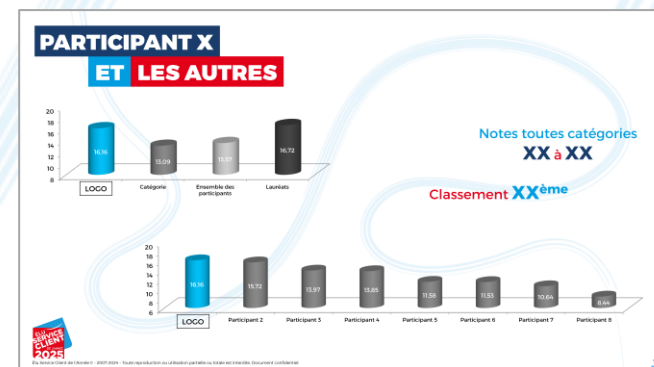
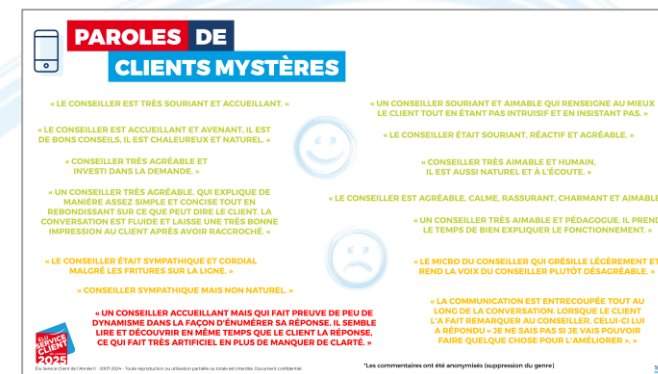
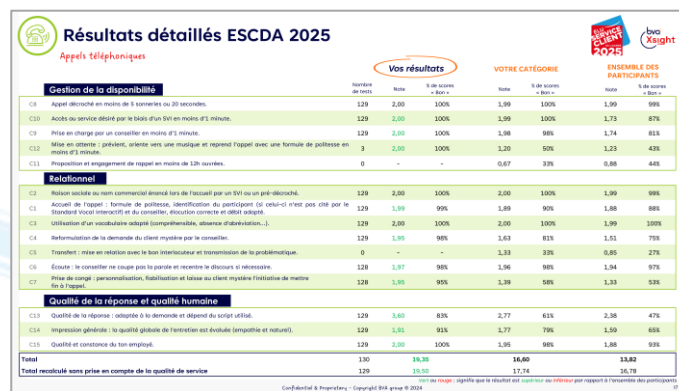
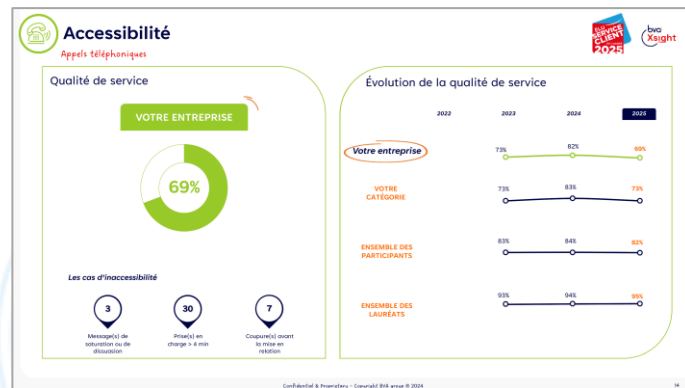


MÉTHODOLOGIE



**La confidentialité
de votre participation
est garantie.**

OUTILS DE PERFORMANCES



Chaque participant reçoit
un rapport d'étude
à la réunion de restitution.

OUTILS

DE PERFORMANCES

POUR FAIRE QUOI ?

Mesurer **la qualité délivrée** par vos équipes

Identifier **vos points forts et vos axes de progrès**

Évaluer l'efficacité des **formations délivrées**

Mettre en place **un plan de formation opérationnelle**

Se positionner par rapport à la concurrence et au marché

Renforcer votre partenariat avec vos prestataires

VOTRE

ROI

COMMUNIQUER AUPRÈS DES PROFESSIONNELLS ET DU GRAND PUBLIC



Près de **85%*** des **consommateurs** font plus confiance à une marque **Élu Service Client de l'Année** et identifiant les lauréats comme étant les **référénts** dans leur domaine.

3 Français sur 4* privilégient une entreprise **Élu Service Client de l'Année** en cas d'hésitation entre 2 marques



*Exemples d'impacts du signe de valorisation sur les enjeux business d'une marque. Enquête BVA Xsight pour l'Élection du Service Client de l'Année

LA REMISE DES PRIX



Célébrer
la victoire
en équipe

UN VRAI AVANTAGE CONCURRENTIEL

Pub TV, radio, presse écrite, affichages, flyers, **site Internet, bannières web...**



PAROLES DE PARTICIPANTS

C'est un formidable outil de professionnalisation et de coaching des équipes.

Cédric ANDRÉ-MASSE

TRANSAVIA

Élu Service Client de l'Année est une démarche qui permet de mobiliser l'ensemble de l'entreprise et des collaborateurs.

Sébastien GRÉBERT

BERNARD

Les critères de l'Élection du Service Client de l'Année sont devenus des incontournables de la relation client en France. Aussi, nous pilotons notre service client grâce à ces critères.

Céline SARRAZIN

DPD

Élu Service Client de l'Année est un formidable catalyseur et une des actions visibles de nos engagements pour nos clients.

Christelle PÉCHIER

ORANGE PRO

L'Élection du Service Client de l'Année est un outil de pilotage hyper efficace et à plus d'un titre pour progresser et pour savoir se remettre en question.

Catherine BOURBIGOU

RENT A CAR

L'Élection du Service Client de l'Année est l'opportunité de se mesurer aux autres compétiteurs, de se situer, d'identifier les axes d'amélioration dans nos parcours clients, dans nos formations, dans l'amélioration continue de nos équipes tout en renforçant le lien de confiance à la marque avec nos clients.

Carole BRION

CARREFOUR

Le logo Élu Service Client de l'Année est un gage de crédibilité qui rassure le client au moment de faire son choix.

Alain COLIN

MONABANQ

Notre participation à Élu Service Client de l'Année nous permet de mesurer notre niveau de performance mais aussi de valoriser notre service client en interne et en externe.

Maxime LACOMBE

VENTE-UNIQUE.COM



EXTRAIT DU RÈGLEMENT

Article 1 - Participants

Toutes les entreprises commercialisant des biens et des services en France métropolitaine et DOM-TOM peuvent concourir à condition de proposer au moins 2 canaux de communication tels que le téléphone et la navigation Internet.

Chaque Catégorie comprend un minimum de trois entreprises exerçant une activité en lien avec l'univers de consommation correspondant à ladite Catégorie.

Dans l'hypothèse où, à l'issue de la date de clôture des inscriptions, telle que figurant en Annexe 2, une Catégorie comprendrait moins de trois Participants, l'Organisateur aura la possibilité de regrouper des Catégories ou d'étendre les Tests (tel que ce terme est défini à l'Article 2 ci-dessous), selon le cas, à une ou deux entreprises exerçant une activité dans le secteur d'activité correspondant à la Catégorie concernée et dont le Service Client n'est pas inscrit en tant que Participant dans la Catégorie concernée (les « Acteurs de Référence »). Le ou les Acteurs de Référence seront, pour chaque Catégorie concernée, les leaders en termes de parts de marché, de l'univers de consommation correspondant (à l'exclusion du ou des Participants de la Catégorie concernée), tel que déterminé, pour chaque Catégorie, sur la base d'un indice de référence publiquement reconnu pour ledit univers de consommation.

Article 2 - Détermination des lauréats

2.3 Protocole

Chaque Participant fait l'objet de 205 Tests composés tel qu'il suit :

- 130 appels téléphoniques ;
- 40 e-mails ou formulaires ;
- 15 navigations Internet dont 10 sur smartphone (3 des navigations sur smartphone seront réalisées via l'application mobile du Participant) ;
- 10 contacts via les réseaux sociaux ;
- 10 conversations par chat.

L'ordre des Tests et des Participants testés est aléatoire pour chaque Catégorie.

Les modalités d'utilisation du Service Client d'un Participant, à savoir les numéros d'appel, les adresses e-mails ainsi que les adresses Internet utilisées, les pages ou espaces dédiés sur les réseaux sociaux et les pages Internet permettant d'accéder aux conversations par chat mais aussi les jours et horaires d'ouverture seront celles inscrites et facilement identifiables sur les supports de communication et de vente des Participants (par exemple et sans que cela soit limitatif, publicités, plaquettes, brochures, contrats de vente ou bons de commande, emballages, sites Internet).

Dans le cas où un Participant n'utilise que deux ou trois ou quatre des cinq canaux de communication, dont le canal téléphone et le canal navigation Internet seuls les canaux de communication gérés feront l'objet d'une évaluation.

Dans le cas où un participant dédie un canal de communication à une seule typologie de contact, dont l'avant-vente ou l'après-vente, seuls les canaux de communication proposés pour l'avant-vente et l'après-vente feront l'objet d'une évaluation.

Les Tests porteront dans ces cas sur les deux ou trois ou quatre canaux de communication utilisés et le nombre de Tests par canal restera identique.

2.5 Désignation des Lauréats

Les Lauréats sont désignés par Catégorie.

Le Lauréat de chaque Catégorie est le Participant de sa Catégorie qui obtient la note finale consolidée la plus élevée à la condition que ladite note soit supérieure ou égale à 12,5 sur 20.

2.6 Rapport d'étude

Chaque Participant recevra :

- les résultats détaillés de son Service Client par canal de communication et par critère ;
- le comparatif des résultats de sa ou de ses Catégories.

Les résultats sont présentés de façon anonyme à l'exception du nom du Participant concerné.

Le Rapport d'Étude est présenté lors d'une restitution, en une seule fois, en face-à-face ou à distance en fonction des disponibilités du Participant et de l'Organisateur.

Article 5 - Frais d'inscription

Les Participants s'engagent à verser dès le dépôt de leur Accord de Participation (tel que ce terme est défini à l'Article 6 ci-après) la somme définitive de 12 590 (douze mille cinq cent quatre-vingt-dix euros) hors taxes, TVA en sus au taux en vigueur, soit la somme de 15 108 € (quinze mille cent huit euros) toutes taxes comprises, par Service Client inscrit dans une Catégorie donnée, au titre d'une participation aux frais d'organisation de la Manifestation, de réalisation des Tests et de la remise des résultats des Tests.

Tout candidat sera redevable des frais d'inscription dès l'envoi de l'Accord de participation prévu à l'Article 6.

Les frais d'inscription resteront définitivement acquis à l'Organisateur.

Aucun remboursement des frais d'inscription ne sera donc accepté par l'Organisateur, quelle qu'en soit la raison, et ce y compris en cas d'annulation par le Participant de sa participation à la Manifestation.

Seuls les candidats dont l'inscription n'aura pu être validée par l'Organisateur se verront restituer les frais d'inscription versés lors du dépôt du dossier de candidature.

Article 14 - Usage du Logo et de la marque en faveur des lauréats

14.1 Durée d'utilisation du Logo et de la Marque

Les Lauréats peuvent utiliser le Logo et la Marque en vertu du présent Règlement pour une période allant de la date de divulgation du palmarès au 31 octobre 2026 inclus, comme établi dans le présent Règlement.

14.2 Modalités d'utilisation du Logo et de la Marque

Sous réserve du paiement de la redevance prévue à l'Article 14.4, du Règlement et du maintien à minima du canal téléphone et du canal navigation Internet, les Lauréats sont autorisés à utiliser le Logo et la Marque exclusivement pour désigner et promouvoir les Services Clients de la Catégorie du Lauréat sur tous supports de communication écrit, radio, télévisuel, informatique ou multimédia.

14.3 Territoire

Les Lauréats peuvent utiliser le Logo et la Marque en France et dans les DOM-TOM, à l'exclusion de tout autre territoire.

14.4 Conditions financières

Du fait de son inscription à la Manifestation, chaque Lauréat s'engage à payer à l'Organisateur une redevance principale forfaitaire d'un montant de 19 490 € (dix-neuf mille quatre cent quatre-vingt-dix euros) hors taxes, TVA en sus au taux en vigueur, soit la somme de 23 388 € (vingt-trois mille trois cent quatre-vingt-huit euros) toutes taxes comprises par Service Client Lauréat d'une Catégorie, au titre d'une participation aux frais d'organisation et de promotion du Logo et de la Marque et du droit d'usage du Logo et de la Marque dans les conditions mentionnées au présent Article 14, pour l'ensemble des supports de communication visés à l'Article 14.2, ci-dessus à l'exception des supports télévisuels.

La redevance principale doit être payée par le Lauréat au plus tard dans les 30 jours qui suivent la réception de la facture établie par l'Organisateur.

Chaque Lauréat peut bénéficier du droit d'usage du Logo et de la Marque, dans les conditions mentionnées au présent Article 14, pour les supports télévisuels, en contrepartie du paiement à l'Organisateur d'une redevance additionnelle forfaitaire d'un montant de 16 900 € (seize mille neuf cents euros) hors taxes, TVA en sus au taux en vigueur, soit la somme de 20 280 € (vingt mille deux cent quatre-vingts euros) toutes taxes comprises par Service Client Lauréat.

VOTRE

CANDIDATURE

2025

- Demander votre **DOSSIER DE CANDIDATURE**
- Remplir votre **ACCORD DE PARTICIPATION**
- Le renvoyer avant le **MERCREDI 5 MARS**

VOS VALEURS

- **ESPRIT D'ÉQUIPE**
 - DÉPASSEMENT DE SOI
 - SENS DU CLIENT
 - **CONFIANCE**

VOS AMBITIONS

- **AMÉLIORER LA QUALITÉ** délivrée de votre relation client
- Offrir une **EXPÉRIENCE UNIQUE** à vos collaborateurs
- **DEVENIR LE RÉFÉRENT** dans votre univers de consommation
- Avec 70%* de notoriété, **COMMUNIQUER AVEC LE 1^{ER} SIGNE** de valorisation en relation client reconnu par les consommateurs

*Observatoire des Services Clients BVA Xsight 2024



VOTRE AGENDA

EN 2025

MATINÉES DE PRÉSENTATION

Mardi 28 janvier à Lille

Mardi 4 février à Lyon

Mardi 11 février à Paris

TESTS CLIENTS MYSTÈRES

Du lundi 12 mai au samedi 5 juillet

REMISE DES PRIX À PARIS

Jeudi 20 novembre

CLÔTURE DES INSCRIPTIONS

Mercredi 5 mars

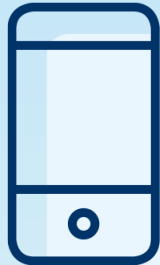




L'AVENTURE

VOUS ATTEND

MAINTENANT !



01 71 19 46 30



info@escda.fr



escda.fr

EN
PARTENARIAT
AVEC



AGORA CLUB
Directeurs Expérience Client

RelationClient

