

Convention



testntrust
LE 1^{ER} COMPARETEUR DE SATISFACTION ®

S **sens du client**
.com



Bouche à oreille

Nouvelles dimensions
et enjeux

Thierry Spencer



Bouche à oreille



Première source
d'information pour
une décision d'achat :
le bouche à oreille
(informations de gens
que je connais 76%).

Source la plus
importante à 56%.

Partage

82%

Des
consommateurs
-ayant eu une
mauvaise
expérience
client- en ont
parlé autour
d'eux au moins
une fois dans les
12 derniers mois.

Publication

23%

Part des
consommateurs
-ayant eu une
mauvaise
expérience
client- qui ont
publié un
commentaire
négatif.

Lecture

86%

Part des
français lisant
toujours ou
parfois les avis
consommateurs
sur Internet



Indifférents

3%

Part des
consommateurs
lisant les avis qui
ne sont pas
influencés



Le
client
sera
influent

Photo © aris sanjaya

Combien d'oreilles ?

15

Après une mauvaise expérience, 64% des consommateurs déclarent en discuter systématiquement avec environ 15 personnes.



Satisfied
Customers
Tell Three
Friends,

Angry
Customers
Tell 3,000

PETE
BLACKSHAW

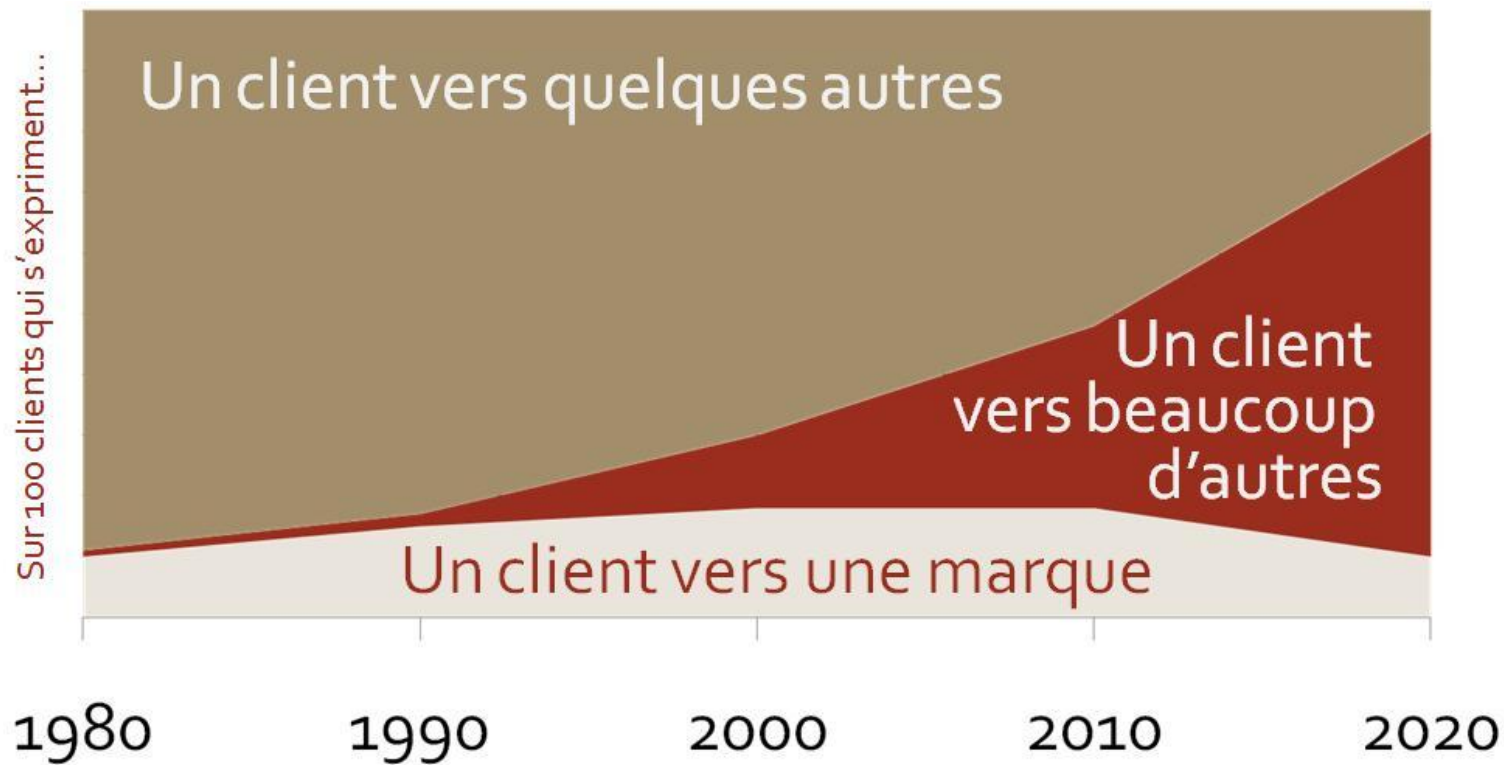
Running a Business in Today's
Consumer-Driven World

Si vous rendez vos clients mécontents dans le monde réel, ils sont susceptibles d'en parler chacun à 6 amis. Sur internet, vos clients mécontents peuvent en parler chacun à 6000 amis.



amazon[®]

Le nouvel âge de la relation client



Réclamants

42%

Part des français qui se plaignent lorsqu'ils ne sont pas satisfaits d'un commerçant. La médiocrité du service client est la 1ère cause de réclamation, évoquée par 58% des Français interrogés

Confiance en mes proches

3
fois

+

Comparaison de la
confiance
accordée aux
recommandations
de mes amis, ma
famille, mes
proches vs la
publicité.

Perte de confiance

8
sur 10

Part des secteurs
d'activité dans
lesquels la perte de
confiance
augmente en tant
que raison de
changer de
fournisseur

Impact sur la perception de la marque

86%

Part des consommateurs interrogés qui déclarent que "l'expérience avec un service client a un impact sur leur perception de la marque", une mauvaise expérience (45%) ayant un impact plus fort qu'une expérience positive (41%).

Recommandation

28%

Taux de recommandation d'une entreprise qui est un de « mes fournisseurs ». Top box (extremely)

Fidélité

15%

Part des
consommateurs se
déclarant tout à
fait fidèles aux
marques

Réputation

57%

Pour une société en qui on n'a pas confiance, 57% des personnes interrogées croient les avis négatifs après l'avoir entendu 1 à 2 fois (et 15% les avis positifs)

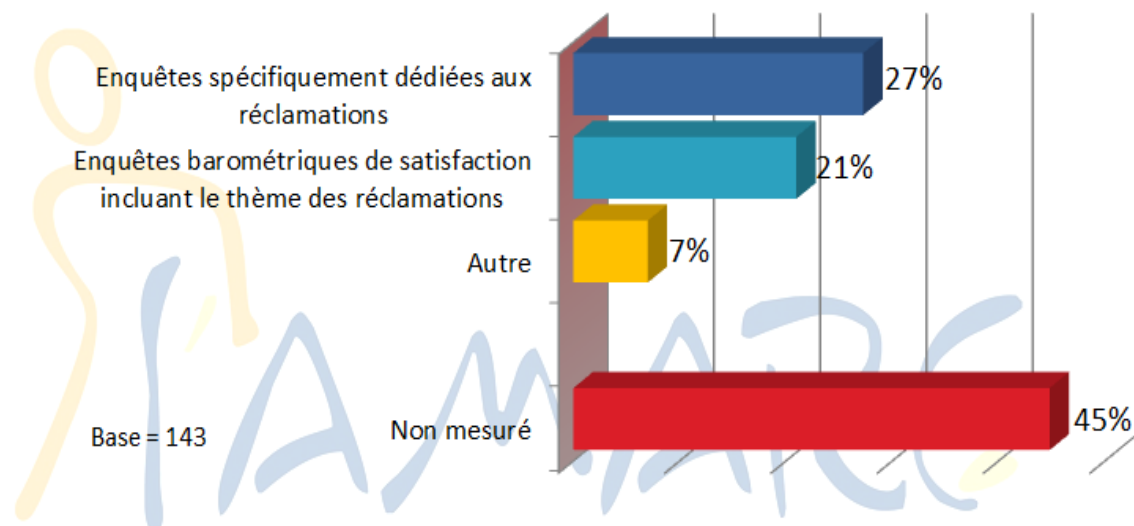
Mobilité

21%

des
personnes
équipés en
smartphones
ou tablettes
ont déjà
acheté en
ligne via cet
équipement

Mesure de la satisfaction des clients réclamants

Mesurez-vous, après réclamation, le niveau de satisfaction des clients vis-à-vis du traitement de leur réclamation ?



55 % des entreprises mesurent d'une façon ou d'une autre la satisfaction liée au traitement des réclamations.
27 % réalisent des enquêtes de satisfaction post réclamation.

Merci de votre attention

testntrust

 **sens du client**
.com