

**trusteam
finance**

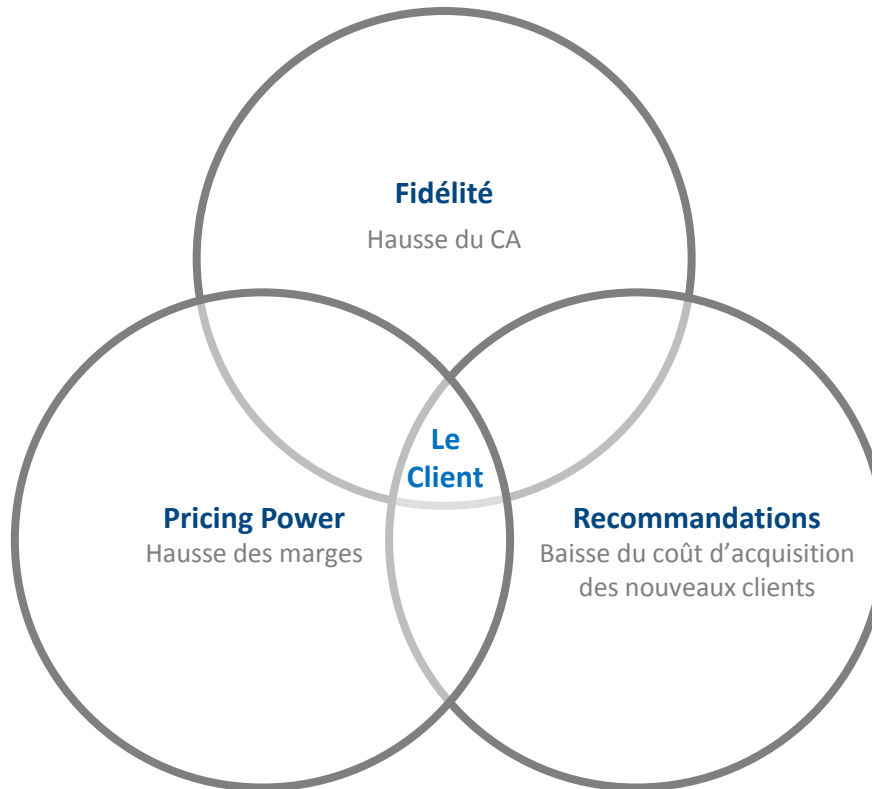


La Satisfaction Client, moteur de performance

Trusteam Finance

Les 3 leviers à partir de la Satisfaction Client

Lien entre Satisfaction Client et performances financières



« You need your customer more then they need you... »

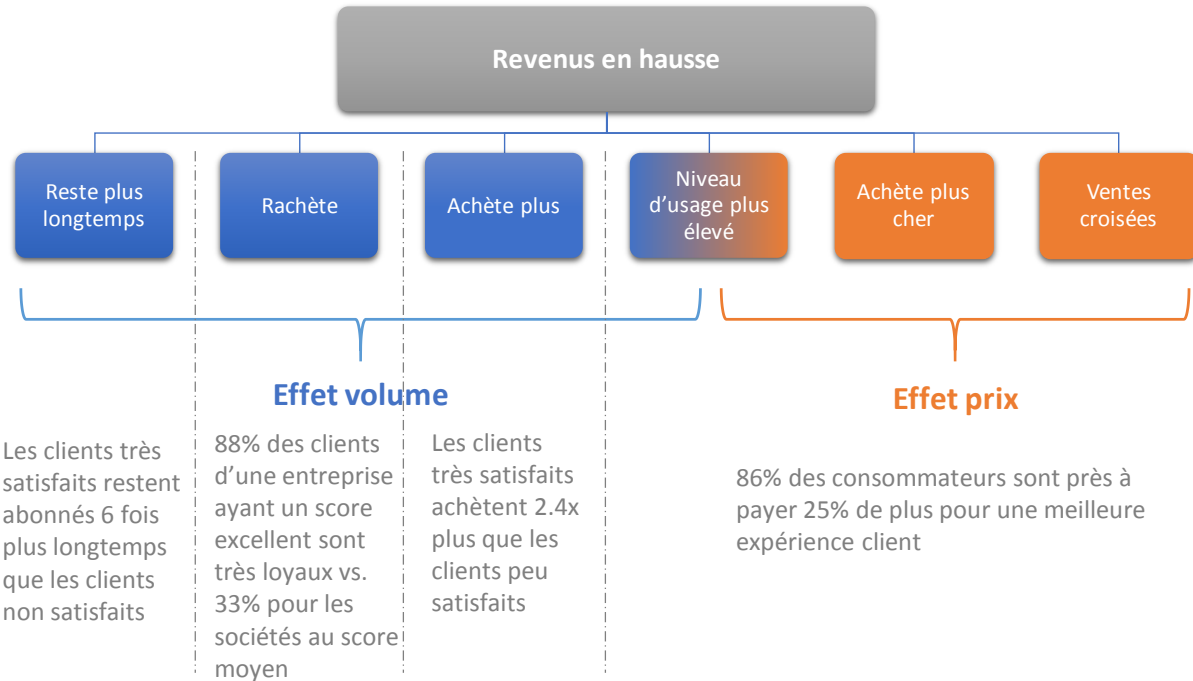
Introduction

Dans un monde sans croissance et à la concurrence accrue ...

- La satisfaction des clients est en baisse...
 - Pour 57% des Français, la qualité du service s'est dégradée au cours des 3 dernières années
 - 79% des consommateurs ont été déçu par un décalage entre les promesses de l'entreprise et le service effectivement fourni.
- Attention, le consommateur sait faire entendre sa voix, l'explosion des réseaux sociaux accentue le phénomène :
 - 89 % des clients font part de leurs expériences négatives à leur entourage et 21% n'hésitent pas à utiliser le web– ils sont même 49% au Brésil ou 46% en Chine
 - 12 millions de personnes ont vu la video que Dave Caroll a réalisé sur YouTube pour se plaindre que United Airlines avait cassé sa guitare...
- Et le client n'hésite plus à changer de fournisseur :
 - 54% des consommateurs français ont changé de fournisseur en 2013 à cause d'un service client insuffisant
 - 66% dans les pays développés et 81% dans les marchés émergents !
- Mais ce risque n'est pas irréversible
 - 82% des répondants ayant changé de fournisseur estiment que ce dernier aurait eu les moyens de les retenir.
 - Opportunité de marché selon Accenture : 6 200 Mds\$ dont 223 Mds€ en France/Bénélux

Les clients sont l'actif économique intangible le plus important des entreprises

La satisfaction client permet des revenus récurrents, en croissance et des gains de part de marché



La valeur d'un sourire : en étant accompagné dans son acte d'achat, un client dépense en moyenne 40% de plus.

Les entreprises à l'actif client bien géré ont de meilleures performances financières

Lien étroit entre degré de satisfaction clients et retour sur investissement

Sources

Extraits de travaux de recherche



15% des clients les plus fidèles d'une entreprise contribuent à **60%** des ventes totales de l'entreprise

BAIN & COMPANY



- En diminuant l'attrition de la clientèle de seulement **5%**, l'entreprise peut améliorer ses bénéfices nets entre **25 et 85%**

- L'augmentation de la **fidélisation** de la clientèle de **1%** équivaut à une **réduction des coûts** de **10%**

BCG



Au sein d'un même secteur, les deux sociétés les meilleures en termes de recommandation font en moyenne 27pt de **croissance** de plus que les deux les moins bonnes

Deloitte.



Les entreprises qui suivent et investissent dans la **fidélisation** de la clientèle ont un taux de progression supérieur à la moyenne de leur profession et sont en moyenne **60%** plus **rentables**

Insitut TARP - USA



Acquérir un nouveau client coûte 5 fois plus cher que de conserver un existant

Des liens prouvés par de nombreuses recherches académiques

Un lien étroit entre satisfaction client et rentabilité

1992



Claes Fornell,
University of Michigan

« Accroître le niveau de **Satisfaction Clients** permet à l'entreprise d'augmenter sa profitabilité future ».

1996 — Ittner & Larcker

« Il existe un lien très fort entre le niveau de **Satisfaction Clients** d'une entreprise et sa performance boursière »

1999



Robert Eccles, Harvard
University

« On ne saurait trouver les principaux indicateurs de performance des entreprises dans les seules données financières. Qualité, **Satisfaction Clients**, innovation, part de marché: des grandeurs de ce type reflètent mieux les conditions économiques et les perspectives de croissance d'une entreprise que ses bénéfices publiés ».

1999 — Heskett, Sasser &
Schlesinger

« La **Satisfaction clients** est étroitement liée à la loyauté des collaborateurs de l'entreprise, à la compétitivité des coûts, à la profitabilité et à une croissance à long terme ».

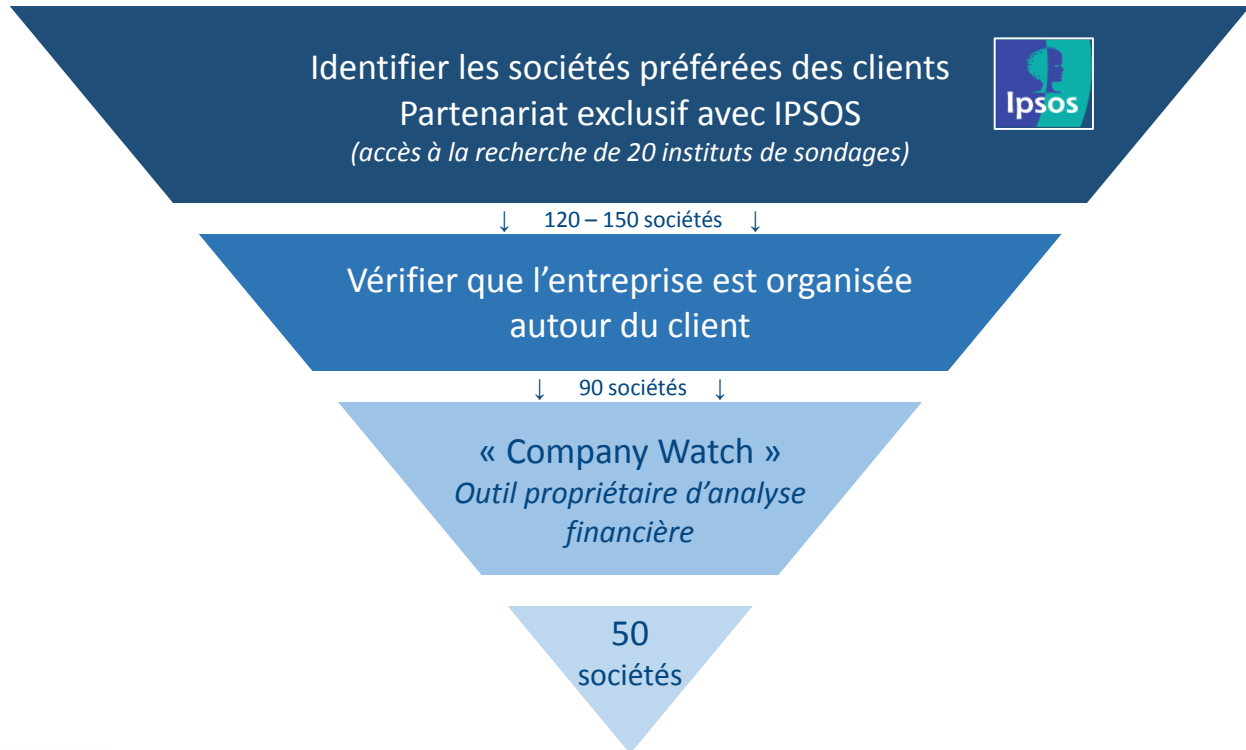
2005 — Gruca & Rego, Journal
of Marketing

« Le risque associé aux futurs cash flows est réduit avec un indice de **satisfaction clients** élevé. Et, si la variabilité des cash flows est réduite, alors le coût du capital devrait lui aussi baisser ».

Trusteam Finance

Le process Satisfaction Client

Univers d'investissement : Sociétés cotées de l'UE, de la Suisse et des USA



Trusteam Finance

Exemples de valeurs Satisfaction Client

LVMH
MOËT HENNESSY • LOUIS VUITTON

vs


KERING

↑ **81%**¹ Niveau de Satisfaction Clients 2014 ↓ **79%**¹

+ **12.5 %** Parcours boursier depuis le 30/09/2014 - **5%**

amazon

- Performance boursière YTD: + **83%**
- 80%² de son résultat d'exploitation réinvesti dans l'expérience client


KORIAN

- Chiffre d'affaires premier semestre 2015 en hausse de + **33%**
- Le futur Sodexo des maisons de retraites

Handelsbanken vs

 **SOCIETE GENERALE**

85%³ Niveau de Satisfaction Clients 2014 **71%**³

+ **90%** Parcours boursier depuis le 01/01/2008 - **52%**

Le lien entre Satisfaction Client et performance boursière

Performances du fonds Trusteam ROC depuis sa création vs la catégorie actions internationales

