

BAROMETRE INTERNATIONAL INRC de la RELATION CLIENT

Edition : 2018

Résultats détaillés par pays



2. LA QUALITÉ DE LA RELATION CLIENT S'EST AMÉLIORÉE DANS TOUS LES SECTEURS D'ACTIVITÉ

Pour chacun de ces secteurs, comment-jugez-vous la qualité de la relation client (accueil des clients et efforts pour vous satisfaire) ?

		FRANCE	ALLEMAGNE	ESPAGNE	GRANDE-BRETAGNE	ITALIE	BRESIL	USA	CHINE	JAPON
Hôtellerie	TOTAL BONNE RELATION	93%	86%	94%	88%	90%	87%	89%	79%	91%
	<i>Très bonne</i>	21%	18%	27%	28%	21%	37%	32%	17%	28%
Commerces / Retail	TOTAL BONNE RELATION	87%	86%	92%	87%	87%	79%	88%	87%	91%
	<i>Très bonne</i>	13%	16%	23%	19%	17%	29%	35%	21%	25%
Automobile	TOTAL BONNE RELATION	85%	76%	85%	75%	69%	78%	87%	84%	87%
	<i>Très bonne</i>	13%	15%	14%	15%	10%	28%	28%	20%	19%
Transports longue distance	TOTAL BONNE RELATION	83%	59%	89%	75%	72%	77%	82%	86%	90%
	<i>Très bonne</i>	11%	8%	21%	16%	11%	27%	23%	32%	21%
Banques et Assurances	TOTAL BONNE RELATION	78%	75%	64%	79%	66%	65%	86%	83%	82%
	<i>Très bonne</i>	11%	15%	11%	21%	10%	25%	33%	25%	18%
Energie	TOTAL BONNE RELATION	77%	78%	58%	65%	68%	56%	83%	82%	79%
	<i>Très bonne</i>	10%	12%	10%	11%	13%	22%	23%	20%	12%
Transports urbains	TOTAL BONNE RELATION	73%	63%	83%	71%	51%	45%	78%	88%	81%
	<i>Très bonne</i>	10%	9%	17%	15%	9%	16%	20%	23%	16%
Télécoms et médias	TOTAL BONNE RELATION	70%	69%	63%	70%	66%	51%	77%	79%	74%
	<i>Très bonne</i>	8%	13%	13%	13%	11%	21%	22%	21%	13%

3. LE FACE À FACE RESTE LE CANAL LE PLUS SATISFAISANT

...même si les nouveaux canaux digitaux se développent fortement

Et de manière générale, quand vous êtes en relation avec un service client, êtes-vous le plus souvent satisfait de la qualité du contact et du service rendu lorsqu'il s'agit d'un contact...?

		FRANCE	ALLEMAGNE	ESPAGNE	GRANDE-BRETAGNE	ITALIE	BRESIL	USA	CHINE	JAPON
En face à face	TOTAL SATISFAIT	92%	88%	90%	88%	83%	77%	90%	89%	84%
	<i>Très satisfait</i>	20%	19%	21%	28%	18%	29%	42%	23%	14%
Par mail	TOTAL SATISFAIT	73%	72%	74%	74%	66%	51%	76%	68%	76%
	<i>Très satisfait</i>	10%	14%	17%	16%	11%	16%	24%	16%	13%
Via un site internet	TOTAL SATISFAIT	69%	62%	70%	73%	63%	51%	76%	77%	78%
	<i>Très satisfait</i>	10%	12%	16%	15%	10%	16%	23%	20%	13%
Via une messagerie instantanée	TOTAL SATISFAIT	68%	62%	77%	67%	69%	68%	68%	76%	58%
	<i>Très satisfait</i>	12%	15%	21%	18%	14%	26%	28%	22%	9%
Par chat avec Conseiller	TOTAL SATISFAIT	68%	63%	63%	75%	61%	53%	80%	78%	65%
	<i>Très satisfait</i>	12%	14%	14%	16%	11%	15%	28%	24%	13%
Via l'appli mobile	TOTAL SATISFAIT	68%	57%	71%	71%	61%	62%	78%	72%	70%
	<i>Très satisfait</i>	10%	12%	15%	15%	10%	19%	26%	21%	11%
Par courrier	TOTAL SATISFAIT	68%	71%	71%	72%	46%	41%	74%	72%	72%
	<i>Très satisfait</i>	9%	13%	13%	12%	8%	14%	24%	16%	11%
Par téléphone	TOTAL SATISFAIT	67%	69%	61%	71%	53%	44%	81%	76%	74%
	<i>Très satisfait</i>	8%	15%	13%	15%	6%	12%	28%	24%	11%
Via les réseaux sociaux	TOTAL SATISFAIT	65%	58%	66%	66%	58%	60%	72%	76%	62%
	<i>Très satisfait</i>	13%	9%	14%	18%	10%	22%	28%	19%	10%
Par click to call	TOTAL SATISFAIT	60%	48%	69%	64%	48%	51%	73%	71%	70%
	<i>Très satisfait</i>	12%	9%	14%	14%	9%	14%	27%	19%	11%
Via un chatbot	TOTAL SATISFAIT	55%	46%	53%	58%	44%	48%	62%	57%	57%
	<i>Très satisfait</i>	12%	10%	10%	16%	8%	14%	24%	19%	10%

4. UNE EXPÉRIENCE CLIENT DANS L'HÔTELLERIE EST SOUVENT LA MEILLEURE

Et dans les Telecoms / Médias, l'expérience client est souvent la plus difficile

L'entreprise avec laquelle vous avez eu votre meilleure / votre pire expérience client au cours des 12 derniers mois fait partie de quel secteur d'activité ?

	FRANCE		ALLEMAGNE		ESPAGNE		GRANDE-BRETAGNE		ITALIE		BRESIL		USA		CHINE		JAPON	
Hôtellerie	29%	7%	15%	4%	26%	7%	22%	7%	30%	6%	20%	4%	18%	9%	9%	17%	35%	8%
Commerces / Retail	14%	11%	21%	10%	25%	6%	25%	16%	19%	7%	27%	13%	29%	24%	18%	16%	13%	13%
Banques et Assurances	22%	16%	18%	15%	17%	25%	22%	10%	19%	16%	17%	17%	22%	7%	24%	16%	13%	12%
Télécoms et médias	6%	23%	9%	23%	8%	26%	10%	24%	10%	29%	8%	31%	7%	24%	10%	19%	10%	31%
Energie	5%	13%	13%	9%	5%	18%	7%	19%	7%	11%	4%	11%	4%	7%	4%	8%	3%	8%
Transports urbains	8%	15%	8%	24%	9%	11%	5%	13%	6%	21%	10%	18%	7%	15%	22%	13%	7%	17%
Transports longue distance	7%	7%	5%	11%	7%	4%	6%	8%	7%	6%	9%	5%	7%	8%	9%	7%	9%	7%
Automobile	10%	7%	11%	6%	3%	2%	3%	4%	1%	2%	5%	2%	7%	7%	5%	4%	11%	4%

LA MEILLEURE EXPÉRIENCE / LA PIRE EXPÉRIENCE

5. CHAQUE ÉTAPE DU PARCOURS CLIENT A DE L'IMPORTANCE

Une expérience client désastreuse a autant de chance d'arriver quel que soit le motif de contact

Pour quel motif étiez-vous en contact avec cette entreprise lors de votre meilleure / pire expérience client ?

PAR MOTIF DE CONTACT

	FRANCE		ALLEMAGNE		ESPAGNE		GRANDE-BRETAGNE		ITALIE		BRESIL		USA		CHINE		JAPON	
Achat / souscription d'un produit / service	40%	19%	31%	16%	43%	19%	31%	13%	47%	24%	33%	14%	34%	19%	52%	35%	40%	22%
Demande d'information et conseil	32%	21%	27%	16%	25%	15%	27%	16%	32%	22%	29%	17%	28%	19%	12%	15%	36%	37%
Service après-vente / service client	13%	21%	16%	18%	11%	14%	20%	18%	9%	16%	14%	9%	15%	13%	21%	24%	15%	15%
Livraison ou réalisation de la prestation	8%	10%	17%	23%	13%	10%	9%	11%	7%	8%	12%	14%	15%	19%	14%	13%	5%	7%
Réclamation	6%	26%	9%	24%	8%	40%	12%	39%	4%	27%	10%	43%	8%	27%	0%	12%	3%	15%

LA MEILLEURE EXPÉRIENCE / LA PIRE EXPÉRIENCE

6. LA RELATION CLIENT EN FACE À FACE PERMET DE CRÉER PLUS FACILEMENT UN SENTIMENT D'ENCHANTEMENT.

Lors de cette meilleure / pire expérience, par quels moyens avez-vous été en contact avec l'entreprise ?

PAR MODE DE CONTACT

	FRANCE		ALLEMAGNE		ESPAGNE		GRANDE-BRETAGNE		ITALIE		BRESIL		USA		CHINE		JAPON	
En face à face	50%	33%	51%	38%	57%	42%	29%	17%	50%	42%	39%	34%	47%	34%	60%	54%	28%	30%
Par téléphone	36%	51%	39%	48%	40%	57%	40%	50%	47%	55%	49%	62%	40%	54%	36%	40%	57%	55%
Par mail	23%	25%	24%	31%	20%	21%	21%	31%	32%	28%	22%	17%	13%	16%	9%	5%	21%	22%
Via un site internet	17%	15%	12%	11%	15%	13%	15%	18%	20%	18%	15%	13%	17%	14%	18%	9%	16%	10%
Par courrier	3%	8%	7%	8%	3%	5%	2%	6%	3%	5%	1%	1%	2%	2%	4%	4%	1%	2%
Le chat avec un conseiller	2%	2%	2%	1%	3%	2%	5%	7%	4%	3%	2%	3%	3%	3%	8%	5%	2%	1%
Via l'appli mobile	2%	2%	1%	1%	5%	3%	3%	2%	3%	2%	7%	5%	4%	3%	11%	8%	1%	2%

LA MEILLEURE EXPÉRIENCE / LA PIRE EXPÉRIENCE

7. LA DIMENSION HUMAINE PRIME DANS LA QUALITÉ DE LA RELATION CLIENT

EFFORTS ET FACILITATEURS CITÉS SELON LE TYPE D'EXPÉRIENCE (MEILLEURE / PIRE)

PAR TYPES D'EFFORT ET DE FACILITATEUR

	FRANCE		ALLEMAGNE		ESPAGNE		GRANDE-BRETAGNE		ITALIE		BRESIL		USA		CHINE		JAPON	
Relationnel	20%	26%	10%	18%	21%	21%	24%	24%	18%	27%	18%	30%	26%	25%	23%	32%	14%	17%
Trop de démarches / Peu de démarches	17%	20%	27%	16%	16%	22%	21%	20%	14%	12%	9%	17%	16%	16%	9%	6%	15%	13%
Dysfonctionnement / Bon suivi	14%	20%	16%	19%	11%	24%	15%	25%	17%	26%	15%	24%	18%	23%	14%	29%	8%	8%
Démarches trop complexes / simples	9%	10%	9%	11%	12%	11%	10%	12%	13%	10%	8%	8%	8%	7%	11%	7%	8%	3%
Temps	9%	16%	10%	19%	8%	15%	12%	18%	5%	13%	9%	19%	4%	7%	6%	12%	7%	21%
Cognitif (clarté des informations)	5%	10%	5%	14%	5%	9%	4%	11%	5%	15%	3%	12%	3%	8%	1%	12%	10%	8%

LA MEILLEURE EXPÉRIENCE / LA PIRE EXPÉRIENCE

7BIS. LE MANQUE DE PERSONNALISATION ET LES DÉLAIS DE TRAITEMENT CONTRIBUENT SENSIBLEMENT A DÉGRADER L'EXPÉRIENCE CLIENT

Plus précisément, lors de cette expérience, quelle a été votre niveau de satisfaction concernant... ?

PAR CRITÈRE D'ÉVALUATION

	FRANCE		ALLEMAGNE		ESPAGNE		GRANDE-BRETAGNE		ITALIE		BRESIL		USA		CHINE		JAPON	
La facilité pour entrer en relation	43%	33%	54%	34%	49%	32%	47%	24%	30%	35%	49%	32%	57%	19%	34%	16%	31%	21%
La disponibilité et la réactivité	44%	43%	49%	34%	44%	41%	49%	34%	33%	41%	45%	38%	55%	27%	31%	21%	34%	29%
La cohérence des modes de contact	38%	43%	40%	40%	42%	39%	41%	30%	29%	40%	42%	36%	51%	28%	28%	16%	25%	27%
La personnalisation de la prestation	42%	49%	50%	42%	45%	45%	39%	37%	30%	45%	39%	39%	53%	35%	31%	21%	30%	34%
Les délais de traitement	44%	50%	50%	44%	43%	46%	46%	38%	35%	46%	45%	41%	56%	34%	30%	16%	29%	33%

LA MEILLEURE EXPÉRIENCE / LA PIRE EXPÉRIENCE

8. C'EST EN GRANDE BRETAGNE QUE LA QUALITÉ DE LA RELATION AVEC LES SERVICES PUBLICS ÉTUDIÉS EST LA MIEUX PERÇUE.

La France est bien positionnée dans l'Education et le Transport Scolaire

Pour chacun de ces services, comment-jugez-vous la qualité de la relation (accueil et efforts pour vous satisfaire) ?

	FRANCE	ALLEMAGNE	ESPAGNE	GRANDE-BRETAGNE	ITALIE
Préfectures	62%	74%	54%	76%	65%
CAF	62%	51%	69%	69%	41%
Justice	56%	63%	44%	70%	39%
Police	72%	72%	76%	69%	75%
Education	72%	67%	69%	75%	59%
Transports scolaires	76%	62%	75%	68%	50%
Services de l'emploi	51%	41%	49%	62%	33%
Formation Professionnelle	61%	63%	58%	76%	47%

TOTAL BONNE RELATION

9. LES FRANÇAIS ONT UNE VISION PLUS POSITIVE QUE LES AUTRES EUROPÉENS SUR L'EFFICACITÉ DE LEUR SERVICES DE L'EMPLOI

Lors de cette expérience avec ce service de l'emploi, indiquez pour chacune des affirmations suivantes si elle correspondait tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à votre situation

	FRANCE	ALLEMAGNE	ESPAGNE	GRANDE-BRETAGNE	ITALIE
L'information sur les emplois disponibles	64%	54%	71%	81%	61%
L'aide et l'orientation pour le choix d'un nouvel emploi	56%	48%	64%	77%	48%
L'adéquation de l'emploi avec l'emploi recherché	54%	39%	41%	64%	35%
L'utilité du service dans la recherche d'emploi	50%	40%	41%	69%	38%
La simplicité pour trouver un nouvel emploi	46%	39%	33%	55%	33%

% d'accord

9 BIS. LES FRANÇAIS ONT UNE VISION PLUS POSITIVE QUE LES AUTRES EUROPÉENS SUR LA PERTINENCE DE LEUR FORMATION PROFESSIONNELLE

Lors de cette expérience avec cet organisme de gestion de formation professionnelle, indiquez pour chacune des affirmations suivantes si elle correspondait tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout à votre situation

	FRANCE	ALLEMAGNE	ESPAGNE	GRANDE-BRETAGNE	ITALIE
Estiment être bien informés de leurs droits à la formation professionnelle...	39%	41%	49%	39%	45%
L'information sur les formations disponibles	75%	65%	82%	74%	69%
L'aide et l'orientation pour le choix de la formation	71%	56%	73%	70%	58%
La formation a permis d'acquérir les compétences recherchées	70%	60%	65%	67%	63%
A pu choisir la formation souhaitée	66%	51%	63%	76%	62%
A pu bénéficier d'un financement pour suivre la formation	65%	55%	54%	73%	48%
La simplicité pour trouver une formation	63%	51%	65%	70%	55%

% d'accord