

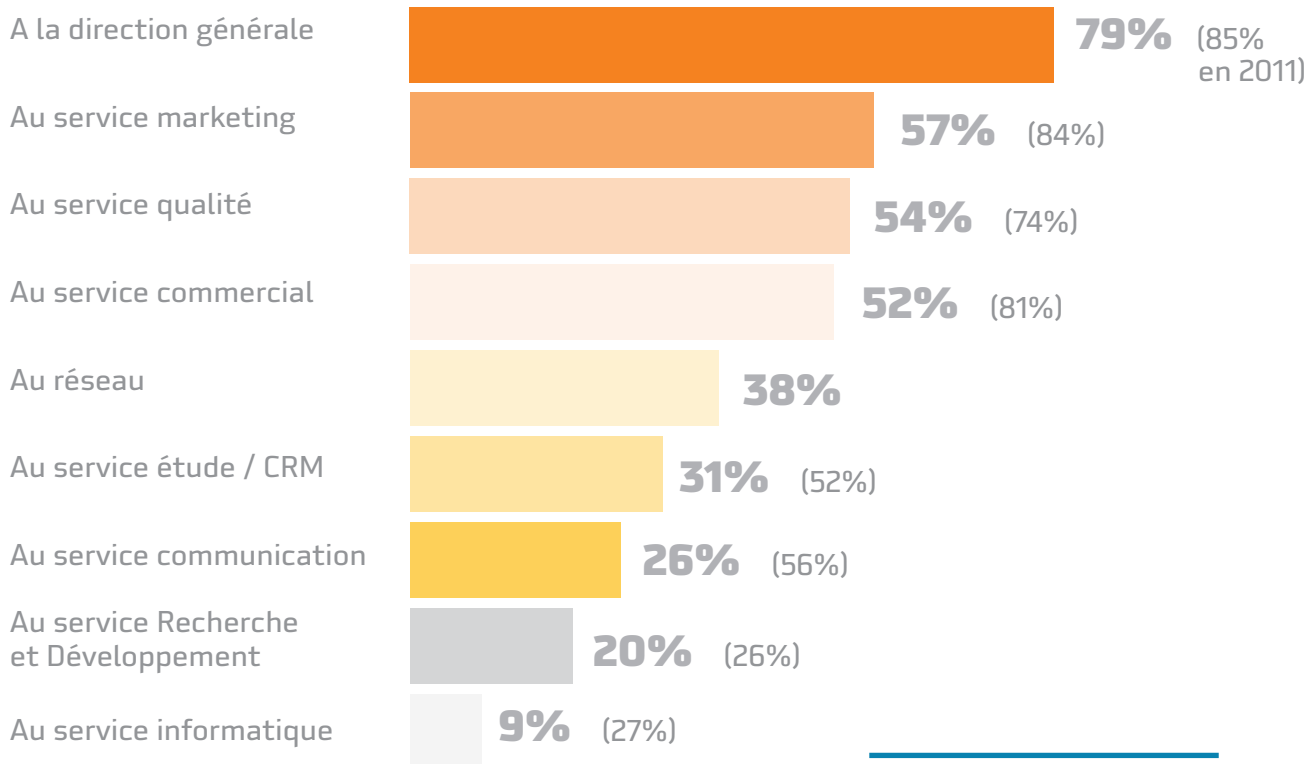
L'exploitation et la diffusion des analyses des messages clients au sein des entreprises



En 2015, IPSOS et ERDIL ont mené conjointement une étude nationale auprès de plus de 200 décideurs Relation Client de grandes entreprises françaises. Nous avons synthétisé les résultats de ces investigations dans 3 de nos Bulletins de la Relation Client. Ce dernier volet cible l'exploitation et la diffusion des résultats des analyses des messages clients au sein de ces grandes entreprises.

Une diffusion des analyses moins éparse qu'en 2011, mais dont la cible principale reste la direction générale

À QUEL NIVEAU EST TRANSMISE CETTE ANALYSE ?



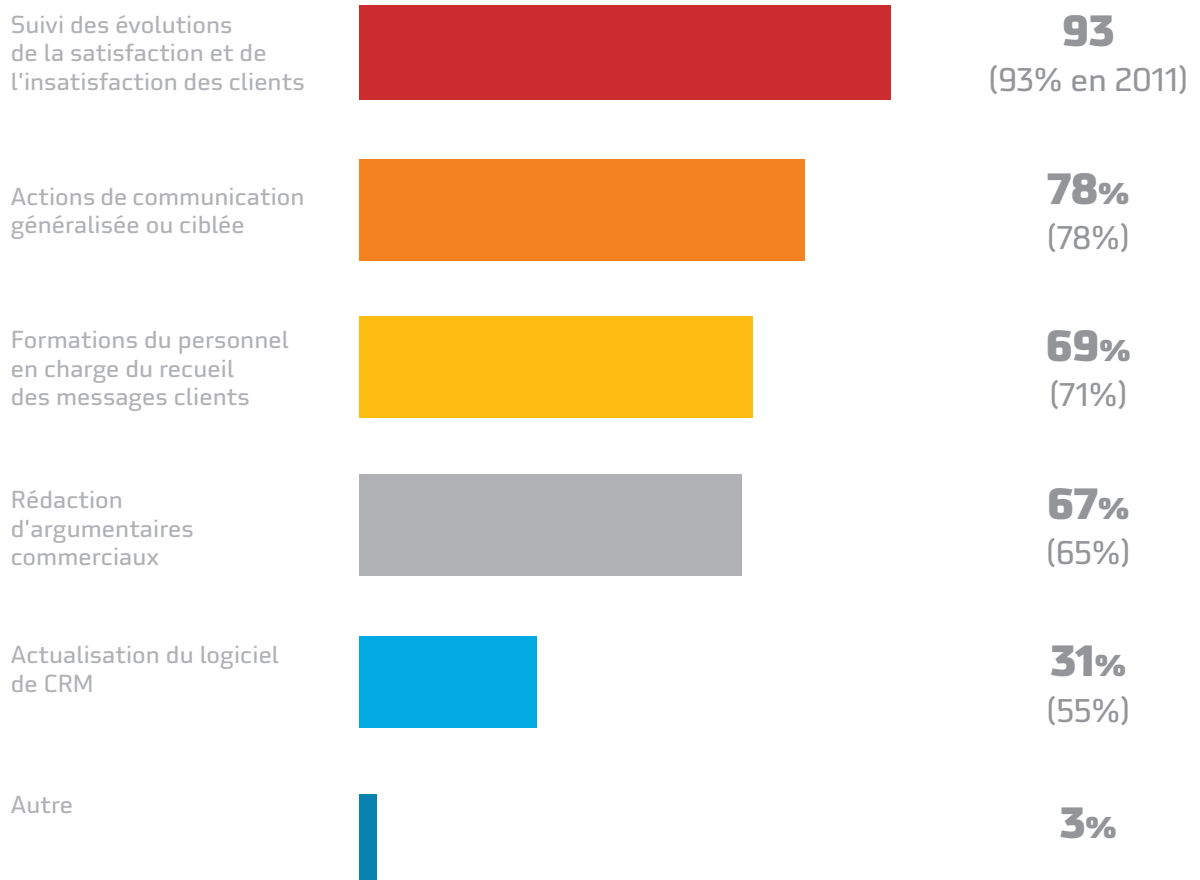
3,2

services recevant les analyses en moyenne

(4,2 en 2011)

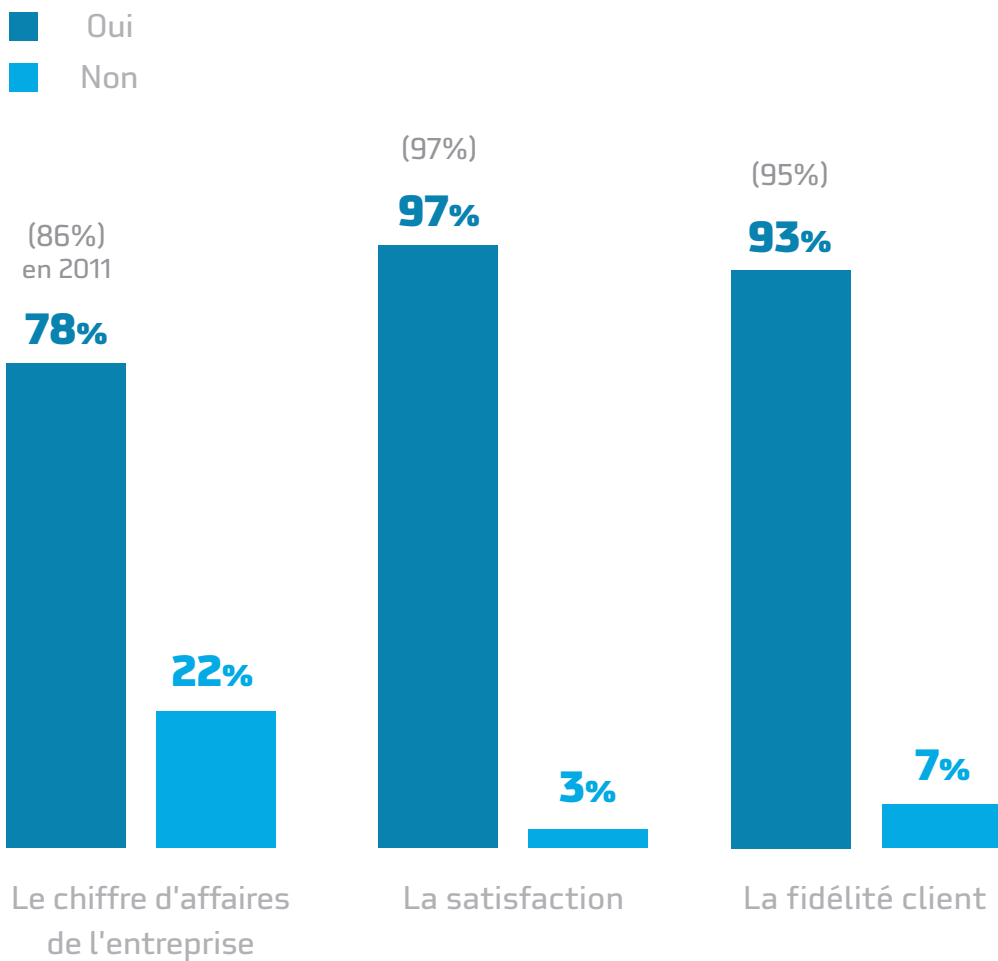
Depuis 2011, les actions mises en place n'ont pas évolué, exceptée l'actualisation de l'outil CRM, beaucoup moins appliquée...

ACTIONS MISES EN PLACE SUITE À L'ANALYSE :



... Ce qui explique un sentiment moindre d'amélioration des analyses des messages clients par les grandes entreprises, mais un impact positif qui demeure

IMPACT POSITIF DE L'ANALYSE DES MESSAGES DES CLIENTS SUR...



■ Points de vue

de responsables écoute client,
agences, associations relation client...



Christine PEYRAUD-MAGNIN, **ECHANGEUR**
Echangeur by LaSer by LaSer

« L'analyse automatique des verbatim se présente comme une source d'opportunités permettant à Cofinoga de faire progresser tout à la fois ses pratiques relationnelles, ses offres et ses process. Au-delà d'apporter des clefs de compréhension, **l'analyse des commentaires permet de faire émerger les attentes des clients.** »

Carole POMMOIS, **PSA PEUGEOT CITROËN**
PSA Peugeot Citroën

« Nous avons déjà retiré beaucoup d'enseignements de nos retours clients. Par exemple, avec une question fermée, nous demandions si le client avait dû revenir à l'atelier mais **c'est seulement en analysant les réponses aux questions ouvertes que nous avons pu en découvrir les raisons.** Cela permet de mettre en place des plans d'actions pertinents et efficaces. »

Emmanuel SANTONI,
L'AMARC

« Je peux citer, par exemple, General Mills (Old El Paso, Géant Vert...) dont les retours clients ont été pris en compte afin de modifier la recette d'un produit. **La satisfaction sur ce produit a augmenté ainsi que le chiffre d'affaires généré par ses ventes.** »



■ Focus

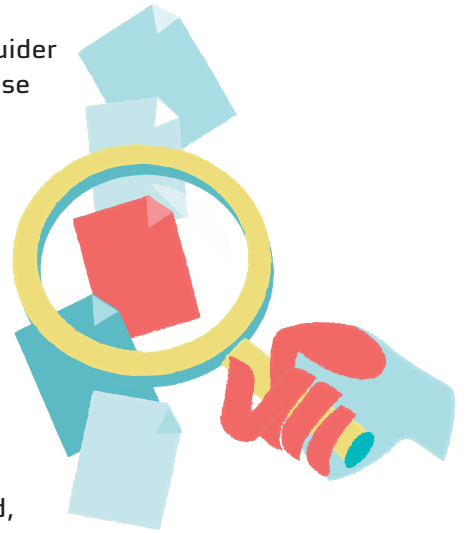
Ce qui nous paraît clé, nos analyses

- ▶ Alors que la notion de symétrie des attentions se généralise et que de plus en plus de voix se font entendre en faveur de l'implication de TOUS les services de l'entreprise dans l'amélioration de la satisfaction client, on observe pourtant qu'entre 2011 et aujourd'hui le nombre de services destinataires a baissé de près de 25 % (de 4,2 en 2011 à 3,2 services recevant les analyses en 2015). Alors, contradiction ou correctif proche ? 2016 nous le dira mais à l'écoute de nos clients et des marques que nous rencontrons et qui cherchent à automatiser des rapports ciblés pour chacune de leurs directions, nul doute que les prochaines évolutions verront croître le nombre de destinataires.
- ▶ Un ROI global, partagé et apporteur d'affaires est évoqué dans cette étude. Pour près de 80 % des responsables marketing et relation client des grandes entreprises, l'analyse des messages a un impact positif sur le chiffre d'affaires.
- ▶ Les outils CRM, en dehors de ceux dédiés originellement à la relation client, n'intègrent généralement pas encore les résultats d'analyses des messages. Or, de nombreuses entreprises demandent à nourrir leur connaissance client et voient pourtant l'actualisation des CRM moins appliquée. Le progrès ne peut qu'aller vers une complémentarité optimisée des outils de big data et de gestion de la relation client.



■ À propos d'ERDIL

- ▶ Une équipe d'**experts en linguistique** pour vous guider et vous conseiller sur la meilleure façon d'exploiter la richesse de la voix du client.
- ▶ Une **maîtrise complète** de la mise en place, maintenance et évolution du système.
- ▶ Depuis plus de dix ans, **de grandes références** nous font confiance pour la concrétisation de leurs projets d'analyse des messages clients.
- ▶ Des analyses en **8 langues** : français, anglais, allemand, espagnol, italien, néerlandais, portugais, polonais.



■ Nos références



■ Contacts

Séverine VIENNEY

Président Directeur Général
severine.vienney@erdil.fr
+33 (0)6.37.75.40.73

Olivier DOUSSOT

Directeur du Développement
olivier.doussot@erdil.fr
+33 (0)6.61.53.30.77



ERDIL SAS

6, rue Sophie Germain
25000 Besançon
Tel : +33 (0)3.81.25.29.86
Fax : +33 (0)3.81.25.53.51