



DES CLIENTS ET DES ENTREPRISES DE PLUS EN PLUS INTERCONNECTÉS...



78%

DES FRANÇAIS ONT CONTACTÉ
UN SERVICE CLIENT

ILS ONT EU RECOURS
EN MOYENNE À

3,7

CANAUX AU COURS DES
12 DERNIERS MOIS

+ 25% EN 2 ANS



DES ENTREPRISES DE PLUS EN PLUS PRÉSENTES SUR TOUS LES POINTS DE CONTACT DU PARCOURS CLIENT



... AVEC UNE PLUS GRANDE PROXIMITÉ DIGITALE



44%

DES FRANÇAIS ONT CHOISI
UN CANAL DIGITAL

(CHAT, APPLICATION MOBILE, CHATBOT...)

+ 22% EN 2 ANS



DES CLIENTS QUI VEULENT INTERAGIR QUEL QUE SOIT LE MOMENT, LE LIEU...



DES CLIENTS GLOBALEMENT SATISFAITS
DE LEURS SERVICES CLIENTS...

74%

DES FRANÇAIS SATISFAITS
DE LA QUALITÉ DE LA
RELATION CLIENT OFFERTE
PAR LES ENTREPRISES

⊖ 6PTS EN 1 AN



MAIS PLUS CRITIQUES
QU'EN 2019 POUR TOUS
LES CANAUX DE CONTACTS

... ET DES SERVICES CLIENTS ATTENDUS
SUR LEURS FONDAMENTAUX

72%

DES FRANÇAIS ACCORDENT
PLUS D'IMPORTANCE QU'AVANT
À LA QUALITÉ DE RÉPONSE

ET 70% À LA QUALITÉ D'ÉCOUTE

DES CLIENTS ATTENTIFS À LA QUALITÉ DE LA RELATION HUMAINE



DES FRANÇAIS PRIVILÉGIENT
LE CONTACT HUMAIN DANS LEURS
ÉCHANGES AVEC UN SERVICE CLIENT



85%

DES FRANÇAIS ONT EU LE SENTIMENT D'ÊTRE
ÉCOUTÉS ET EN CONFIANCE LORS DE LEURS
ÉCHANGES AVEC LES SERVICES CLIENTS



88%

DES FRANÇAIS INFLUENCÉS DANS LEURS
DÉCISIONS D'ACHAT PAR LA QUALITÉ
DE LA RELATION CLIENT

UNE RELATION À DISTANCE
QUI VA ENCORE S'INTENSIFIER

50%

DES FRANÇAIS
ENVISAGENT DE
CONTACTER
DE ⊕ EN ⊕
LEURS SERVICES
CLIENTS AVANT DE
SE DÉPLACER



À LA RECHERCHE D'UN SUPPLÉMENT D'ÉMOTION...



40%

26%

DES FRANÇAIS NE SE SENTENT
NI CONSIDÉRÉS NI SURPRIS
DANS LE CADRE DE LEUR RELATION
AVEC LES SERVICES CLIENTS *



6%

27%

SEULEMENT

TROUVENT QUE LEUR
EXPÉRIENCE DÉPASSE
LEURS ATTENTES

DES DRIVERS
ÉMOTIONNELS
ENCORE TROP
PEU UTILISÉS

(* MODÈLE EPIC BVA/ ÉLÉVATION
DE L'EXPÉRIENCE CLIENT)