

# QualityObserver

04 octobre 2013

Bertrand Visconti

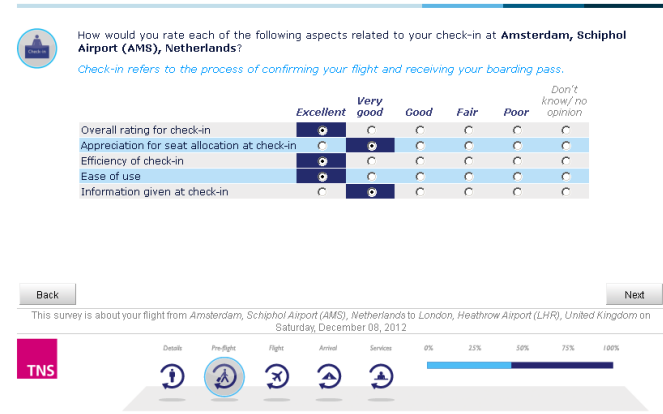


---

**Quality**Observer vs e-SCORE

2 programmes de suivi de notre relation clients

# QualityObserver & e-SCORE



Exemple

✓ Signalétique en place (conformité de service)  
Mesure objective



☺ "I like the efficiency"  
(Appréciation du client)  
Mesure subjective

# Quality Observer

## Qu'est ce que c'est ?

**QO :**

**La mesure, par nos clients, de la conformité du service**

---

**Du client mystère**

- Des professionnels externes
- Des mesures limitées
- Des couts élevés
- 1 mois d'attente pour les résultats
- Une démarche externe

au



**Quality Observer**

- Nos clients fidèles
- Un plus grand nombre d'observations
- Des économies réelles
- Des résultats instantanés
- Une démarche intégrée avec nos clients
- A un co-pilotage .....

D'un programme de mesure



# Qui sont et que font nos Quality Observer ?

---

- Nous proposons à plusieurs Milliers de nos meilleurs clients la possibilité de devenir QO
  - Nous choisissons ces clients en fonction de leur fréquence de voyage, mais également en fonction de leurs destinations habituelles
  - Leur statut fait de ces clients un “réservoir” d’avis et de propositions
- Ces clients doivent vérifier, au travers de 50 questions, si les promesses d’Air France KLM en terme de service sont respectées :
  - Non seulement pour des promesses clients
  - Mais également pour des standards que nous souhaiterions atteindre
  - En complément de cette vérification, un espace important est dédié aux commentaires et aux propositions

# Nous avons demandé à nos clients leurs motivations pour devenir QO

“My comments will really change things (like priority luggage is delivered first on my next flight on the same route). (And) reward of Air France Flying Blue miles for the time invested.” Juergen, Germany, Platinum, AF

“Getting a bit involved makes flying more interesting. Anything that improves service levels is positive. The rewards are nice, but frankly not very material compared to taking long flights!” Peter, UK, Platinum, AF

“I would like to participate without getting any perks or benefits. I see it as my duty in response to good and safe service I am getting from AF/KLM.” Les, Germany, Silver, KLM

“The possibility to help AF/KLM to improve their services. The possibility to take part on a exclusive panel and, more than that, to provide a reliable information to the companies in order to correct some errors or incidents that may occur during a flight. It (would be) a very good option that the participants get a reward in miles.” Alvaro, Spain, Silver, AF

“I am flying anyway and the extra work required is relatively small. I think it would be fun to participate and observe more consciously the different process and quality aspects from a Frequent Business Class Flyer perspective.” Habib, Germany, Platinum, KLM

“By default interested, for similar reasons as participating in this community. I like flying, I like observing what goes well, what could be improved, I like to see things improve over time.” Edvard, Netherlands, Platinum, KLM

“Additional miles :) But also the opportunity to test new technology which I enjoy.” Rachel, UK, Platinum, KLM



# Quality Observer : les composantes du programme



# L'animation de nos Quality Observers

A chaque fois que le questionnaire est complété, chaque QO reçoit :

- 20% de discount sur les boutiques online AF ou KLM
- 500 miles Flying Blue

The screenshot shows the KLM online shop interface. At the top, there's a search bar and a shopping bag icon. Below that, a navigation bar lists categories like 'KLM Exclusives', 'Typically Dutch', 'Travel', 'Kids', 'Fashion accessories', 'Cosmetics', 'Electronics', 'Liquor & tobacco', and 'Promotions'. The main content area features a 'KLM Exclusives' banner with a KLM airplane and a blue and white striped bag. Below the banner, there are three product cards: 'Retro Bag EUR 19,50', 'Retro Cufflinks from EUR 25', and 'AIR FRANCE / KLM football'. The interface also includes a sidebar with filters for 'Category', 'Ages', 'Delivery options', and 'Flying Blue Miles'.

AIRFRANCE shopping

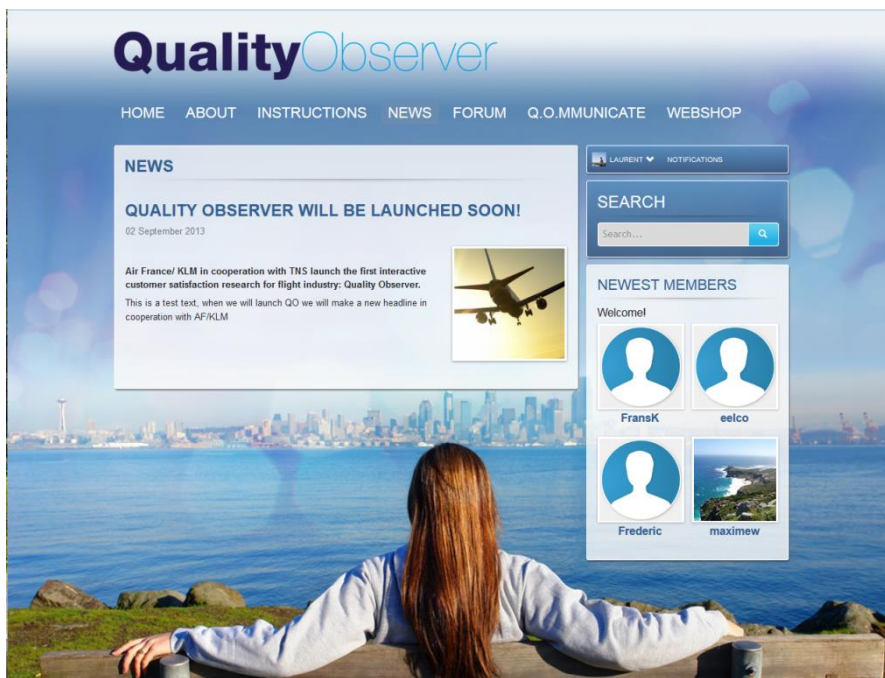
FLYINGBLUE  
Go to the shop in miles

Luggage Accessories Fashion Lifestyle Aviation Children Brands

The screenshot shows the AIRFRANCE shopping website. The main banner is 'WATCHES SELECTION' with a 'Discover' link. Below the banner, there are three featured products: 'NEW' featuring a JFK mug with 'Immediate boarding' text; 'FAVORITE' featuring Jack Russell luggage; and 'TOP 5' featuring Year 2012 cards. The interface also includes a search bar and a shopping bag icon.

\* Special discount codes created for Q.O

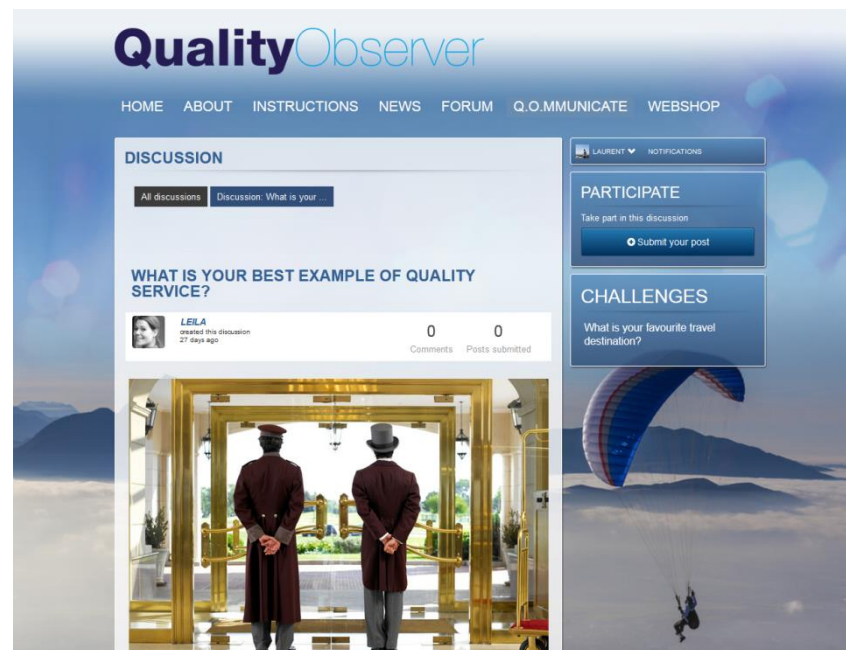
# Nos QO ont un site web dédié à leur communauté



Ce site est le lien quotidien entre notre Groupe et nos QO : Le QO peut échanger avec ses collègues, nous poser des questions, réagir à notre programme, être force de proposition. Il est en permanence suivi par un collègue Air France.

Un site dédié a été crée pour former, animer nos QO et leur apporter de la visibilité sur le programme.

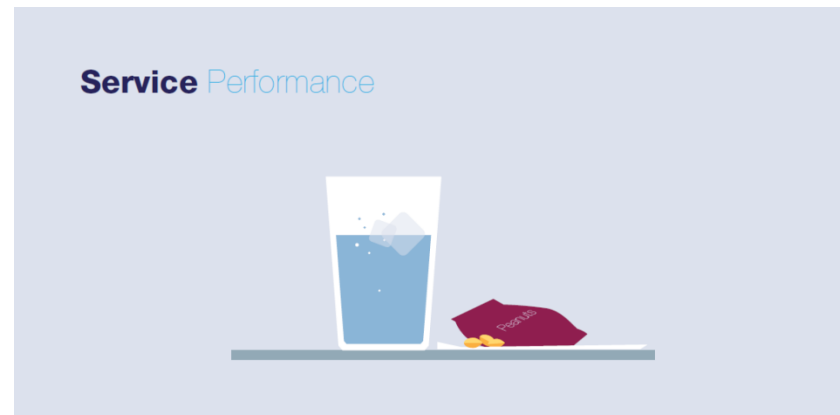
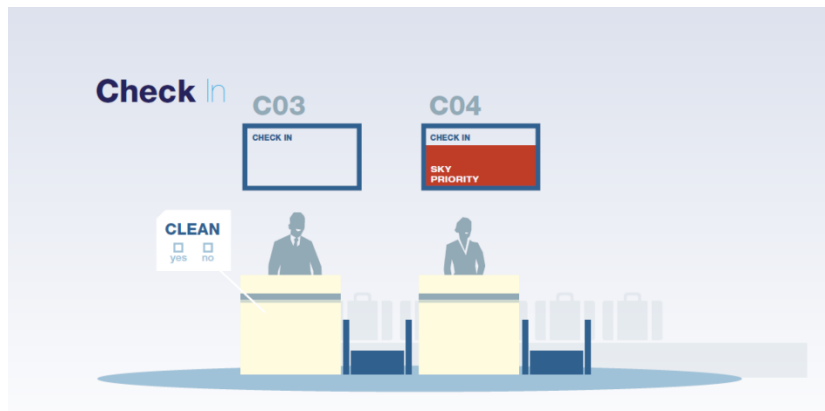
Ce site, simple et transparent, est le principal lien entre nous.



# Un interface web, support de notre co-création



Nos QO seront conviés 2 fois par an à des forums où nous échangerons sur les résultats et durant lesquels nous chercherons à améliorer nos produits et nos services



# Quelques exemples d'écrans QO

