



# L'émotion dans la satisfaction : qu'en disent les chiffres ?

Préparé pour Convention AMARC – 9 décembre 2016

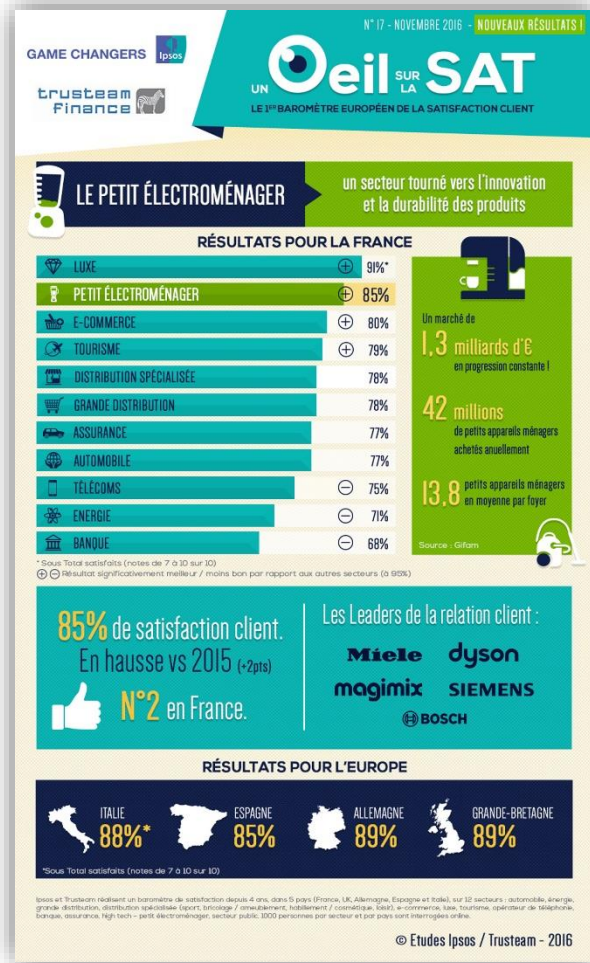
Par Olivier Lagrand, Directeur Général France, Ipsos Loyalty



***La satisfaction  
client ... un constat  
« hétérogène » !***

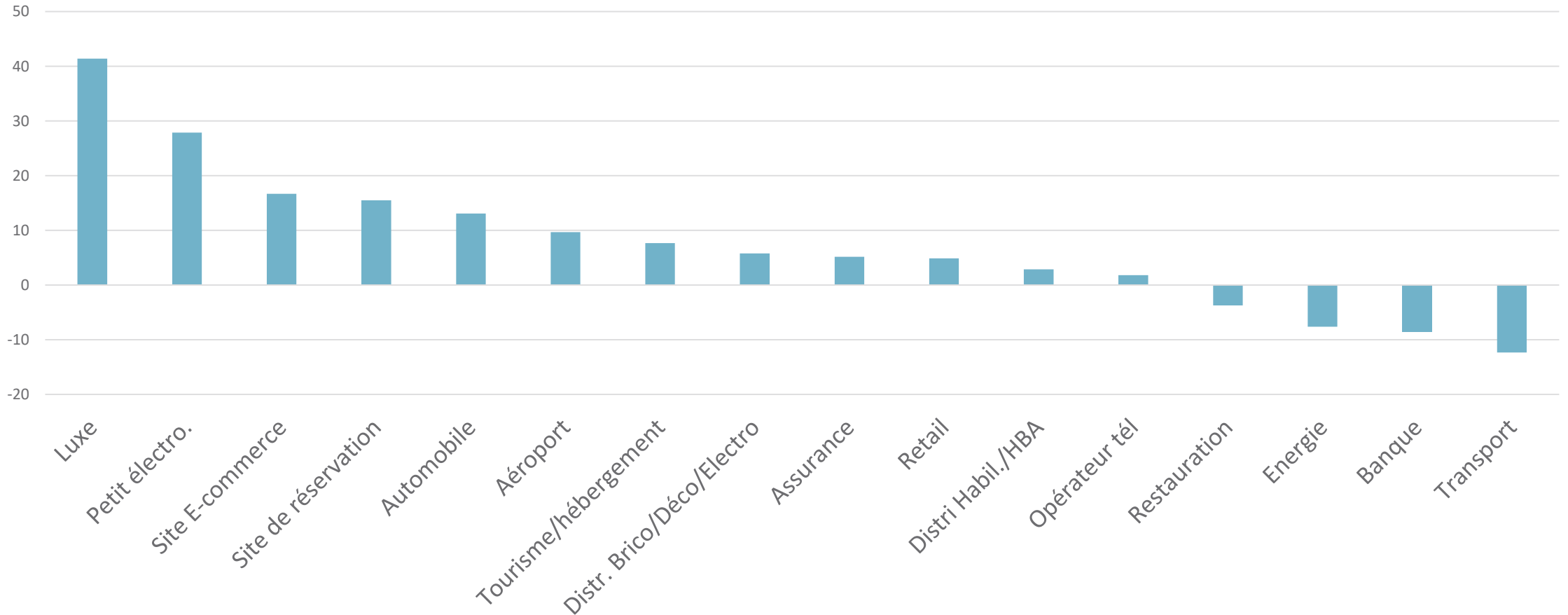
# BENCHMARKER LES SECTEURS ET LES MARQUES

## Un partenariat exclusif Ipsos-Trusteam Finance



# Des réalités sectorielles différentes !

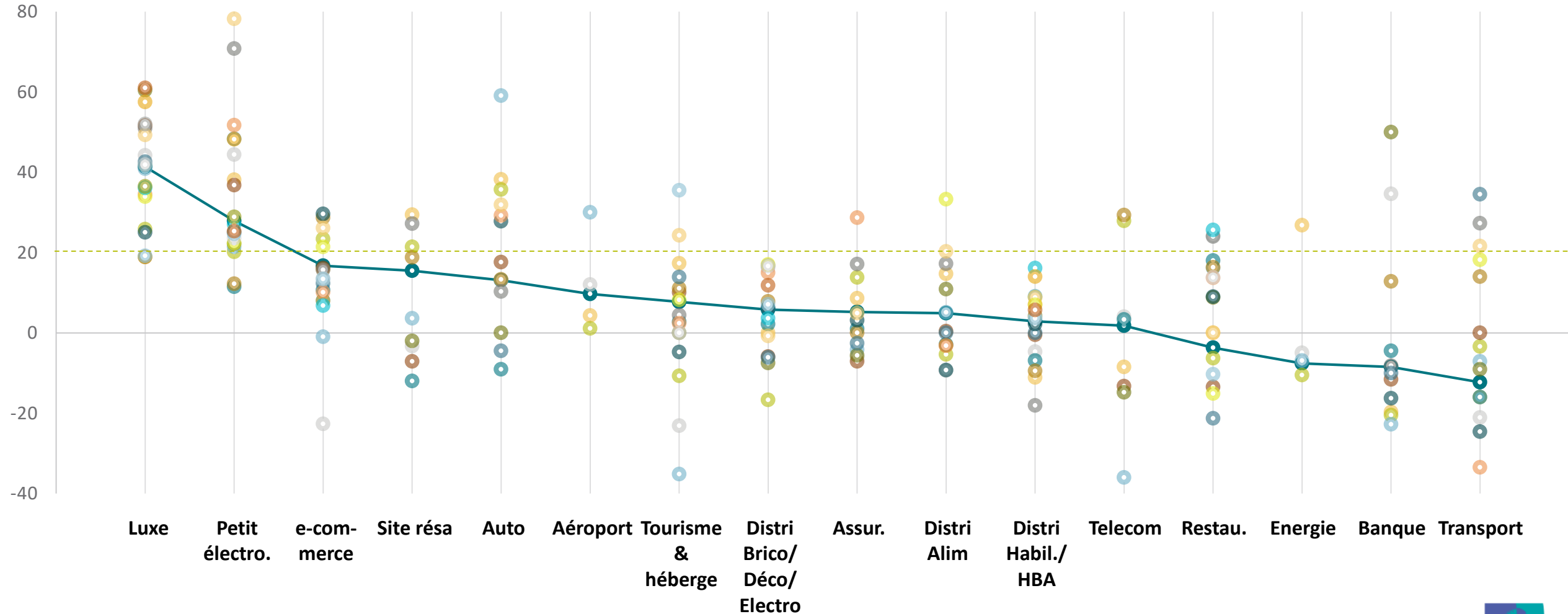
NPS par secteur (2016)



Source : étude Ipsos – Trusteam 2016



# Qui cachent des disparités (et des champions)





***Il faut trouver le  
bon levier !***

**GAME CHANGERS**



LES LEVIERS DE LA SATISFACTION

# Au-delà de la raison ... l'émotion fait la différence

## COMPOSANTE RATIONNELLE



**Satisfaction, réponse aux besoins,  
fiabilité...**

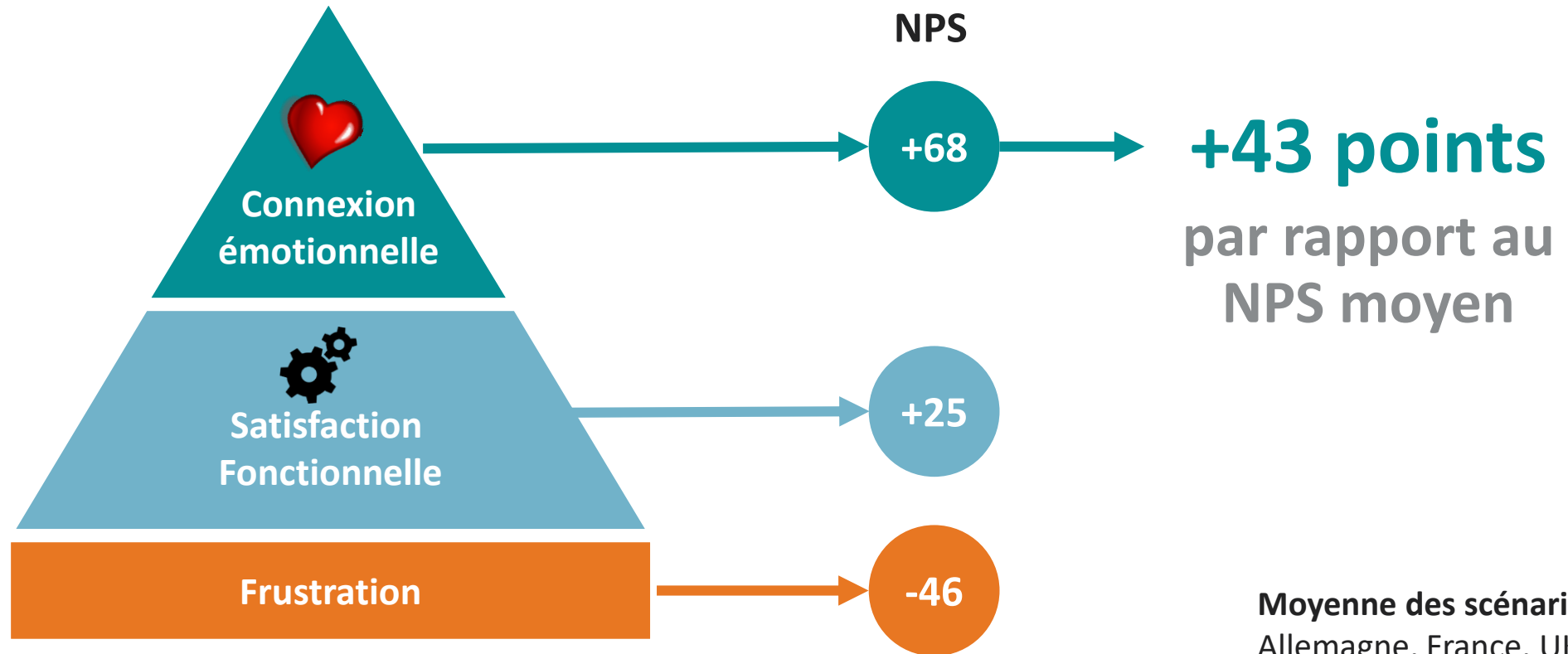
## COMPOSANTE ÉMOTIONNELLE



**Confiance, indulgence,  
proximité...**

# L'IMPACT DE L'ÉMOTION SUR LA SATISFACTION

## La preuve !



**Moyenne des scénarii testés**  
Allemagne, France, UK, USA  
Auto, Banque, Téléphonie



# L'IMPACT DE L'ÉMOTION SUR LA SATISFACTION

## L'émotionnel fait la différence dans tous les secteurs



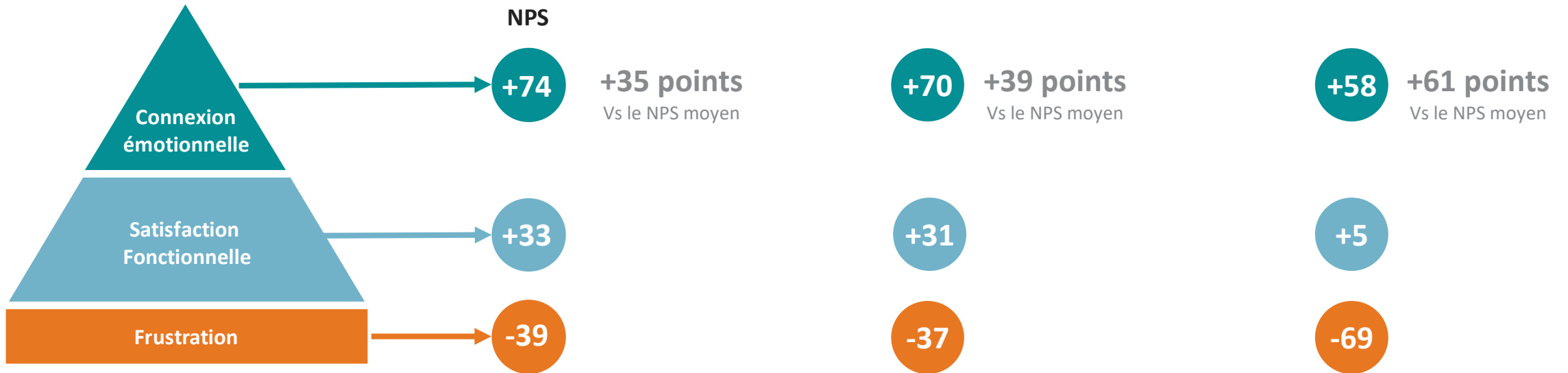
**Téléphonie**  
(ALL, UK, US)



**Auto**  
(DE, FR, US)



**Banque**  
(FR, UK)



Source Etude R&D Ipsos – France – 961 interviews - 2016



**OUI, l'émotion fait  
une (énorme)  
différence !**

**Trouvez les leviers  
émotionnels dans  
l'expérience client !**

**GAME CHANGERS**

