



Observatoire des Services Clients 2023

Pour l'Élection du Service Client de l'Année



Quel dispositif méthodologique ?



ADMINISTRATION

Administration par Internet d'un questionnaire de 18 questions sur :

- #1 La qualité de service des services clients
- #2 L'impact des services clients sur la fidélité
- #3 Le niveau de confiance vis-à-vis des services clients
- #4 Le nombre de contacts
- #5 Le niveau de connaissance et d'utilisation de l'IA par les clients



CIBLE

Echantillon de **4 994** personnes représentatif de la population de 18 ans et plus, utilisateurs ou non d'un service client

-  1 000 enquêtes
-  997 enquêtes
-  1 000 enquêtes
-  999 enquêtes
-  998 enquêtes



AGENDA

du 21 au 31 août 2023



ANALYSE

Redressement des enquêtes sur les critères socio-démographiques de sexe, âge, activité professionnelle ainsi que le lieu de résidence.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

Satisfaits, en confiance, les Français consomment plus de relation client

Les Français ont de plus en plus recours aux services clients

78% des Français ont contacté au moins une fois un service client, si ce chiffre est stable, le nombre de canaux utilisés augmente sensiblement : **4 canaux différents** sont utilisés en moyenne dans l'année.

La durée du temps passé avec les services clients augmente également :

- les Français **passent en moyenne 2h46 par an au téléphone** avec un service client (pour une ou plusieurs demandes) ;
- les Français envoient **en moyenne 9 e-mails par an** (pour une ou plusieurs demandes).

Des consommateurs satisfaits et en confiance vis-à-vis des différents canaux de contacts

81% des Français satisfaits de la qualité des interactions avec les services clients, **un score en hausse (78% en 2022)**. La satisfaction progresse pour tous les canaux de contacts et en particulier pour le téléphone et l'e-mail.

Une tendance qui s'inverse pour les **chatbots** : des expériences peu concluantes, d'où découlent un manque de confiance et in fine dans près de 4 cas sur 10, le consommateur est en situation d'échec et se retourne vers un autre canal.

Des consommateurs qui partagent leur satisfaction

Plus de **la moitié des Français ont partagé leurs expériences** avec des services clients. Que ce soit en répondant à une enquête de satisfaction, donnant leur avis sur les réseaux sociaux ou auprès de leur entourage.

Dans la très grande majorité (2/3) ces témoignages sont motivés pour partager une belle expérience et récompenser les conseillers.

01

L'UTILISATION DES CANAUX DE CONTACTS

Des Français qui contactent autant les services clients en diversifiant les canaux de contacts

Canaux de contacts des services clients – 12 DERNIERS MOIS

Q1. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous contacté un service de relation client, quel que soit le domaine d'activité concerné ? (Base : 1 000 ind.)



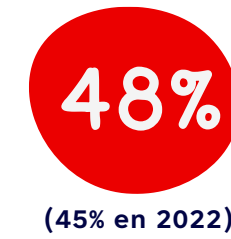
Évolution vs 2022



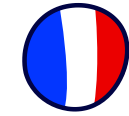
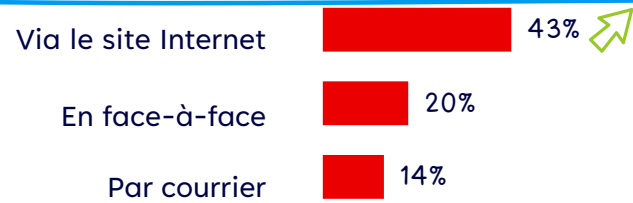
CANAUX CLASSIQUES



CANAUX EMERGENTS



AUTRES CANAUX



En moyenne, les Français ont eu recours aux services clients par



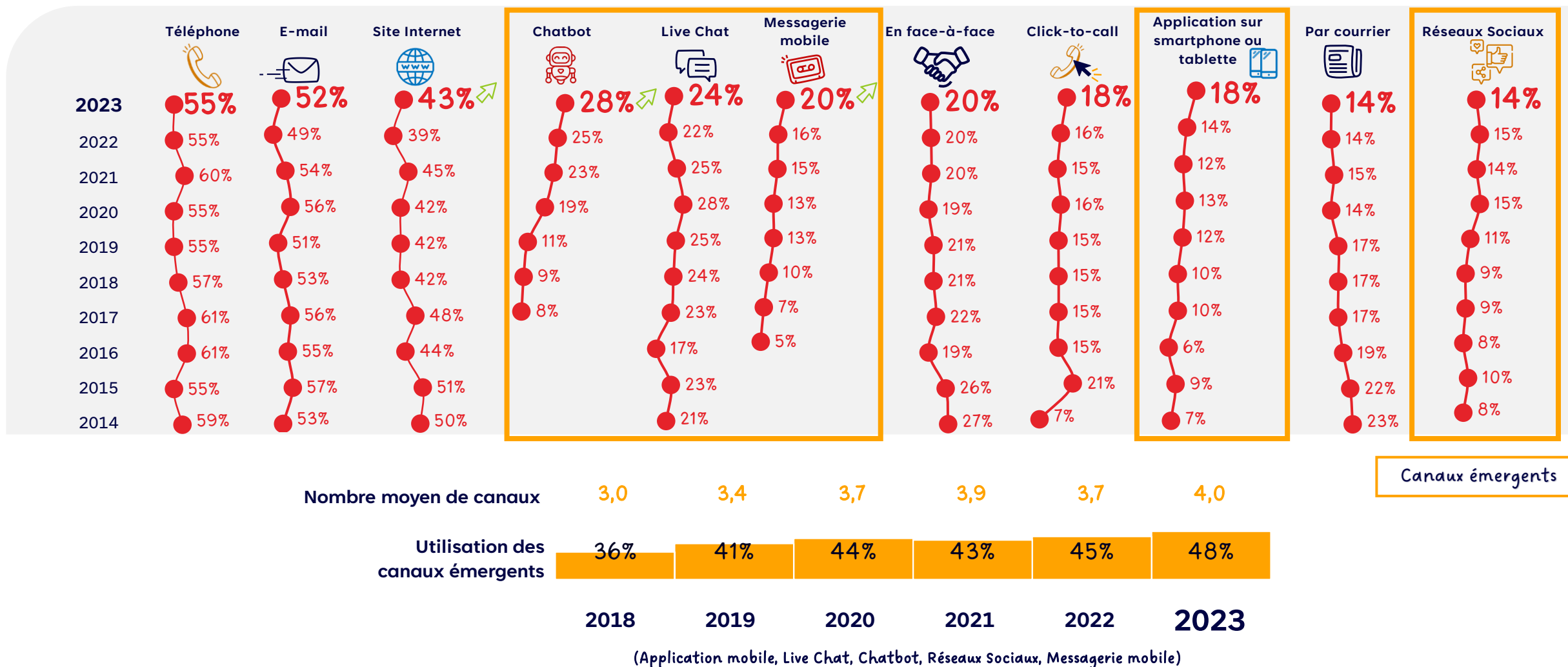
L'utilisation des canaux émergents progresse de nouveau avec l'augmentation du recours au chatbot et à la messagerie mobile



Évolution vs 2022

Canaux de contacts des services clients - HISTORIQUE

Q1. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous contacté un service de relation client, quel que soit le domaine d'activité concerné ? (Base : 1 000 ind.)



Les Italiens sont les plus gros utilisateurs des services clients et en particulier des plus récents



Évolution vs 2022

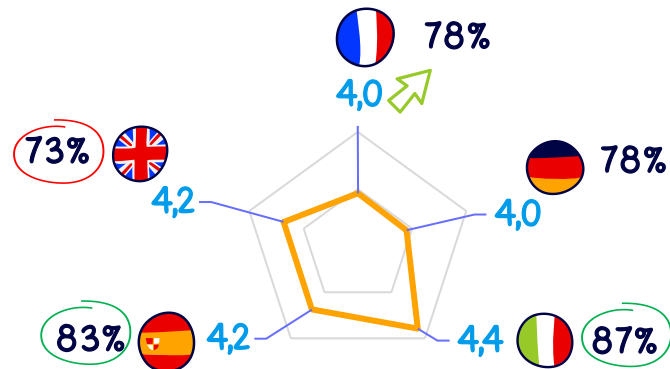
Canaux de contacts des services clients - 12 DERNIERS MOIS

Q1. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous contacté un service de relation client, quel que soit le domaine d'activité concerné ? (Base : 4 994 ind.)

Canaux émergents

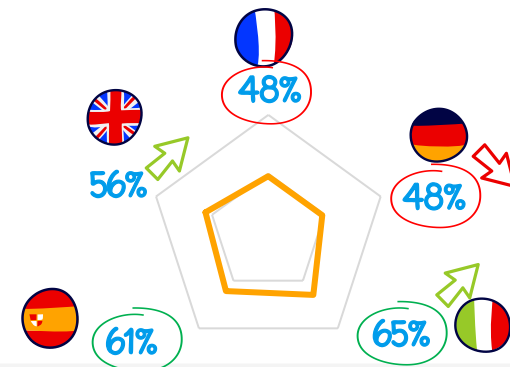
	Téléphone	E-mail	Site Internet	Live Chat	Chatbot	En face-à-face	Click-to-call	Par courrier	Application sur smartphone ou tablette	Messagerie mobile	Réseaux Sociaux
	55%	52%	43%	24%	28%	20%	18%	14%	18%	20%	14%
	55%	56%	38%	28%	28%	21%	15%	15%	21%	18%	12%
	64%	55%	47%	42%	37%	20%	25%	11%	22%	38%	22%
	61%	51%	40%	33%	29%	28%	20%	5%	21%	37%	20%
	46%	51%	40%	34%	34%	17%	15%	7%	22%	24%	18%

Nombre moyen de canaux utilisés



% canaux émergents

(Application mobile, Chat, Chatbot, Réseaux Sociaux, Messagerie mobile)



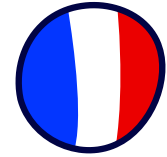
02

LA SATISFACTION DES SERVICES CLIENTS

Des clients satisfaits des différents canaux de contact, seul le chatbot est en retrait

Satisfaction envers les services clients

Q3. Globalement au cours des 12 derniers mois, diriez-vous que la qualité de votre relation client a été tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout satisfaisante ? (Base : 1 000 ind.)



Évolution vs 2022



CANAL TÉLÉPHONE



CANAUX DIGITAUX



AUTRES

Click-to-call

88%

(84% en 2022)

Téléphone

86%

(80% en 2022)

Messagerie mobile

84%

(77% en 2022)

Application sur smartphone ou tablette

82%

(78% en 2022)

E-mail

81%

(77% en 2022)

Live Chat

79%

(79% en 2022)

Site Internet

79%

(77% en 2022)

Réseaux Sociaux

78%

(74% en 2022)

Chatbot

52%

(54% en 2022)

En face-à-face

92%

(93% en 2022)

Par courrier

72%

(72% en 2022)

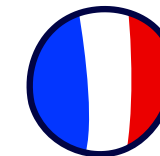
SATISFACTION GLOBALE = 81%

(78% en 2022)

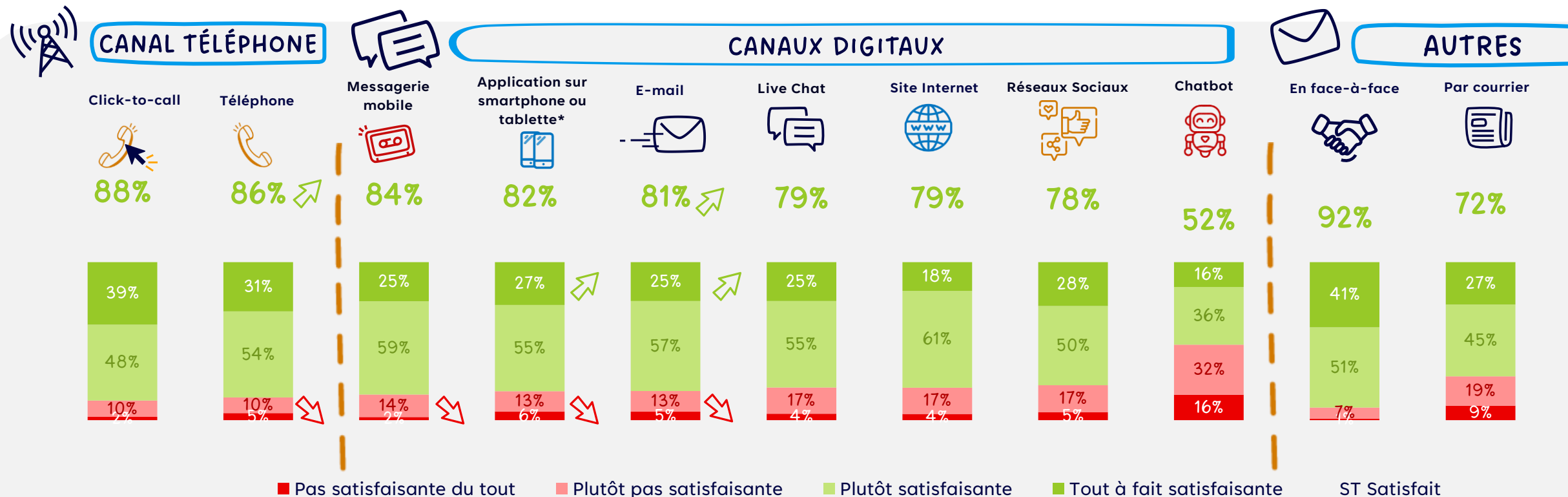
Des clients même très satisfaits du Click-to-call et du Téléphone

Satisfaction envers les services clients

Q3. Globalement au cours des 12 derniers mois, diriez-vous que la qualité de votre relation client a été tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout satisfaisante ? (Base : 1 000 ind.)



Évolution vs 2022



SATISFACTION GLOBALE = **81%**

(78% en 2022)

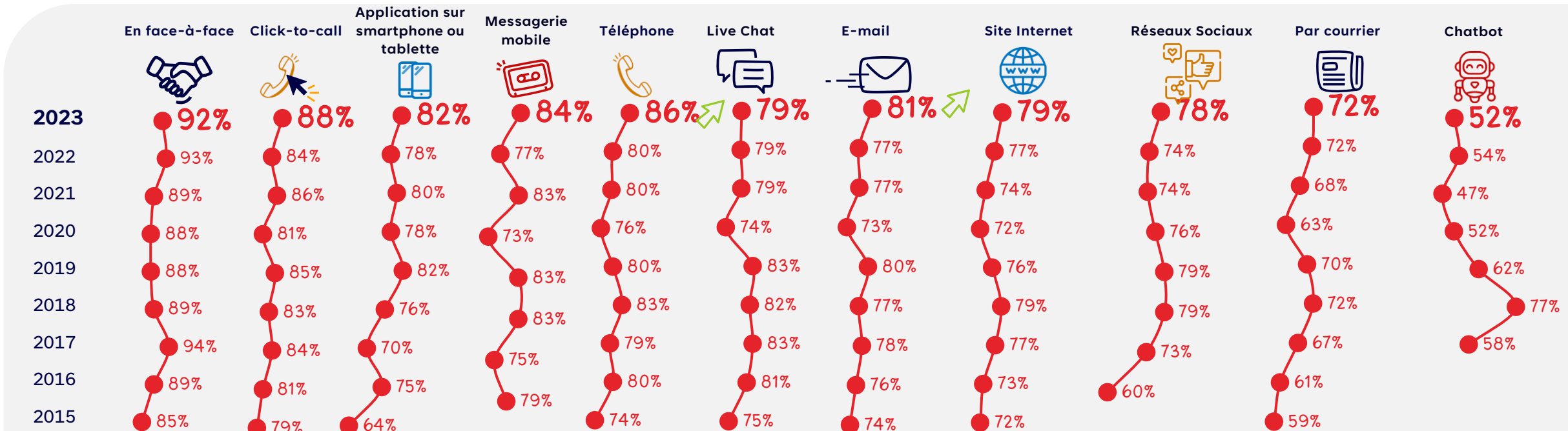
Amélioration plus importante pour le Téléphone et l'E-mail. Tous les canaux progressent en tendance à l'exception du Chatbot



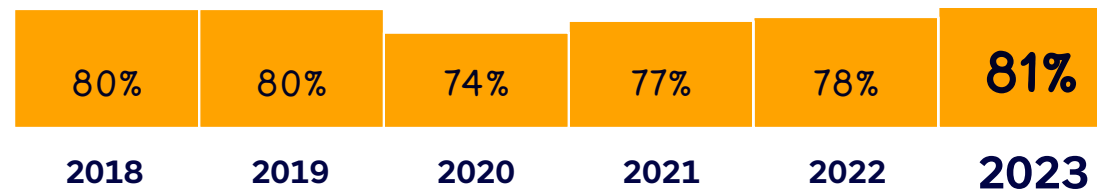
Évolution vs 2022

Satisfaction envers les services clients - HISTORIQUE

Q3. Globalement au cours des 12 derniers mois, diriez-vous que la qualité de votre relation client a été tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout satisfaisante ? (Base : 1 000 ind.)



SATISFACTION GLOBALE



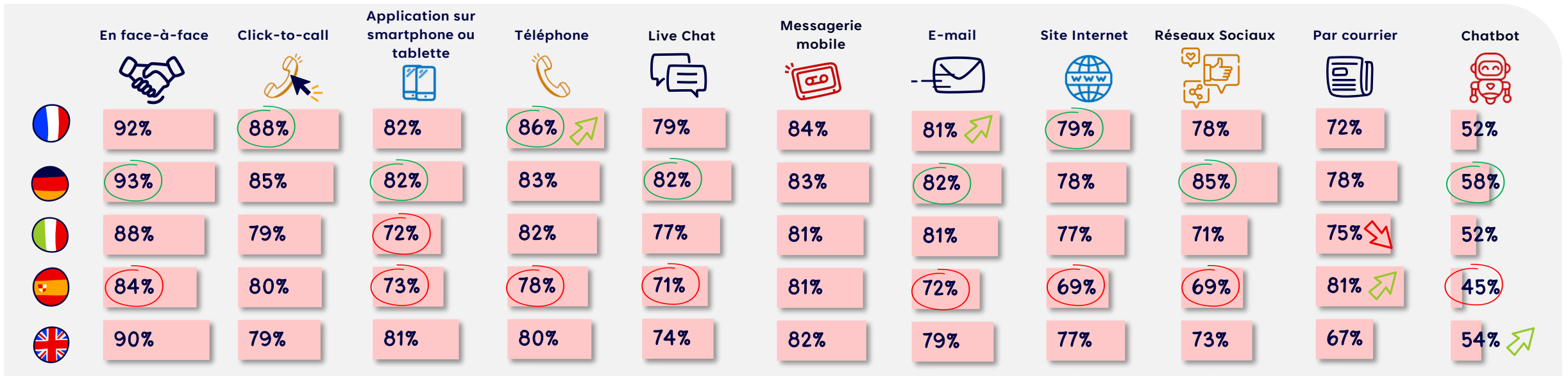
Les Français et les Allemands sont plus satisfaits que les autres pays

Satisfaction envers les services clients

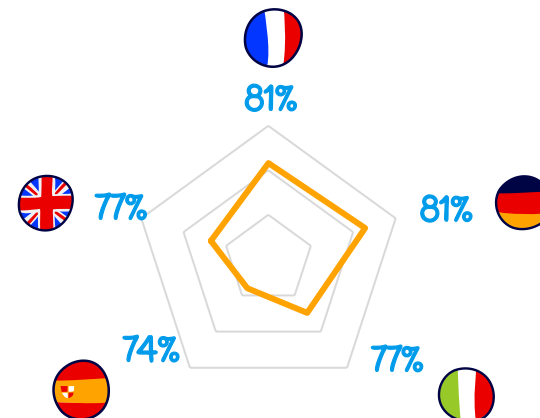
Q3. Globalement au cours des 12 derniers mois, diriez-vous que la qualité de votre relation client a été tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout satisfaisante ? (Base : 4 994 ind.)



Évolution vs 2022



SATISFACTION GLOBALE



03

CROSS CANAL ET MULTICANAL : LES PRATIQUES ET LES PRÉFÉRENCES

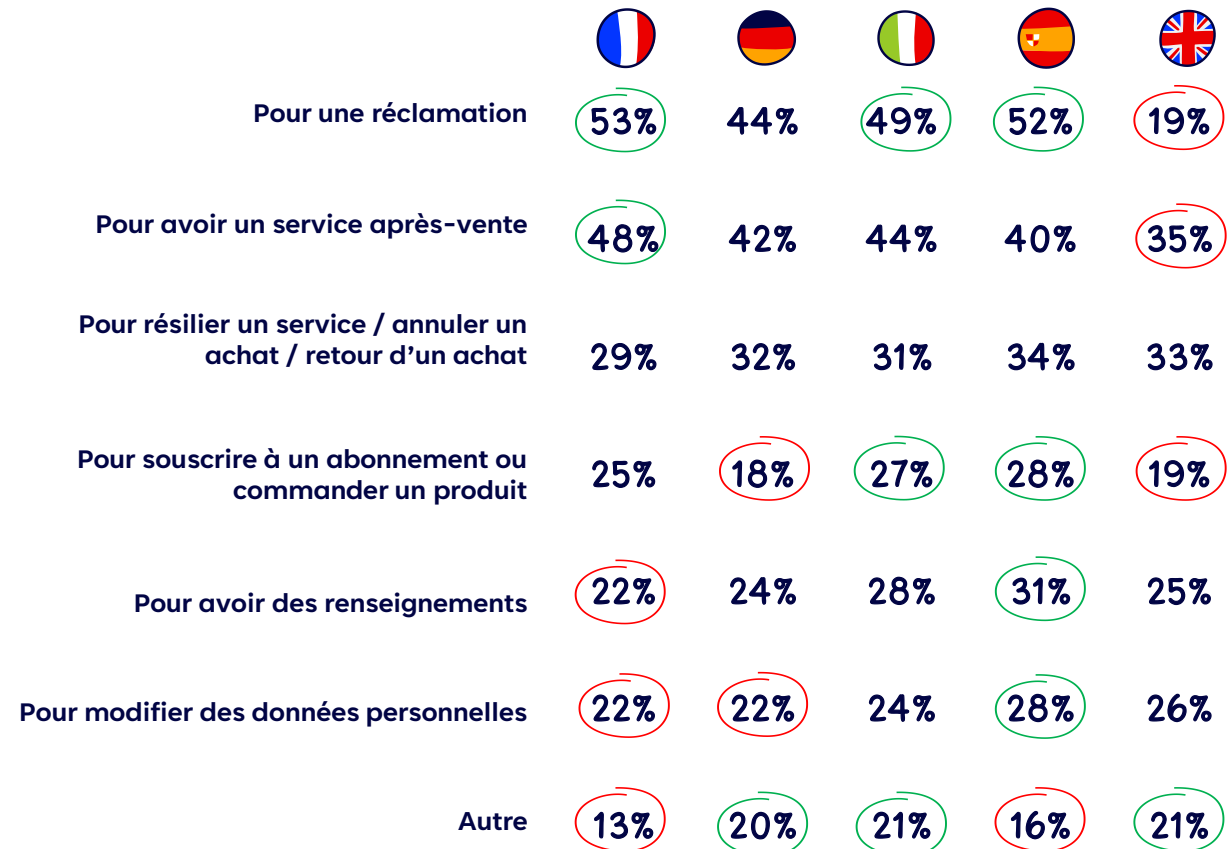
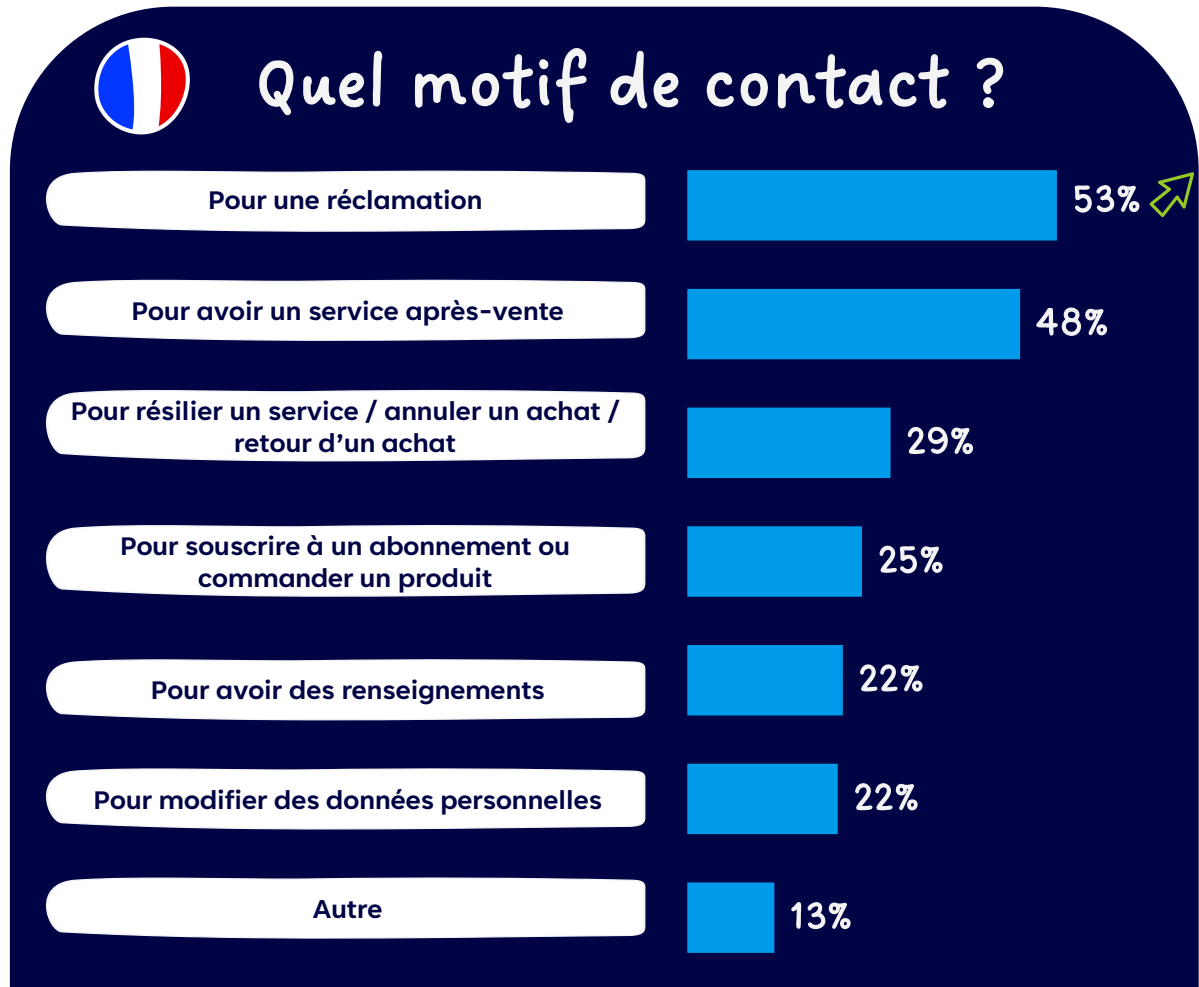
Une très grande majorité des contacts pour une réclamation ou un service après-vente

Motifs de contact d'un service client

Q5. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous contacté un service de relation client, quel que soit le canal et le secteur ? (Base totale : 1 000 ind.)



Évolution vs 2022

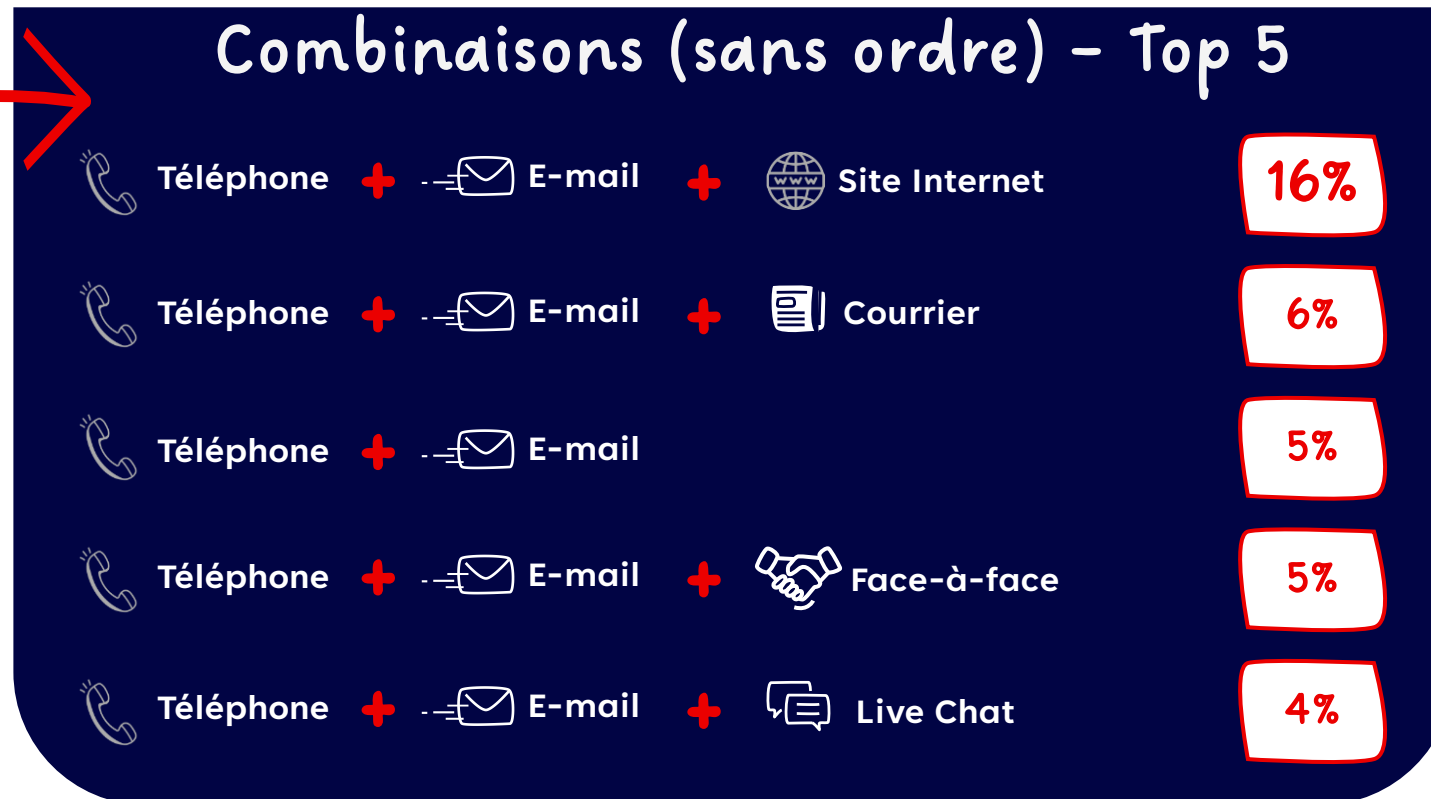


L'e-mail et le téléphone au cœur de tous les recontacts

Combinaisons de canaux pour une demande

[2023] Q6.1. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous déjà utilisé plusieurs canaux pour une même demande ?

[2023] Q6.2 Dans quel ordre utilisez-vous ces différents canaux ?



Quel que soit le pays, le téléphone et l'e-mail sont utilisés en combinaison






Combinaisons de canaux pour une demande

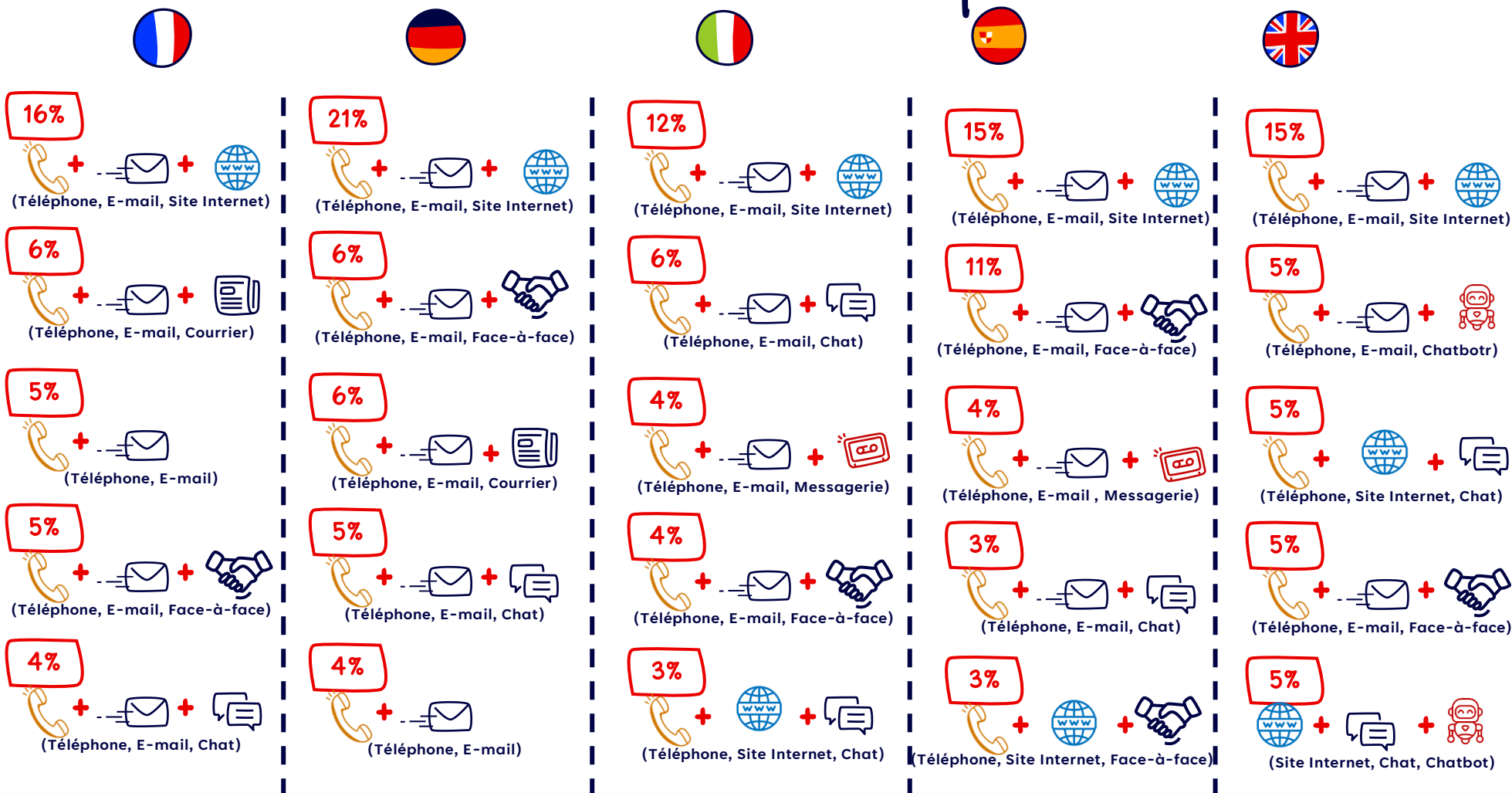
[2023] Q6.1. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous déjà utilisé plusieurs canaux pour une même demande ?

[2023] Q6.2 Dans quel ordre utilisez-vous ces différents canaux ?

Combinaisons - Top 5

Utilise plusieurs canaux pour une même demande au cours des 12 derniers mois

-  52%
-  42%
-  52%
-  53%
-  55%



04

L'IMPACT DES SERVICES CLIENTS SUR L'IMAGE DES MARQUES

Le fort impact sur la fidélité aux marques se confirme une nouvelle fois

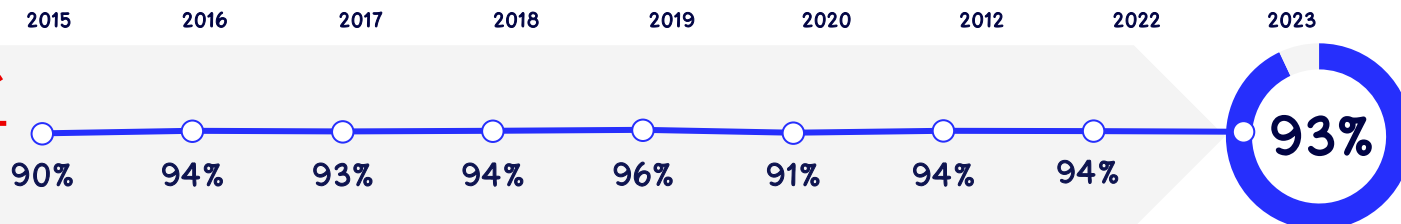


L'impact sur les marques

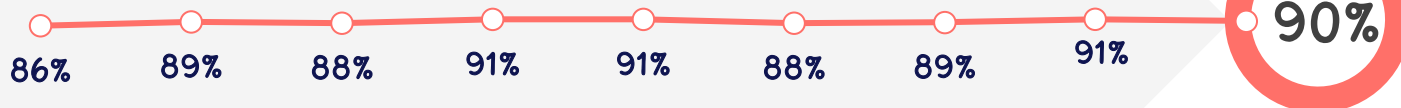
Q8. Voici une liste de caractéristiques relatives à la qualité de la relation client. Pour chacune d'entre elles, êtes-vous tout à fait d'accord, d'accord, pas d'accord ou pas du tout d'accord ? (Base : 1 000 ind.)



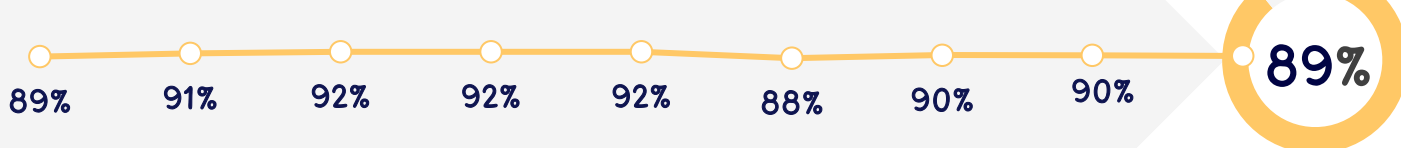
La qualité de la relation client d'une entreprise influence l'image globale que vous en avez.



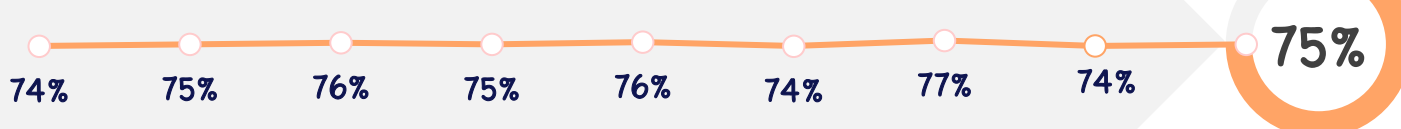
La qualité de la relation client influence la décision d'achat ou de ré-achat.



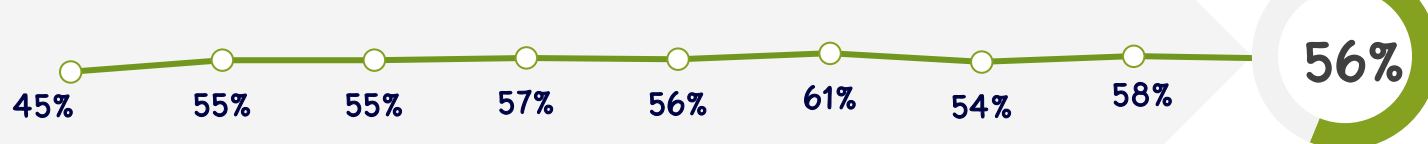
En cas de déception par rapport à la qualité de la relation client, vous pouvez changer d'avis et ne pas acheter ou interrompre votre abonnement.



En cas de bonne expérience avec un service client, vous êtes prêt à dépenser plus ou à être plus fidèle.



Vous avez une meilleure image des entreprises proposant des nouveaux moyens de contacts comme les Réseaux Sociaux, Messageries instantanées...



Un impact en hausse en Europe mais moins important en Allemagne

L'impact sur les marques

Q8. Voici une liste de caractéristiques relatives à la qualité de la relation client. Pour chacune d'entre elles, êtes-vous tout à fait d'accord, d'accord, pas d'accord ou pas du tout d'accord ? (Base : 4 994 ind.)



Évolution vs 2022

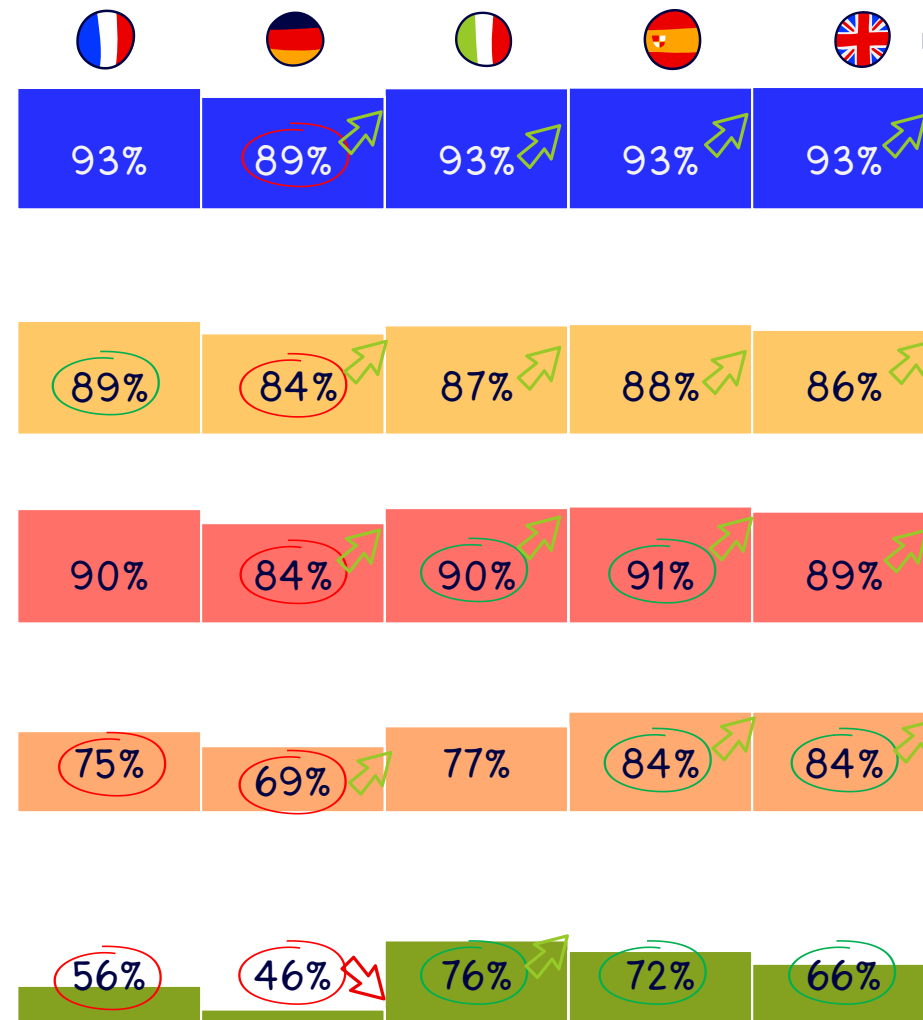
La qualité de la relation client d'une entreprise influence l'image globale que vous en avez.

En cas de déception par rapport à la qualité de la relation client, vous pouvez changer d'avis et ne pas acheter ou interrompre votre abonnement.

La qualité de la relation client influence la décision d'achat ou de ré-achat.

En cas de bonne expérience avec un service client, vous êtes prêt à dépenser plus ou à être plus fidèle.

Vous avez une meilleure image des entreprises proposant des nouveaux moyens de contacts comme les Réseaux Sociaux, Messageries instantanées...



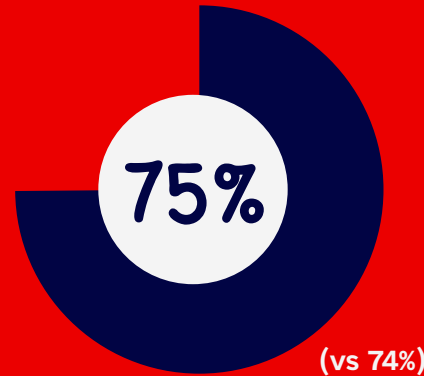
Un décalage entre les efforts pour répondre aux demandes à distance et les demandes en face-à-face toujours présent

L'impact sur les marques

Q8. Voici une liste de caractéristiques relatives à la qualité de la relation client. Pour chacune d'entre elles, êtes-vous tout à fait d'accord, d'accord, pas d'accord ou pas du tout d'accord ? (Base : 1 000 ind.)

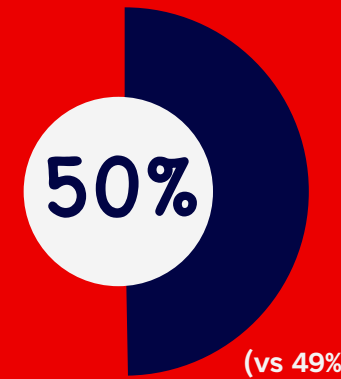


La relation client à distance



Les entreprises font de plus en plus d'effort pour répondre à vos demandes à distance (téléphone, e-mail, chat, site Internet...)

La relation client en face-à-face



Les entreprises font de plus en plus d'effort pour répondre à vos demandes en face-à-face (agence, commerce, guichet...)

Un effort des marques pour répondre en face-à-face de moins en moins ressenti par les consommateurs européens

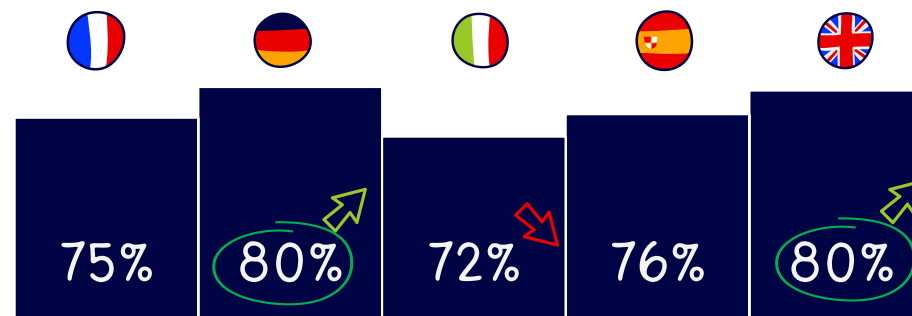
L'impact sur les marques

Q8. Voici une liste de caractéristiques relatives à la qualité de la relation client. Pour chacune d'entre elles, êtes-vous tout à fait d'accord, d'accord, pas d'accord ou pas du tout d'accord ? (Base : 4 994 ind.)

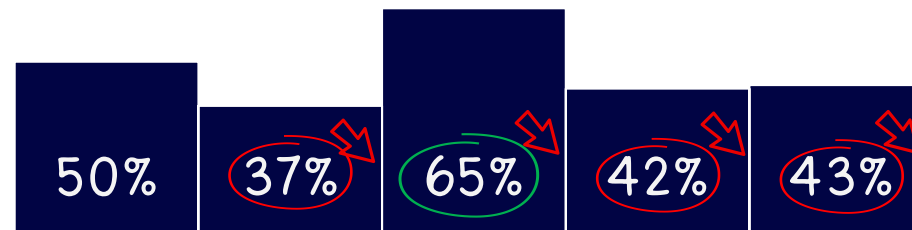


Évolution vs 2022

Les entreprises font de plus en plus d'effort pour répondre à vos demandes à distance (téléphone, e-mail, chat, site Internet...)



Les entreprises font de plus en plus d'effort pour répondre à vos demandes en face-à-face (agence, commerce, guichet...)



05

NIVEAU DE CONFIANCE

Un déficit de confiance pour les chatbots

Niveau de confiance dans les canaux utilisés

[2023] Q4. Quel niveau de confiance avez-vous dans les canaux que vous avez utilisés ? (Base : 1 000 ind.)



En face-à-face



95%



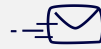
Téléphone



92%



E-mail



91%



Par courrier



90%



Click-to-call



85%



Site Internet



84%



Application sur smartphone ou tablette



84%



Messagerie mobile



79%



Réseaux Sociaux



78%



Live Chat



77%



Chatbot



48%



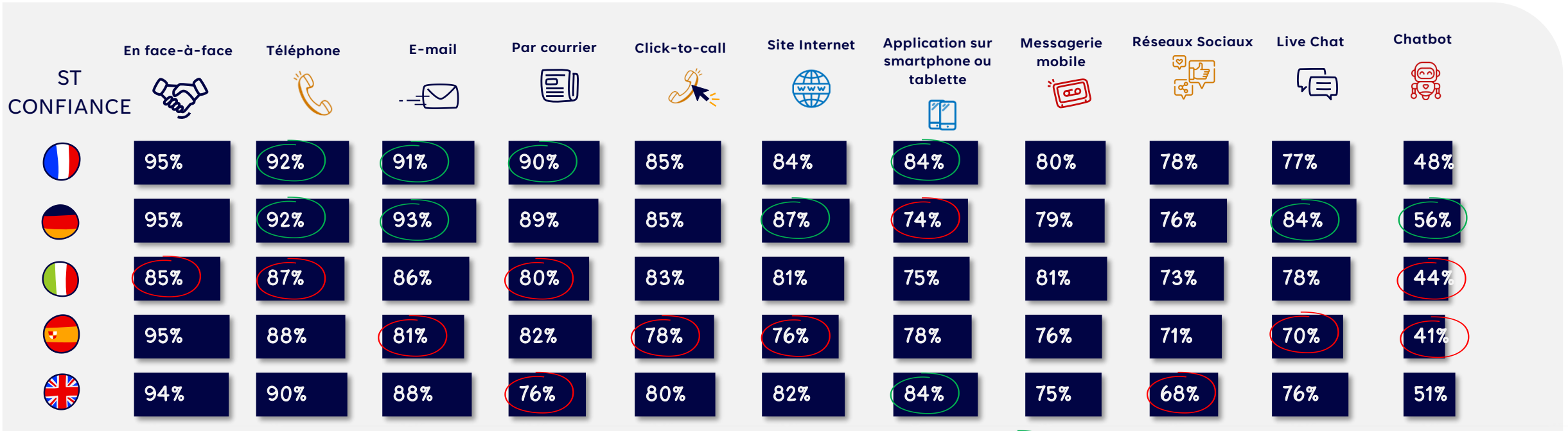
CONFIANCE GLOBALE =

83%

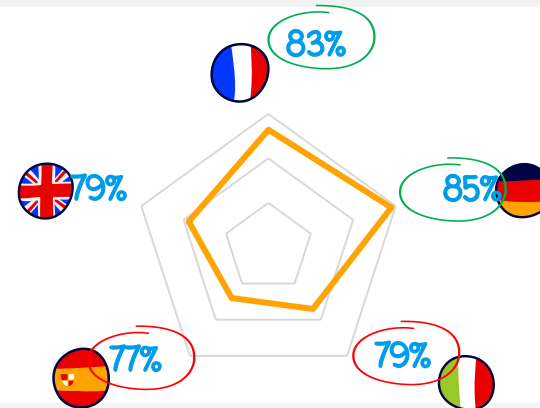
Des niveaux de confiance plus élevés en France et en Allemagne

Niveau de confiance dans les canaux utilisés

[2023] Q4. Quel niveau de confiance avez-vous dans les canaux que vous avez utilisés ? (Base : 4 994 ind.)



CONFIANCE GLOBALE



06

INTERACTION AVEC LES SERVICES CLIENTS

Les Français passent plus de temps avec les services clients qu'en 2018

Nombre et temps d'interaction avec les services clients

[2023] Q7.1. Au cours des 12 derniers mois, combien de temps avez-vous passé au téléphone avec les services clients durant toute l'année ? (Base : 296 ind.)

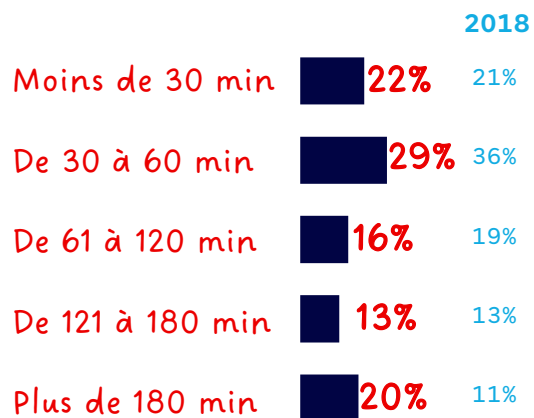
[2023] Q7.2. En général combien de fois devez-vous appeler une marque pour obtenir une réponse à une question ? (Base : 551 ind.)

[2023] Q7.3. Au cours des 12 derniers mois, combien d'e-mail(s) avez-vous échangé avec les services clients durant une année ? (Base : 329 ind.)

[2023] Q7.4. En général combien d'e-mail(s) devez-vous envoyer pour obtenir une réponse à une question ? (Base : 523 ind.)

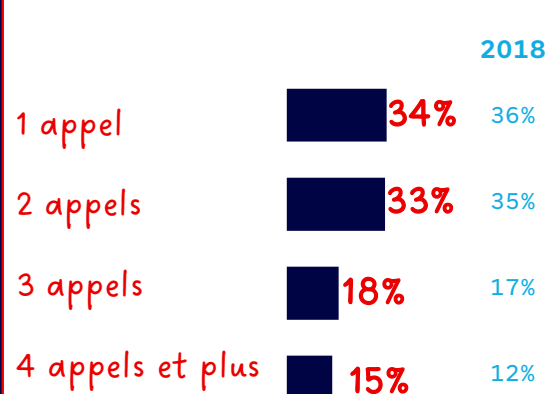
Temps moyen passé au téléphone avec un service client

En moyenne, les Français passent **2h46 min** au téléphone avec les services clients durant toute l'année (1h47 en 2018)



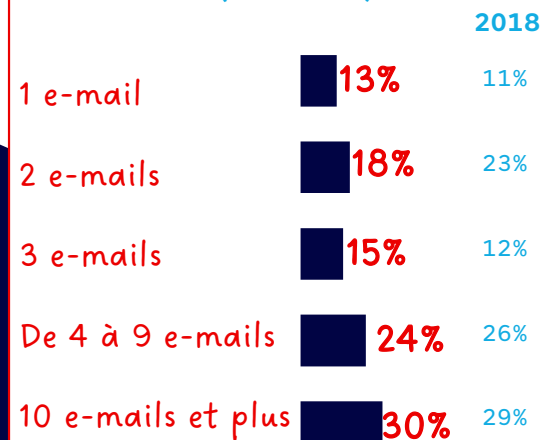
Nombre nécessaire d'appels pour obtenir une réponse

2,7 est le nombre de fois moyen qu'un Français appelle une marque pour obtenir une réponse (2,3 en 2018)



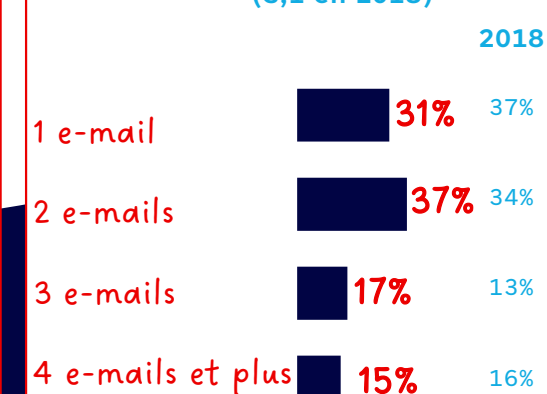
Nombre d'e-mails échangés avec les marques

Un Français échange en moyenne **9,2** e-mails avec une marque durant toute l'année (8 en 2018)



Nombre nécessaire d'e-mails pour obtenir une réponse

Afin d'obtenir une réponse, **2,9** e-mails sont envoyés par les Français en contactant la marque (3,1 en 2018)



En moyenne, les Britanniques échantent plus que ce soit par téléphone ou par e-mail

Nombre et temps d'interaction avec les services clients

[2023] Q7.1. Au cours des 12 derniers mois, combien de temps avez-vous passé au téléphone avec les services clients durant toute l'année ? (Base : 1 496 ind.)

[2023] Q7.2. En général, combien de fois devez-vous appeler une marque pour obtenir une réponse à une question ? (Base : 2 808 ind.)

[2023] Q7.3. Au cours des 12 derniers mois, combien d'e-mail(s) avez-vous échangé avec les services clients durant une année ? (Base : 1 631 ind.)

[2023] Q7.4. En général, combien d'e-mail(s) devez-vous envoyer pour obtenir une réponse à une question ? (Base : 2 646 ind.)

Temps moyen passé au téléphone avec un service client



En moyenne, les clients passent au téléphone avec les services clients durant toute l'année

- 2h46min
- 2h32min
- 2h41min
- 2h37min
- 4h

Nombre nécessaire d'appels pour obtenir une réponse



Nombre de moyen qu'un client appelle une marque pour obtenir une réponse

- 2,7 fois
- 2,6 fois
- 3,1 fois
- 3,3 fois
- 3 fois

Nombre d'e-mails échangés avec les marques



Nombre d'e-mails échangé en moyenne par les européens avec une marque durant toute l'année

- 9,2 e-mails
- 8,2 e-mails
- 7,2 e-mails
- 8,5 e-mails
- 11,1 e-mails

Nombre nécessaire d'e-mails pour obtenir une réponse



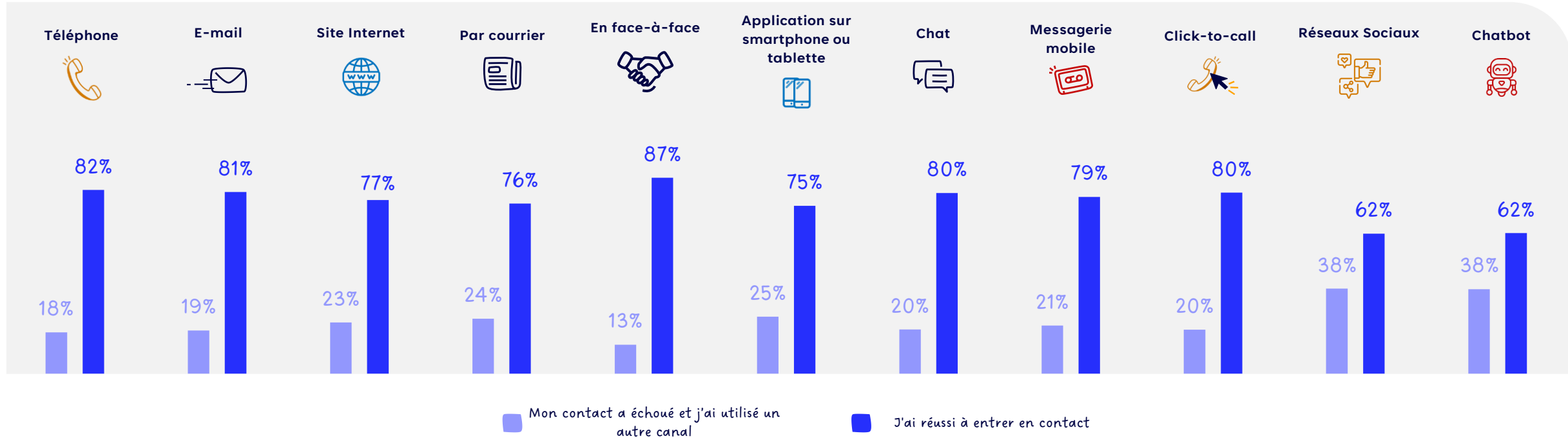
Afin d'obtenir une réponse, Nombre d'e-mails envoyés par les clients en contactant la marque

- 2,9 e-mails
- 2,3 e-mails
- 2,8 e-mails
- 3 e-mails
- 3,6 e-mails

Des difficultés plus importantes pour contacter une marque via le Chatbot et les Réseaux Sociaux

Entrée en contact avec une marque

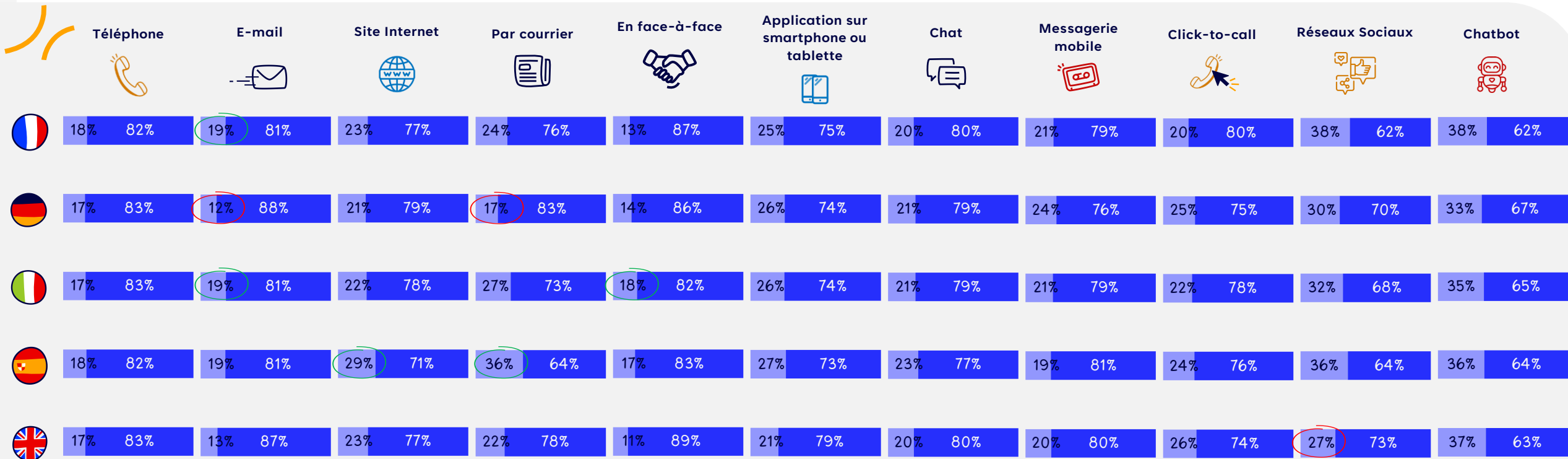
[2023] Q8. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous déjà rencontré les situations suivantes pour entrer en contact avec une marque pour chacun des canaux ? (Base : 1 000 ind.)



Même constat quel que soit le pays

Entrée en contact avec une marque

[2023] Q8. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous déjà rencontré les situations suivantes pour entrer en contact avec une marque pour chacun des canaux ? (Base : 4 994 ind.)



 Mon contact a échoué et j'ai utilisé un autre canal

 J'ai réussi à entrer en contact

07

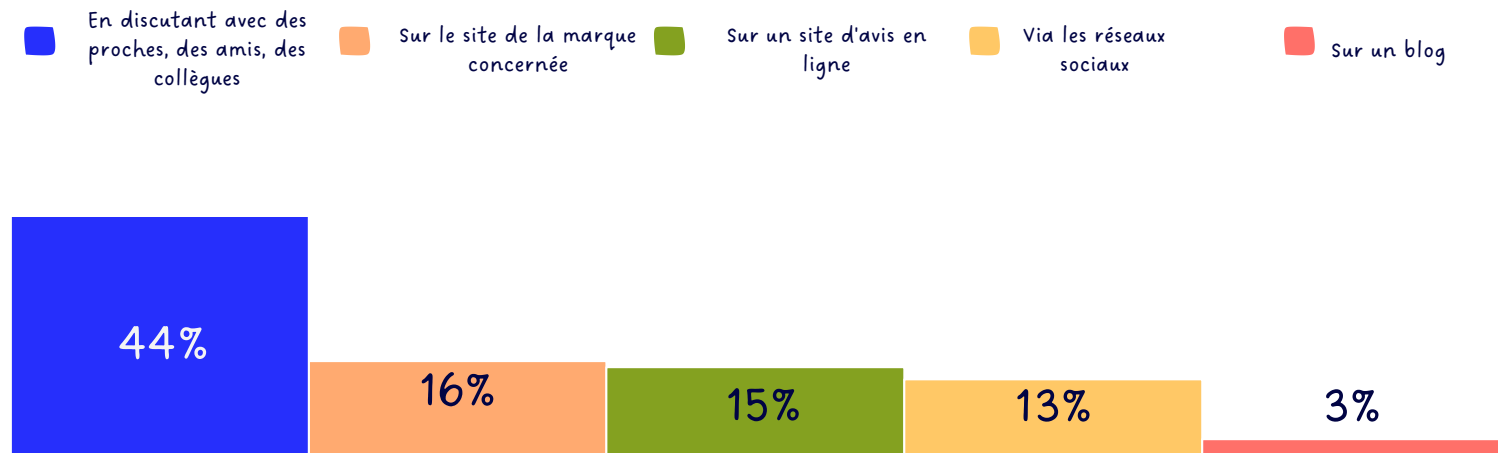
EXPÉRIENCE AVEC UN SERVICE CLIENT

L'expérience avec les services clients est souvent partagée, et plutôt par le bouche-à-oreille

Communication sur les expériences avec un service client

[2023] Q9. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous parlé de vos expériences avec un service client autour de vous ou sur les réseaux sociaux ? (Base : 776 ind.)

[2023] Q10. Avez-vous partagé une expérience positive ou négative ? (Base : 432 ind.)

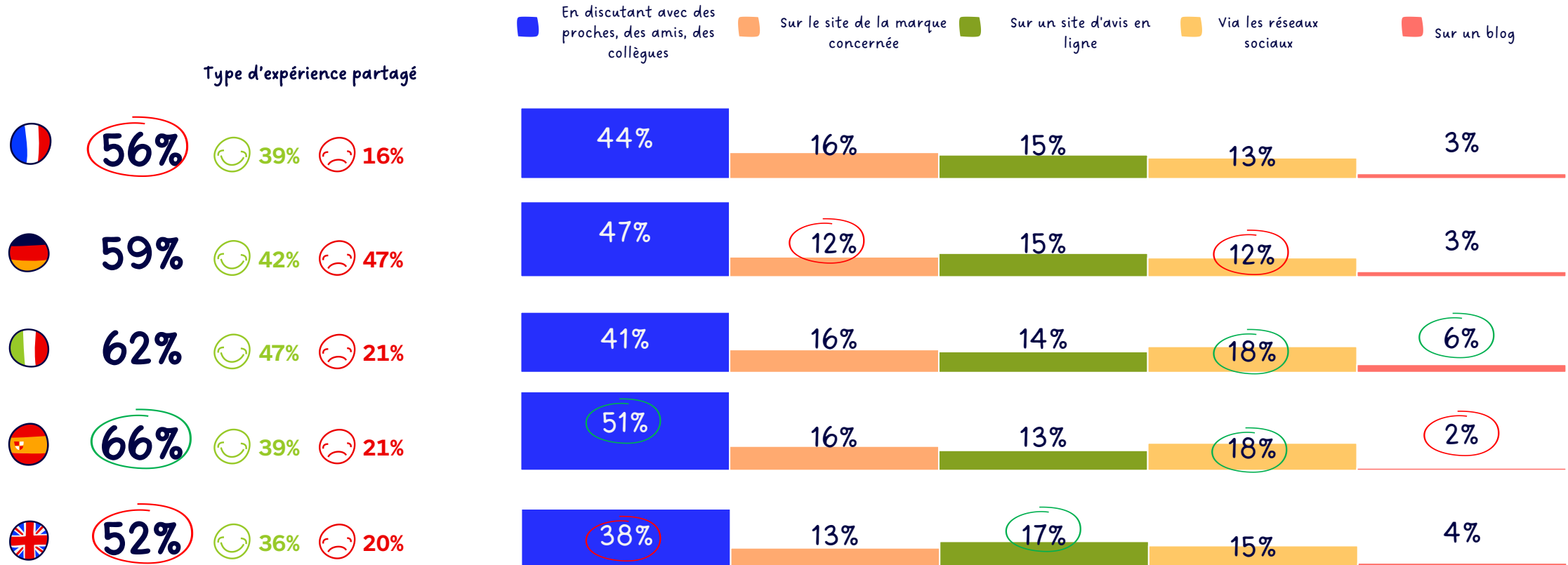


Davantage de partage d'expérience en Espagne

Communication sur les expériences avec un service client

[2023] Q9. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous parlé de vos expériences avec un service client autour de vous ou sur les réseaux sociaux ? (Base : 3 987 ind.)

[2023] Q10. Avez-vous partagé une expérience positive ou négative ? (Base : 2 366 ind.)



Des Français qui répondent aux enquêtes de satisfaction principalement pour partager une expérience positive

Réponses aux enquêtes de satisfaction à la suite d'un contact avec un service client

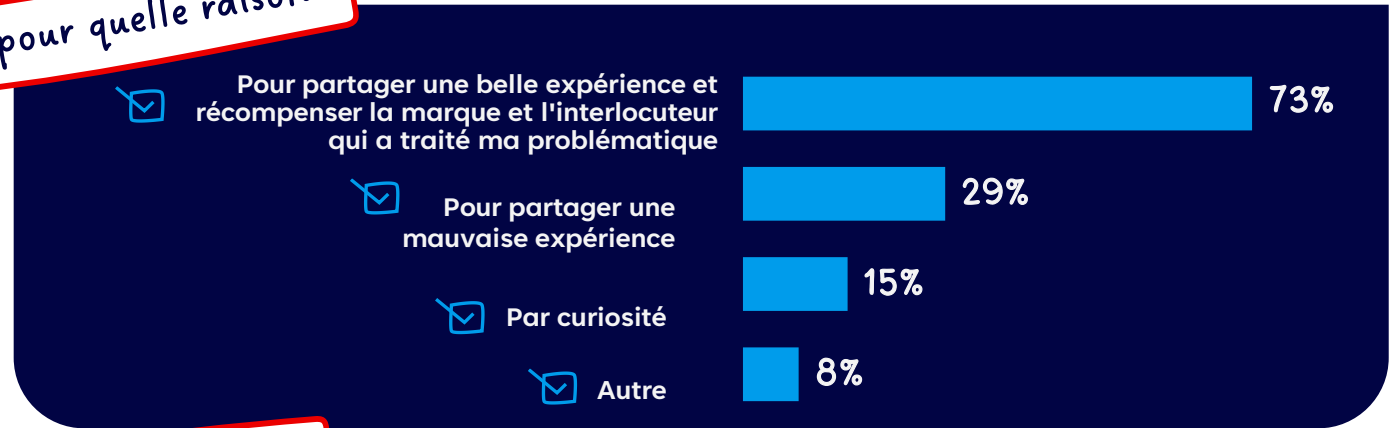
[2023] Q11. Avez-vous répondu au cours des 12 derniers mois, à une enquête de satisfaction à la suite d'un contact avec un service client ? (Base : 1 000 ind.)

[2023] Q11b. Pour quelle raison n'avez-vous pas répondu à une enquête de satisfaction ? (Base : 421 ind.)

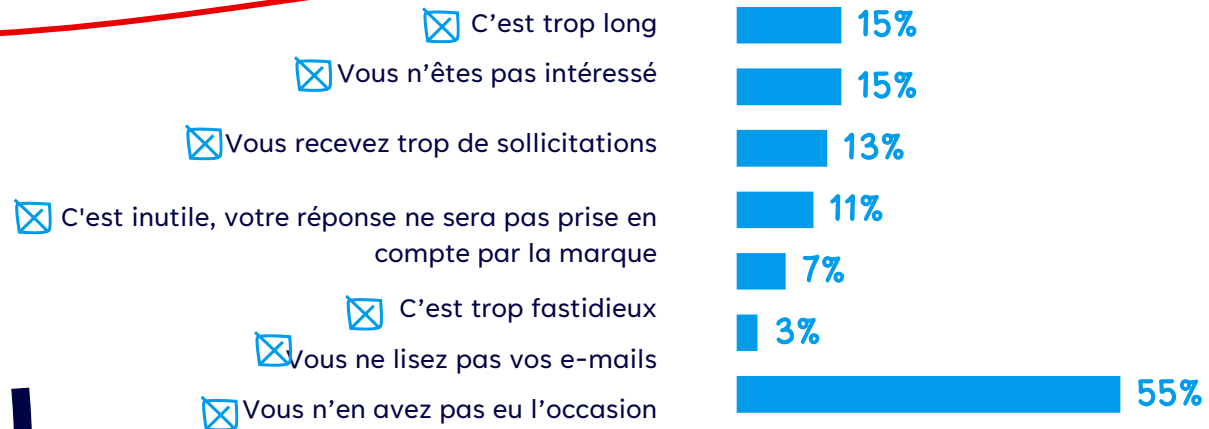
[2023] Q11c. Pour quelle raison avez-vous accepté de répondre à une enquête de satisfaction ? (Base : 579 ind.)

Oui, pour quelle raison ?

Durant les 12 derniers mois,
58%
des Français
ont répondu à une
enquête de satisfaction
à la suite d'un contact avec un service client



Pourquoi pas ?



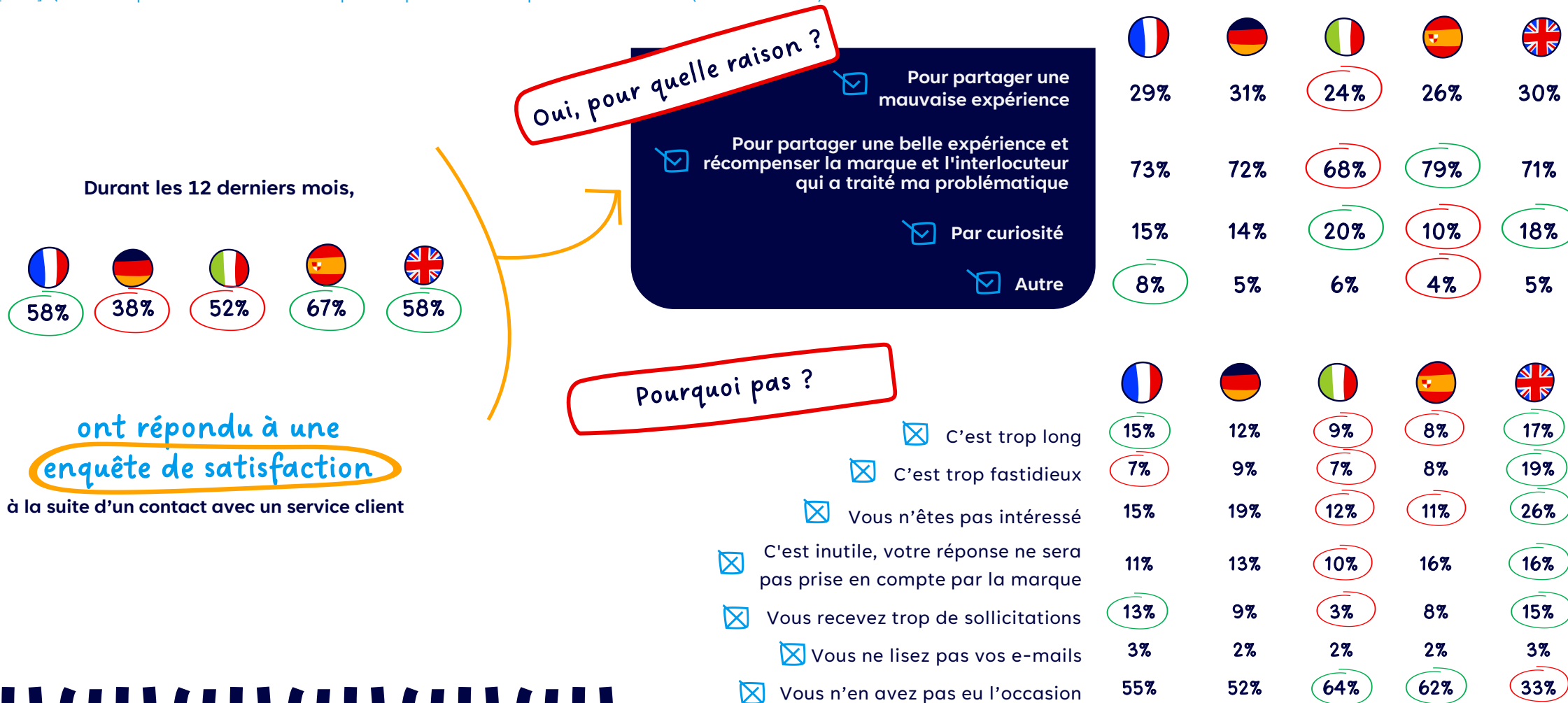
Les Allemands répondent moins aux enquêtes de satisfaction

Réponses aux enquêtes de satisfaction à la suite d'un contact avec un service client

[2023] Q11. Avez-vous répondu au cours des 12 derniers mois, à une enquête de satisfaction à la suite d'un contact avec un service client ? (Base : 4 994 ind.)

[2023] Q11b. Pour quelle raison n'avez-vous pas répondu à une enquête de satisfaction ? (Base : 2 261 ind.)

[2023] Q11c. Pour quelle raison avez-vous accepté de répondre à une enquête de satisfaction ? (Base : 2 733 ind.)



07

LA CONNAISSANCE ET L'UTILISATION DE 'IA

Forte connaissance de l'IA en France même si son utilisation reste faible

Intelligence Artificielle générative

[2023] Q12. Avez-vous déjà entendu parler des outils d'Intelligence Artificielle générative, de type ChatGPT ? (Base : 1 000 ind.)

[2023] Q12b. Avez-vous déjà utilisé des outils d'Intelligence Artificielle générative, de type ChatGPT ? (Base : 713 ind.)

[2023] Q12c. Pour quelle(s) raison(s) avez-vous utilisées des outils d'Intelligence Artificielle générative ? (Base : 219 ind.)

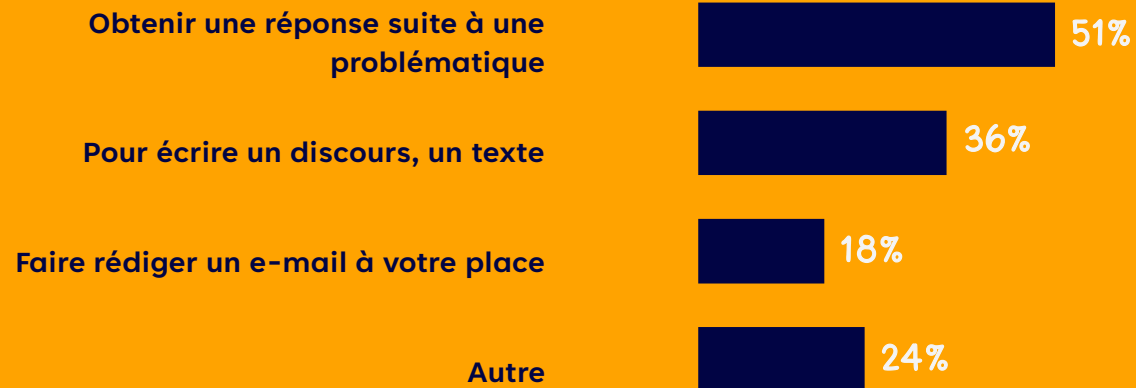
[2023] Q13. Parmi les utilisations possibles de l'Intelligence artificielle générative dans les services clients à distance, pouvez-vous classer les initiatives suivantes de la plus utile à la moins utile ? (Base : 1 000 ind.)

71% des Français ont déjà entendu parler des **outils d'IA**



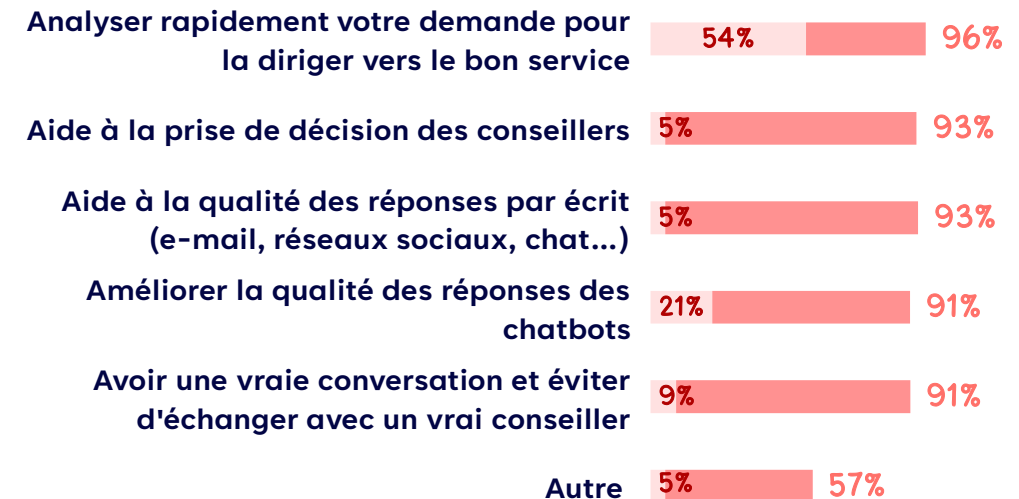
31% l'on **déjà utilisée**

Oui, pour quelles raisons ?



Utilisation possible de l'IA dans les services clients à distance...

Cité 1^{er} Total cité



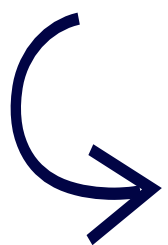
Meilleure connaissance de l'IA auprès des Français mais une moins forte utilisation que les autres pays

Intelligence Artificielle générative

[2023] Q12. Avez-vous déjà entendu parler des outils d'Intelligence Artificielle générative, de type ChatGPT ? (Base : 4 994 ind.)

[2023] Q12b. Avez-vous déjà utilisé des outils d'Intelligence Artificielle générative, de type ChatGPT ? (Base 3 228 ind.)

[2023] Q12c. Pour quelle(s) raison(s) avez-vous utilisées des outils d'Intelligence Artificielle générative ? (Base : 1 118 ind.)








Ont déjà entendu parler des outils d'IA



I'on déjà utilisée



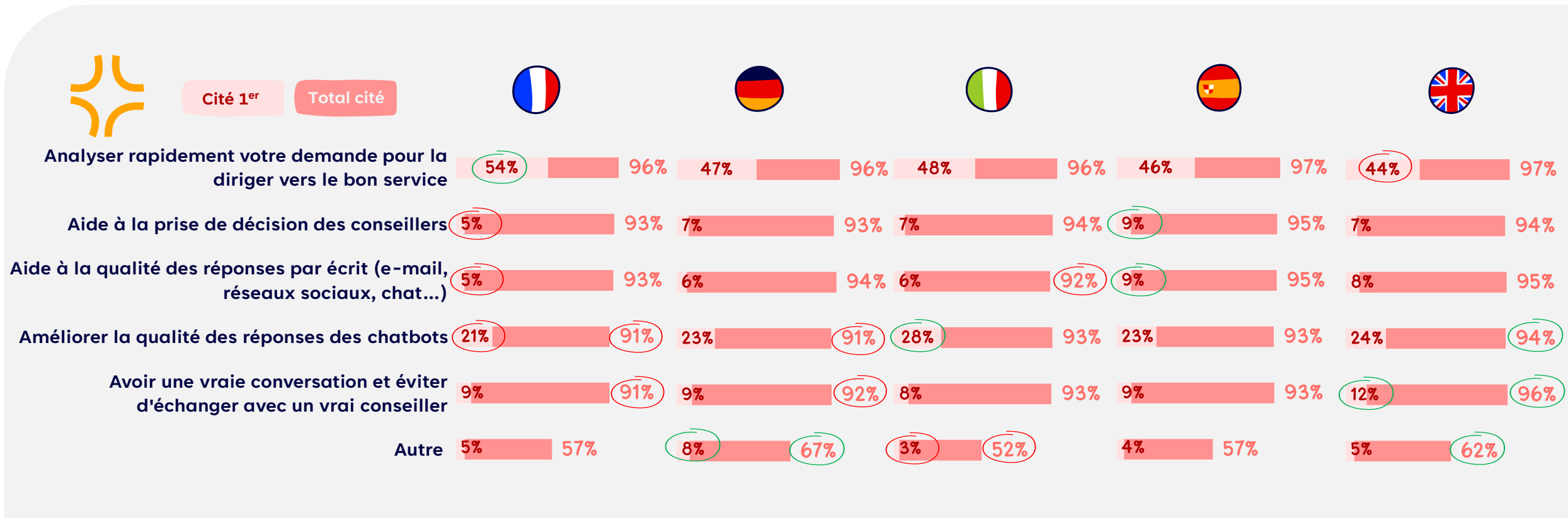
Oui, pour quelles raisons ?

					
Obtenir une réponse suite à une problématique	51%	52%	47%	57%	52%
Pour écrire un discours, un texte	36%	37%	32%	30%	34%
Faire rédiger un e-mail à votre place	18%	19%	18%	16%	26%
Autre	24%	26%	23%	21%	15%

Une utilisation de l'IA chez les Français davantage pour s'orienter vers le bon service

Utilisation possible de l'IA dans les services clients à distance...

[2023] Q13. Parmi les utilisations possibles de l'Intelligence Artificielle générative dans les services clients à distance, pouvez-vous classer les initiatives suivantes de la plus utile à la moins utile ? (Base : 4 994 ind.)



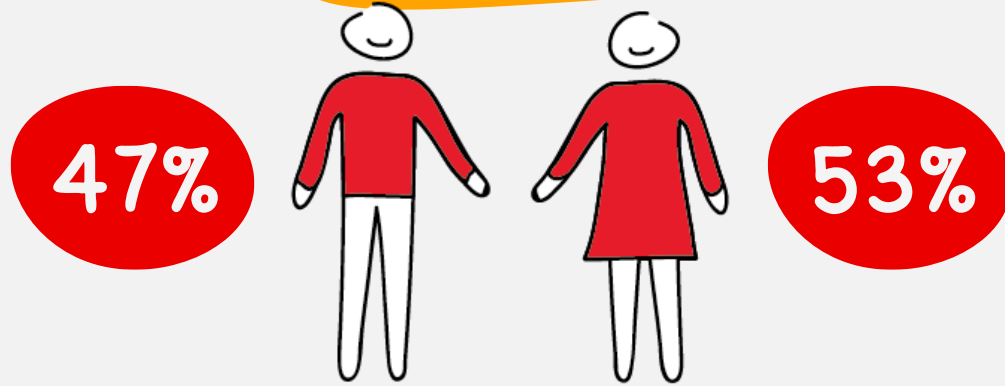
ANNEXES

Profils des Français interrogés

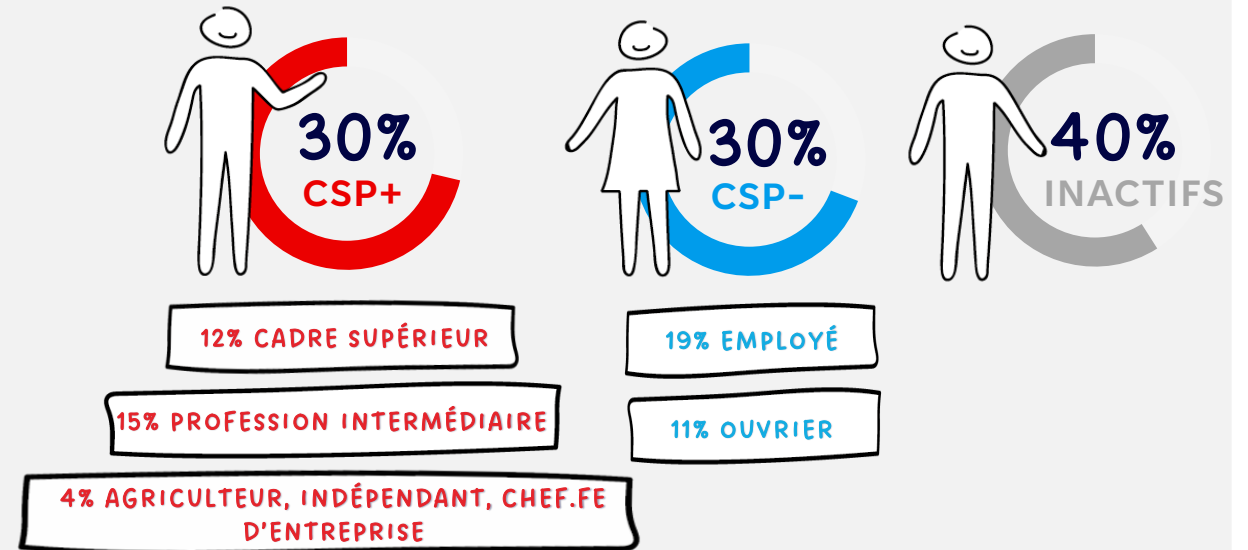
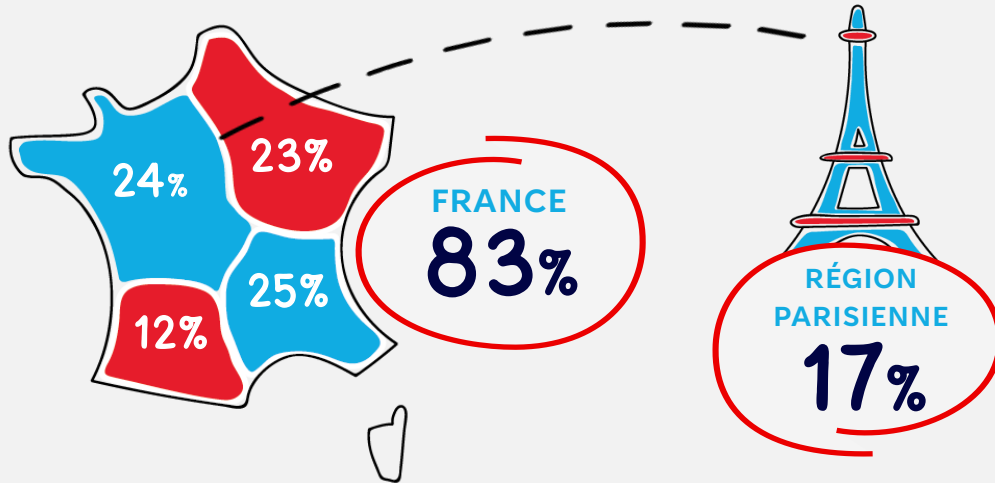
Questions S1, S2, S3, et S4. (Base : 1 000 ind.)



Représentativité



Âge



Évolutions en série longue



Q1. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous contacté un service de relation client, quel que soit le domaine d'activité concerné ?

% Oui	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Par téléphone	80%	77%	84%	59%	55%	61%	61%	57%	57%	55%	60%	55%	55%
Par e-mail	45%	44%	48%	53%	57%	55%	56%	53%	51%	56%	54%	49%	52%
Par le site Internet	45%	46%	53%	50%	51%	44%	48%	41%	42%	42%	45%	39%	43%
Par courrier	23%	30%	36%	23%	22%	19%	17%	17%	17%	14%	15%	14%	14%
En face-à-face	26%	30%	29%	27%	26%	19%	22%	21%	21%	19%	20%	20%	20%
Par application sur smartphone ou tablette	9%	8%	9%	8%	10%	8%	9%	9%	11%	15%	14%	15%	18%
Par live chat (modification en 2017)	-	18%	14%	21%	23%	17%	23%	24%	25%	28%	25%	22%	24%
Par click-to-call	-	5%	7%	7%	21%	15%	15%	15%	15%	16%	15%	16%	18%
Via les Réseaux Sociaux	-	12%	11%	7%	9%	6%	10%	10%	12%	13%	12%	14%	14%
Par messagerie mobile	-	-	-	-	-	5%	7%	10%	13%	13%	15%	16%	20%
Via un chatbot	-	-	-	-	-	-	8%	9%	11%	19%	23%	25%	28%
Par WhatsApp	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6%	-	-
ST Canaux Émergents	-	-	-	-	-	26%	36%	36%	41%	44%	43%	45%	48%

Au moins 1 service	-	-	-	75%	75%	79%	81%	79%	79%	78%	78%	77%	78%
Nombre moyen de canaux	-	-	-	-	-	3,2	2,8	3,0	3,4	3,7	3,9	3,7	4,0

Q3. Globalement au cours des 12 derniers mois, diriez-vous que la qualité de votre relation client a été tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout satisfaisante ?

% Satisfait	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Satisfaction globale	-	77%	79%	80%	80%	74%	77%	78%	81%
Par téléphone	74%	80%	79%	83%	80%	76%	80%	80%	86%
Par e-mail	74%	76%	78%	77%	80%	73%	77%	77%	81%
Par le site Internet	72%	73%	77%	79%	76%	72%	74%	77%	79%
Par courrier	59%	61%	67%	72%	70%	63%	68%	72%	72%
En face-à-face	85%	89%	94%	89%	88%	88%	89%	93%	92%
Par application sur smartphone ou tablette	64%	75%	70%	76%	82%	78%	80%	78%	82%
Live Chat	75%	81%	83%	82%	83%	74%	79%	79%	79%
Par click-to-call	79%	81%	84%	83%	85%	81%	86%	84%	88%
Via les Réseaux Sociaux	60%	73%	79%	79%	76%	67%	74%	74%	78%
Messagerie mobile	-	79%	75%	83%	83%	73%	83%	77%	84%
Chatbot	-	-	58%	77%	62%	52%	47%	54%	52%
WhatsApp	-	-	-	-	-	-	82%	-	-

Évolutions en série longue

Q8. Voici une liste de caractéristiques relatives à la qualité de la relation client. Pour chacune d'entre elles, êtes-vous tout à fait d'accord, d'accord, pas d'accord ou pas du tout d'accord ?

% d'accord	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
La qualité de relation client influence votre décision d'achat ou de ré-achat	86%	88%	86%	89%	88%	91%	91%	88%	89%	91%	90%
En cas de déception par rapport à la qualité de relation client, vous pouvez changer d'avis et ne pas acheter ou interrompre votre abonnement	90%	92%	89%	91%	92%	92%	92%	88%	90%	90%	89%
La qualité de la relation client d'une entreprise influence l'image globale que vous en avez	89%	92%	90%	94%	93%	94%	96%	91%	94%	94%	93%
En cas de bonne expérience avec un service client, vous êtes prêt à dépenser plus ou à être plus fidèle	80%	74%	74%	75%	76%	75%	76%	74%	77%	74%	75%
Vous avez une meilleure image des entreprises proposant des nouveaux moyens de contacts comme les Réseaux Sociaux, les applications mobiles...	-	-	45%	55%	55%	57%	56%	61%	54%	58%	56%



**Vous allez
comprendre.**

