



SPECIMEN

# Rapport d'étude

PARTICIPANT X

18<sup>ème</sup> édition



**01** { **Contexte, objectifs et méthodologie** *Page 3*

**02** { **Enseignements et résultats** *Page 7*

**03** { **Résultats détaillés par canal**

 Appels téléphoniques *Page 13*

 E-mails et/ou formulaires *Page 19*

 Navigations Internet *Page 24*

 Réseaux sociaux *Page 29*

 Chat *Page 34*

**04** { **Annexes** *Page 39*

1

# Contexte, objectifs et méthodologie

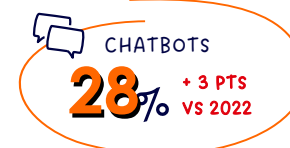


Échantillon de 4 994 personnes représentatif de la population de 18 ans et plus, étude réalisée par BVA XSIGHT du 21 au 31 août 2023. Retrouvez tous les résultats de l'étude sur [www.esdda.fr/osc2023](http://www.esdda.fr/osc2023).

### Les Français ont de **+** en **+** recours aux services clients



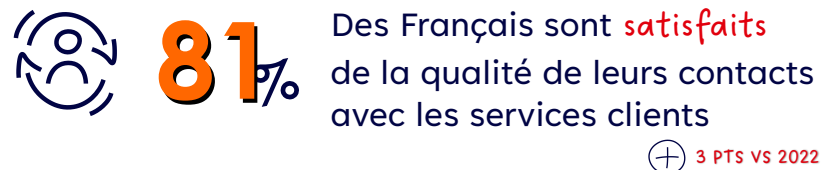
Une progression constante de l'utilisation **TOUS LES ANS**



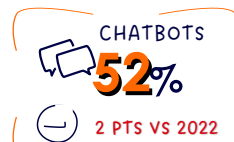
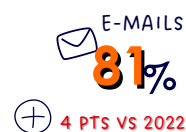
Une intensification du **temps passé** avec les services clients !!



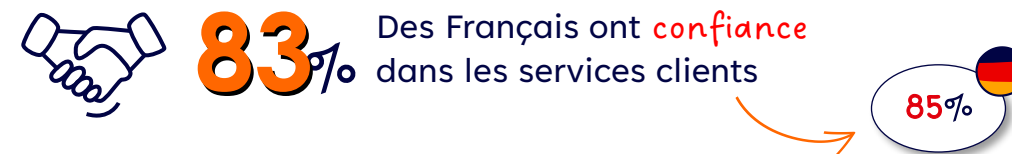
### Les Français sont de **+** en **+** satisfaits...



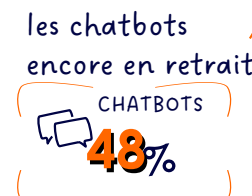
Une amélioration de la satisfaction pour tous les **canaux de contact** sauf pour les chatbots



### ...et de **+** en **+** confiants



Un niveau de confiance qui varie selon le **canal de contact**



# Qui sont les participants ?



## Présence des participants sur les canaux évalués



E-mails et/ou formulaires

**95%**

+ 7 pts vs 2024



Réseaux sociaux

**93%**

+ 3 pts vs 2024



Chat

**47%**

+ 7 pts vs 2024



Appels téléphoniques

**100%**



Site Internet

**100%**

## Équipes

En moyenne, les participants ont **336** conseillers

**33%**  
ont moins de 50



- 6 pts vs 2024

**43%**  
entre 50 et 250



+ 3 pts vs 2024

**24%**  
ont plus de 250



+ 3 pts vs 2024

## Relation client externalisée ou internalisée



**41%** utilisent au moins 2 prestataires différents

**46%** en confient une partie à l'étranger



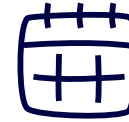
# Méthodologie



**3 entreprises MINIMUM**  
testées, évaluées et comparées  
par univers de consommation



⇒ **205 tests clients  
mystères**  
par entreprise



⇒ **8 semaines d'évaluation**  
du lundi 13 mai  
au samedi 6 juillet 2024



⇒ **13 à 17 scenarii**  
d'avant-vente, de vente  
et d'après-vente



⇒ **10 à 15 critères**  
évalués par canal

**130 appels**  
téléphoniques (50%)\*



**40 e-mails**  
et/ou formulaires  
de contact (30%)\*



**10 conversations**  
par chat (5%)\*



**15 navigations Internet**  
dont 7 sur smartphone  
et 3 sur application mobile (10%)\*



**10 contacts**  
via les réseaux  
sociaux (5%)\*



Des **tests clients mystères**, c'est-à-dire le recours à un consommateur entrant en contact avec une entreprise de manière anonyme, et dont la mission consiste à apprécier selon des règles objectives et prédéfinies le traitement de sa problématique.



Une majorité des critères de la norme européenne **EN NF 15838** sont évalués.



Pour être **Élu Service Client de l'Année** et bénéficier du signe de valorisation pendant 11 mois, il faut se classer **1<sup>er</sup>** de sa catégorie et **obtenir une note supérieure ou égale à 12,5/20.**

\*Poids du canal dans la notation finale



2

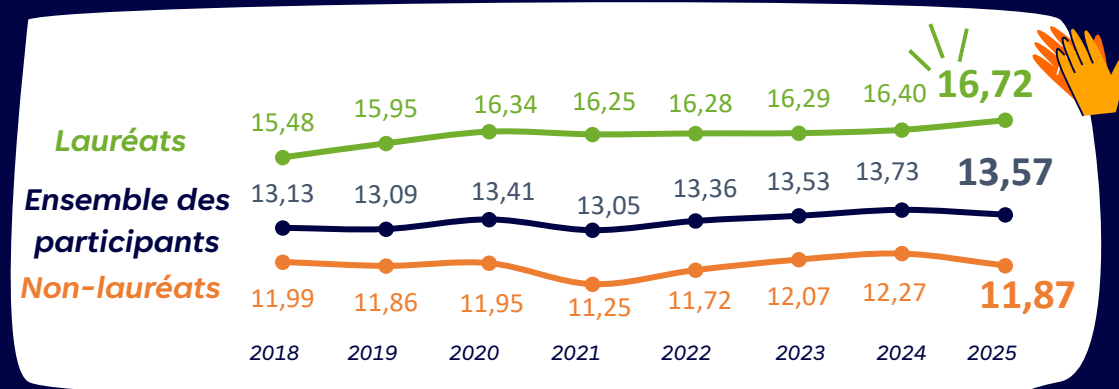
# Enseignements et résultats



## Une progression constante des lauréats...

La note moyenne sur l'ensemble des participants lors de cette 18<sup>ème</sup> édition est de 13,57/20 (en légère baisse de 1,17% qui la ramène à son niveau de l'édition 2023).

Les lauréats obtiennent une note globale de 16,72/20 en progression de 1,95% par rapport à l'édition précédente (16,40) : il s'agit de la meilleure note enregistrée sur les 8 dernières années, soit une progression de 8% depuis 2018.



**LE CANAL TÉLÉPHONE** obtient un score de **13,82/20**, en hausse sur l'ensemble des participants par rapport à l'édition 2024 (+ 1,21%). La note enregistrée par les lauréats est de 17,03 en augmentation (+ 4,45%) : il s'agit de la meilleure note jamais atteinte sur ce canal.

Sur cette édition, la qualité de service reste globalement performante (82% vs 84% sur l'édition 2024), bien que le critère (C9) sur le temps de prise en charge en moins d'une minute baisse d'1 pt (81% de conformité avec une attente moyenne de 40 secondes contre 39 secondes l'an dernier).

L'amélioration par rapport à 2024 porte sur de nombreux indicateurs en particulier sur la reformulation de la demande (75% de conformité en hausse de 16 pts) et les procédures en cas de non-réponse immédiate : la mise en attente, le transfert vers un nouvel interlocuteur ou l'engagement de rappel en moins de 12 heures ouvrées (taux de conformité en hausse de 4 à 6 pts).



Ce canal donne **satisfaction** pour l'accueil du conseiller (88% de conformité, en hausse de 2 pts) et la qualité du relationnel, plus particulièrement l'écoute du conseiller, le vocabulaire utilisé et le ton employé (scores de conformité compris entre 93% et 100%).



**Les axes de progrès**, malgré une hausse par rapport à l'édition précédente, portent sur la qualité de la réponse (47% de réponses conformes, en hausse de 5 pts) et l'impression générale (65% de conformité, en hausse de 8 pts). Autre levier d'amélioration : la prise de congés (53% de conformité vs 49%).





**LES E-MAILS ET/OU FORMULAIRES** enregistrent une moyenne de **12,26/20**, en baisse sur l'ensemble des participants (- 5,62%). Les lauréats, obtiennent un score de 16,66/20, en baisse également par rapport à l'an dernier (- 1,72%).

Des résultats en baisse par rapport à l'édition 2024 sur plusieurs indicateurs, notamment le taux de réponse (77% de conformité soit - 4 pts pour l'ensemble des participants). Le délai de réponse sous 1 jour ouvré reste satisfaisant (91% de conformité en baisse de 1 pt, avec un délai moyen de réponse de 5h19 contre 5h14 l'an dernier).



**Les points forts** de ce canal, malgré une baisse par rapport à l'édition précédente, concernent principalement les critères relationnels : l'identification de l'entreprise (82% de conformité, en baisse de 3 pts) et celle du conseiller (89% de conformité, en baisse de 3 pts), la personnalisation de la réponse (82% de conformité, en baisse de 3 pts). La prise de congé (99% de conformité) et la qualité du ton du conseiller (98% de scores bons) sont également appréciées. La compatibilité/lisibilité avec les différents Webmails reste à un niveau très élevé bien qu'en baisse sur cette édition (88% de conformité, en baisse de 2 pts).



**Les principaux axes d'amélioration** portent sur l'objet de l'e-mail (57% de conformité, en baisse de 3 pts), le rappel du contexte (64% de conformité, en baisse de 3 pts), la qualité rédactionnelle (61 vs 62% de conformité), la qualité de la réponse (48% de conformité, en hausse de 3 pts) et l'impression générale (58 vs 60%).



**LES NAVIGATIONS INTERNET** obtiennent la **meilleure note** (17,22/20) tous canaux confondus, stable par rapport à l'édition précédente sur l'ensemble des participants (17,32). C'est sur ce canal que les résultats sont les plus proches entre lauréats (17,51) et non lauréats (17,10).

Nous observons de bons résultats sur ce canal, stables par rapport à l'édition 2024 notamment grâce à une accessibilité des sites Internet très élevée (99,8%).



**Les atouts** de ce canal résident sur plusieurs indicateurs d'ergonomie comme la visibilité du libre-service (98% de conformité), la rétroactivité des pages et la concision de la réponse (100% de conformité pour ces 2 critères) ainsi que la fluidité des navigations (absence de page tunnel, de pop-up...) avec 94% de conformité.



**Les axes de progrès** concernent : l'impression générale du site Internet (1 site sur 2 obtient 2/2 sur le critère) le nombre de clics pour accéder à la réponse recherchée (58% de scores bons, en baisse de 3 pts) et la qualité de la réponse (73%).

L'efficacité du moteur de recherche est en baisse sur cette édition (avec 78% de scores bons, en baisse de 4 pts).

# Enseignements et résultats



**LES RÉSEAUX SOCIAUX** enregistrent un score de **14,01/20** contre 13,99 lors de l'édition précédente. Les lauréats avec un score de 17,61 progressent (+ 2,59%) alors que les non-lauréats accusent une baisse (- 2,44% soit une note de 12,35).

Par rapport à l'édition 2024, des délais de réponse qui s'améliorent mais qui restent plus longs auprès des non-lauréats : en effet, le taux de réponse sous 12 heures ouvrées est de 85% pour l'ensemble des participants (contre 78% pour les non-lauréats) avec un délai de réponse moyen de 2h46 plus court d'une heure par rapport à 2024 (contre 3h32 pour les non-lauréats). En revanche, des baisses importantes sont enregistrées sur la qualité de la réponse et la qualité globale de l'échange.



Ce canal donne **satisfaction** pour la qualité du relationnel particulièrement la qualité rédactionnelle (82% de conformité en hausse de 8 pts) et la prise de congé (86% de conformité en hausse de 7 pts). La concision de la réponse et le ton employé sont également appréciés (respectivement 99% et 90% de conformité).



Les principaux **axes d'amélioration** portent sur la qualité de la réponse (44%, en baisse de 6 pts par rapport à l'édition 2024) et la qualité globale de l'échange (57% de conformité, en baisse de 15 pts pour revenir à son niveau de 2023). Autres sources de progrès, l'engagement du délai de réponse du message relais (47% de conformité) et la pertinence du chatbot du réseau social avec 78% de conformité (en hausse de 5 pts par rapport à l'an dernier).



**LE CHAT** enregistre un score de **11,19/20** sur l'ensemble des participants, en baisse par rapport à l'an dernier (- 2,79%). Les lauréats obtiennent une note de 15,21 en hausse par rapport à l'édition 2024 (+ 4,28%). Les non-lauréats chutent fortement sur ce canal (8,51 soit une baisse de 14,68%).

Une dégradation portée par une moins bonne gestion de la disponibilité (indicateurs en baisse de 6 à 15 pts par rapport à l'édition 2024). Les non-lauréats enregistrent un taux de disponibilité moins performant par rapport à l'an dernier (55% contre 60% soit une baisse de 4,56%, alors que les lauréats affichent un taux de 88% soit une hausse de 6,26%).

Par rapport à l'édition précédente, des résultats qui s'améliorent sur la qualité relationnelle (ton employé, qualité rédactionnelle) mais qui se dégradent fortement sur la qualité de la réponse.



**Les points forts** portent sur l'accès à une fenêtre de chat en 4 clics maximum (94% de conformité) et l'identification du conseiller (98% de conformité). Autres forces du canal : le déroulement de la conversation (98% de scores bons) et le ton employé par le conseiller (98% de conformité, en hausse de 10 pts), la possibilité de sauvegarder la conversation (82%) et l'absence de signes d'incompatibilité avec les navigateurs ou les fournisseurs (100% de conformité).



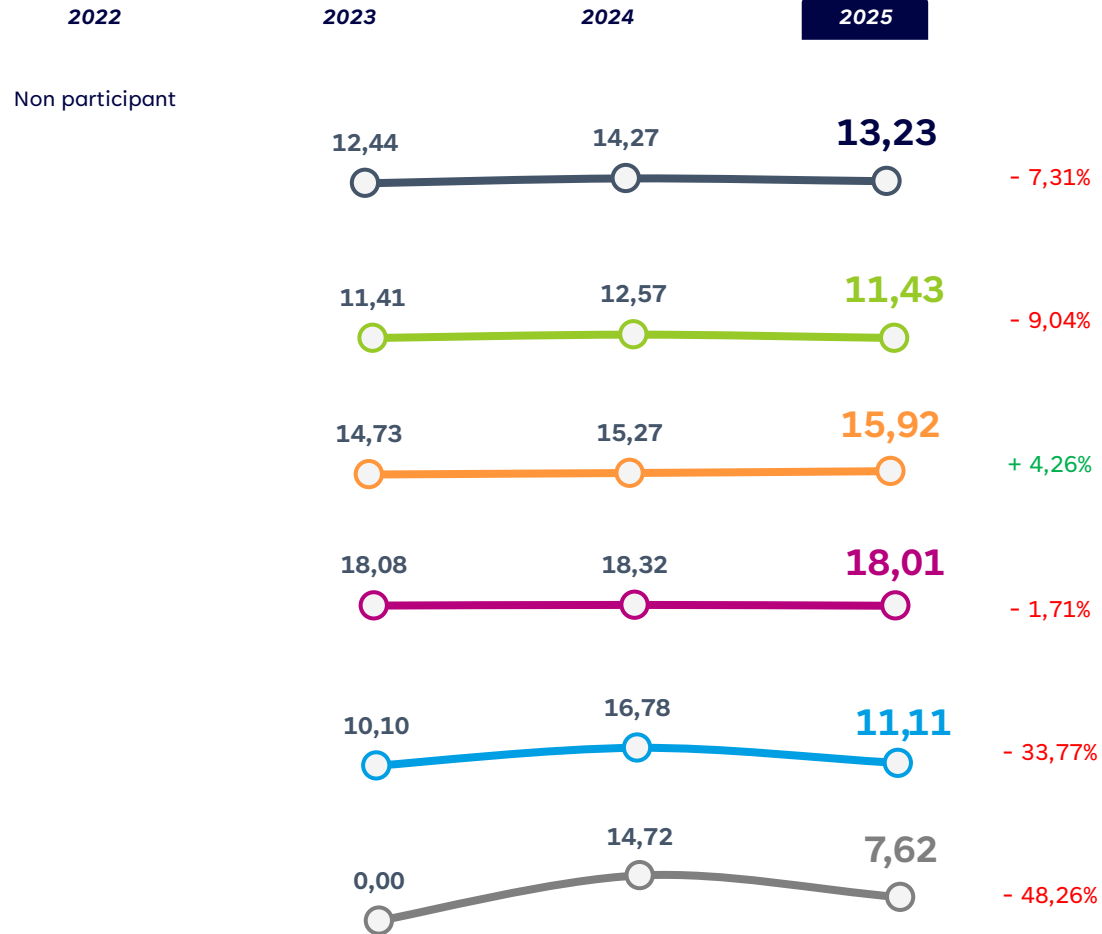
**Les axes de progrès** concernent la qualité globale de la réponse (45% de conformité, en baisse de 24 pts), la personnalisation de la réponse (45% de conformité, en baisse de 19 pts) et la qualité globale de l'échange (46%). La qualité rédactionnelle progresse mais reste perfectible (63% de conformité, en hausse de 6 pts).

# Synoptique des résultats au global et par canal



## Votre entreprise

ÉVOLUTION 2025 vs 2024



VOTRE CATÉGORIE	ENSEMBLE DES PARTICIPANTS	ENSEMBLE DES LAURÉATS
Résultats 2025		
12,55 - 9,37%	13,57 - 1,17%	16,72 + 1,95%
11,93 - 6,80%	13,82 + 1,21%	17,03 + 4,45%
12,19 - 15,86%	12,26 - 5,62%	16,66 - 1,72%
17,86 - 3,15%	17,22 - 0,54%	17,51 - 0,40%
15,00 - 6,31%	14,01 + 0,12%	17,61 + 2,59%
7,81 - 14,04%	11,19 - 2,79%	15,21 + 4,28%

Note globale

Appels téléphoniques

E-mails et/ou formulaires

Navigations Internet

Réseaux sociaux

Chat

Note moyenne sur 20



3

# Résultats détaillés par canal





**Appels téléphoniques**



**E-mails et/ou formulaires**



**Navigations Internet**



**Réseaux sociaux**



**Chat**







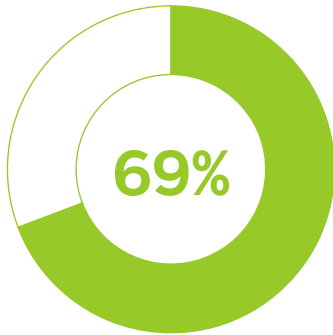
# Accessibilité

Appels téléphoniques



## Qualité de service

VOTRE ENTREPRISE



### Les cas d'inaccessibilité



Message(s) de saturation ou de dissuasion



Prise(s) en charge > 4 min



Coupure(s) avant la mise en relation

## Évolution de la qualité de service

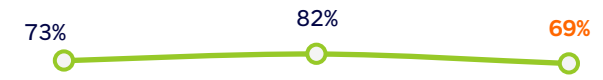
2022

2023

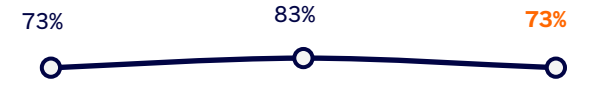
2024

2025

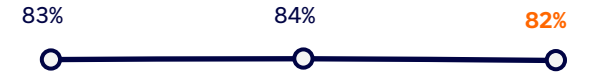
Votre entreprise



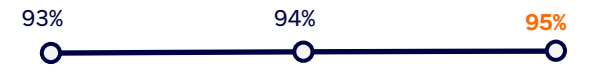
VOTRE CATÉGORIE



ENSEMBLE DES PARTICIPANTS



ENSEMBLE DES LAURÉATS





# Accessibilité

## Appels téléphoniques



### Temps moyen

	Accès au service désiré	Prise en charge du contact par un conseiller	Durée totale de l'appel
<b>Votre entreprise</b>	53sec	1min17sec	4min01sec
<b>VOTRE CATÉGORIE</b>	50sec	52sec	3min22sec
<b>ENSEMBLE DES PARTICIPANTS</b>	39sec	40sec	4min08sec
<b>ENSEMBLE DES LAURÉATS</b>	36sec	35sec	4min24sec

### Temporalité

	Jour de contact						Horaire	
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Matin	Après-midi*
<b>Votre entreprise</b>	12,18	11,87	11,66	14,07	13,24	4,88	12,73	10,48
<b>VOTRE CATÉGORIE</b>	9,32	12,53	12,94	13,13	13,15	9,55	12,56	11,34
<b>ENSEMBLE DES PARTICIPANTS</b>	13,54	13,83	13,81	14,06	13,86	13,70	13,99	13,67
<b>ENSEMBLE DES LAURÉATS</b>	17,01	17,04	17,21	17,08	17,05	16,49	17,10	16,96

### Qualité de service par jour et tranche horaire

	Jour de contact						Horaire	
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Matin	Après-midi*
<b>Votre entreprise</b>	76%	74%	67%	88%	77%	30%	78%	63%
<b>VOTRE CATÉGORIE</b>	58%	77%	79%	80%	80%	58%	77%	70%
<b>ENSEMBLE DES PARTICIPANTS</b>	81%	82%	82%	84%	83%	82%	83%	81%
<b>ENSEMBLE DES LAURÉATS</b>	95%	95%	96%	96%	95%	93%	95%	95%

\*à partir de 14h

Vert ou rouge : signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants



# Enseignements

## Appels téléphoniques



La réalisation du mapping d'importance repose sur le calcul de la contribution des critères détaillés à la note globale de conformité sur 20.

Cette méthode statistique permet de hiérarchiser les critères en fonction de l'intensité de leur liaison avec la note globale de conformité.

Chaque critère est positionné selon son niveau d'importance dans la note globale (axe d'importance en ordonnée) et le taux de conformité obtenu par votre entreprise (axe de conformité en abscisse).

Les critères en haut à gauche du mapping constituent les leviers prioritaires pour augmenter la note globale de conformité.

Exemple : La qualité de la réponse est le critère le plus important dans l'explication de la note de conformité globale, et enregistre pour votre entreprise un faible score de conformité : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...

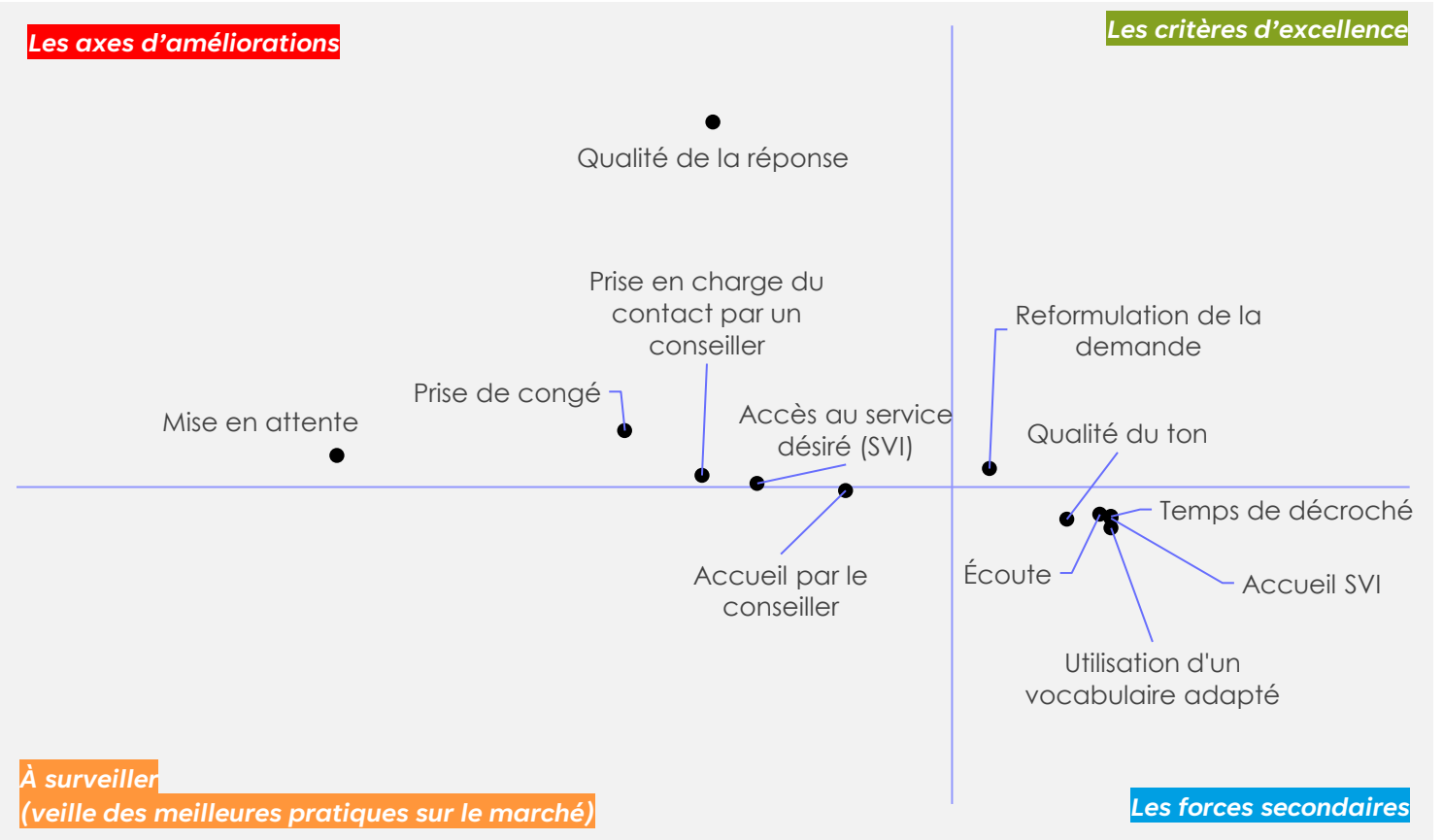
Importance



Les axes d'améliorations

Les leviers d'actions

Les critères d'excellence



Taux de conformité



# Résultats détaillés ESCDA 2025

## Appels téléphoniques



### Vos résultats

### VOTRE CATÉGORIE

### ENSEMBLE DES PARTICIPANTS

#### Gestion de la disponibilité

		Nombre de tests	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C8	Appel décroché en moins de 5 sonneries ou 20 secondes.	90	2,00	100%	1,99	100%	1,99	99%
C10	Accès au service désiré par le biais d'un SVI en moins d'1 minute.	90	1,29	64%	1,42	71%	1,73	87%
C9	Prise en charge par un conseiller en moins d'1 minute.	90	1,33	59%	1,60	73%	1,74	81%
C12	Mise en attente : prévient, oriente vers une musique et reprend l'appel avec une formule de politesse en moins d'1 minute.	9	1,11	22%	0,79	21%	1,23	43%
C11	Proposition et engagement de rappel en moins de 12h ouvrées.	0	-	-	0,00	0%	0,88	44%

#### Relationnel

C2	Raison sociale ou nom commercial énoncé lors de l'accueil par un SVI ou un pré-décroché.	90	2,00	100%	2,00	100%	1,99	99%
C1	Accueil de l'appel : formule de politesse, identification du participant (si celui-ci n'est pas cité par le Standard Vocal Interactif) et du conseiller, élocution correcte et débit adapté.	90	1,73	73%	1,77	80%	1,88	88%
C3	Utilisation d'un vocabulaire adapté (compréhensible, absence d'abréviation...).	90	2,00	100%	2,00	100%	1,99	100%
C4	Reformulation de la demande du client mystère par le conseiller.	90	1,76	88%	1,47	74%	1,51	75%
C5	Transfert : mise en relation avec le bon interlocuteur et transmission de la problématique.	0	-	-	0,50	0%	0,85	27%
C6	Écoute : le conseiller ne coupe pas la parole et recentre le discours si nécessaire.	89	1,98	99%	1,96	98%	1,94	97%
C7	Prise de congé : personnalisation, fiabilisation et laisse au client mystère l'initiative de mettre fin à l'appel.	88	1,22	51%	1,02	35%	1,33	53%

#### Qualité de la réponse et qualité humaine

C13	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	90	2,69	60%	2,69	58%	2,38	47%
C14	Impression générale : la qualité globale de l'entretien est évaluée (empathie et naturel).	90	1,63	67%	1,58	65%	1,59	65%
C15	Qualité et constance du ton employé.	90	1,91	96%	1,90	95%	1,88	93%

<b>Total</b>		130	<b>11,43</b>		<b>11,93</b>		<b>13,82</b>	
<b>Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service</b>		90	<b>16,52</b>		16,33		16,78	

Vert ou rouge : signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants



# Évolution de vos résultats

## Appels téléphoniques



### ESCDA 2022

### ESCDA 2023

### ESCDA 2024

### ESCDA 2025

#### Gestion de la disponibilité

	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C8 Appel décroché en moins de 5 sonneries ou 20 secondes.	-	-	2,00	100%	1,98	99%	2,00	100%
C10 Accès au service désiré par le biais d'un SVI en moins d'1 minute.	-	-	1,18	59%	1,31	65%	1,29	64%
C9 Prise en charge par un conseiller en moins d'1 minute.	-	-	1,24	52%	1,17	49%	1,33	59%
C12 Mise en attente : prévient, oriente vers une musique et reprend l'appel avec une formule de politesse en moins d'1 minute.	-	-	0,91	23%	0,96	25%	1,11	22%
C11 Proposition et engagement de rappel en moins de 12h ouvrées.	-	-	2,00	100%	0,00	0%	-	-

#### Relationnel

C2 Raison sociale ou nom commercial énoncé lors de l'accueil par un SVI ou un pré-décroché.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C1 Accueil de l'appel : formule de politesse, identification du participant (si celui-ci n'est pas cité par le Standard Vocal Interactif) et du conseiller, élocution correcte et débit adapté.	-	-	1,97	97%	1,69	71%	1,73	73%
C3 Utilisation d'un vocabulaire adapté (compréhensible, absence d'abréviation...).	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C4 Reformulation de la demande du client mystère par le conseiller.	-	-	0,97	48%	1,05	52%	1,76	88%
C5 Transfert : mise en relation avec le bon interlocuteur et transmission de la problématique.	-	-	-	-	-	-	-	-
C6 Écoute : le conseiller ne coupe pas la parole et recentre le discours si nécessaire.	-	-	2,00	100%	1,92	96%	1,98	99%
C7 Prise de congé : personnalisation, fiabilisation et laisse au client mystère l'initiative de mettre fin à l'appel.	-	-	1,03	30%	1,26	45%	1,22	51%

#### Qualité de la réponse et qualité humaine

C13 Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	-	-	2,46	52%	2,22	48%	2,69	60%
C14 Impression générale : la qualité globale de l'entretien est évaluée (empathie et naturel).	-	-	1,59	62%	1,47	57%	1,63	67%
C15 Qualité et constance du ton employé.	-	-	1,98	98%	1,92	94%	1,91	96%

<b>Total</b>	-	-	<b>11,41</b>	-	<b>12,57</b>	-	<b>11,43</b>	-
<b>Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service</b>	-	-	15,62	-	15,27	-	16,52	-





Appels téléphoniques



E-mails et/ou formulaires



Navigations Internet



Réseaux sociaux



Chat





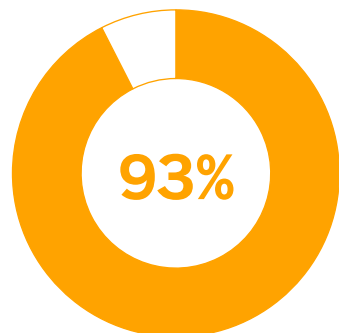
# Accessibilité

E-mails et/ou formulaires



## Taux de réponse

VOTRE ENTREPRISE



### Les cas d'inaccessibilité

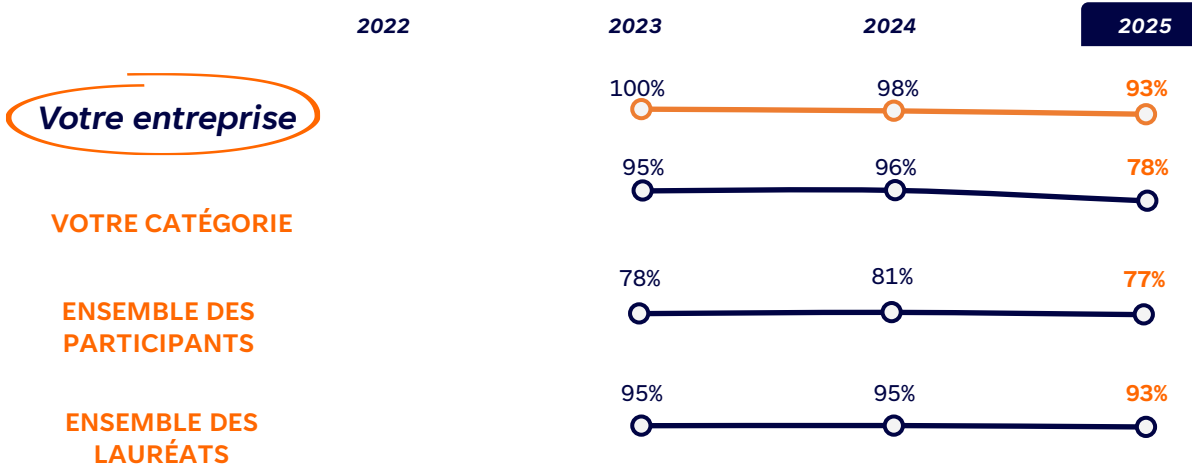
2

Réponse(s) reçue(s)  
dans un délai  
> 2 jours ouvrés

1

Réponse(s)  
non reçue(s)

## Taux de réponse en évolution



## Délai de réponse

	Temps moyen (calculé en heures ouvrées)	
	2024	2025
<b>Votre entreprise</b>	4h50min	6h12min
<b>VOTRE CATÉGORIE</b>	4h22min	4h50min
<b>ENSEMBLE DES PARTICIPANTS</b>	5h14min	5h19min
<b>ENSEMBLE DES LAURÉATS</b>	3h17min	3h55min



# Enseignements

E-mails et/ou formulaires



La réalisation du mapping d'importance repose sur le calcul de la contribution des critères détaillés à la note globale de conformité sur 20.

Cette méthode statistique permet de hiérarchiser les critères en fonction de l'intensité de leur liaison avec la note globale de conformité.

Chaque critère est positionné selon son niveau d'importance dans la note globale (axe d'importance en ordonnée) et le taux de conformité obtenu par votre entreprise (axe de conformité en abscisse).

Les critères en haut à gauche du mapping constituent les leviers prioritaires pour augmenter la note globale de conformité.

Exemple : La qualité de la réponse est le critère le plus important dans l'explication de la note de conformité globale, et enregistre pour votre entreprise un faible score de conformité : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...

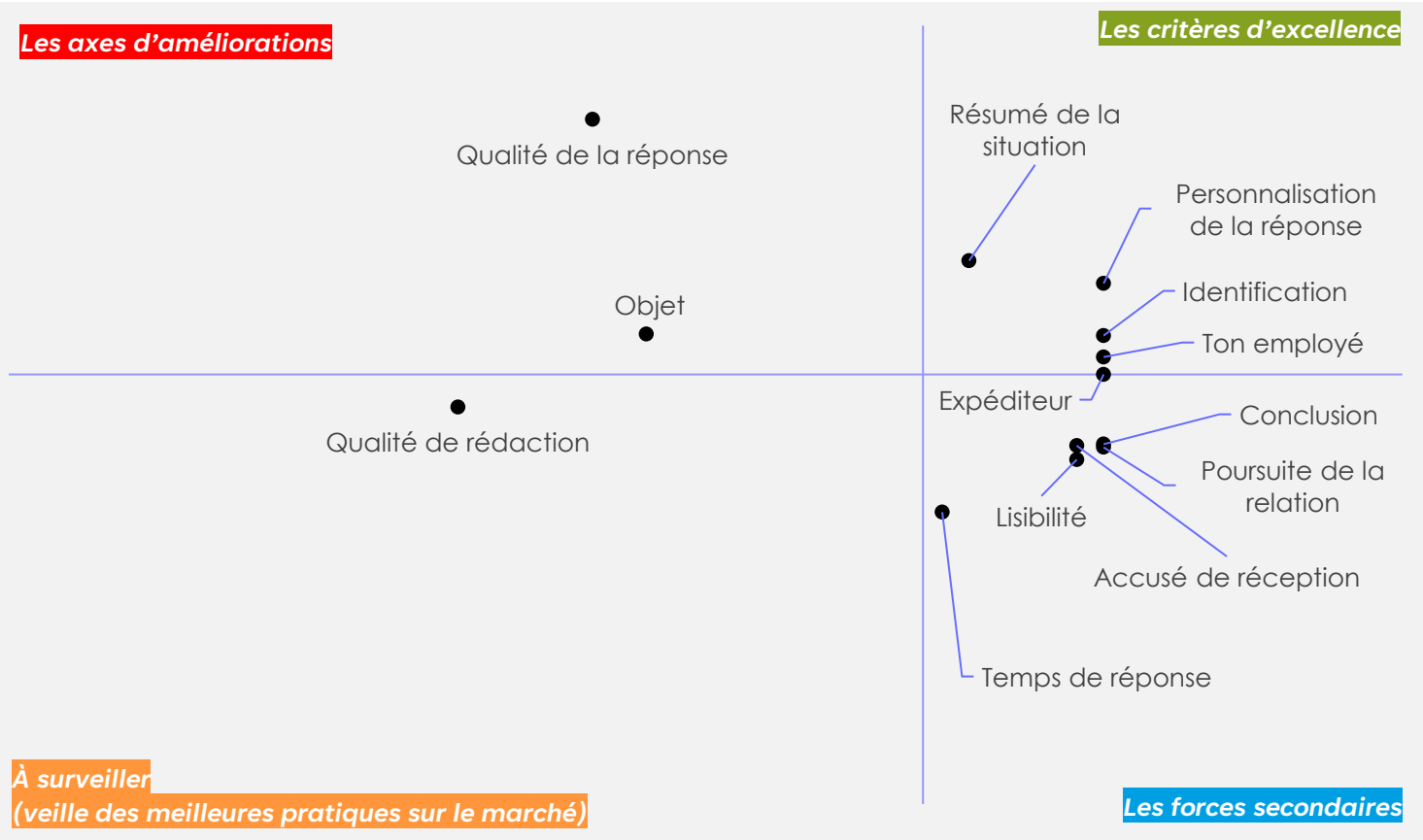
Importance



## Les leviers d'actions

Les axes d'améliorations

Les critères d'excellence



À surveiller (veille des meilleures pratiques sur le marché)

Les forces secondaires



Taux de conformité



# Résultats détaillés ESCDA 2025

E-mails et/ou formulaires



## Vos résultats

## VOTRE CATÉGORIE

## ENSEMBLE DES PARTICIPANTS

### Gestion de la disponibilité

		Nombre de tests	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C9	E-mail répondu sous 1 jour ouvré.	37	1,78	84%	1,87	89%	1,88	91%
C10	Accusé de réception : délai de réponse identifié et respecté inférieur ou égal à 1 jour ouvré.	37	1,97	97%	1,88	91%	1,23	60%

### Relationnel

C1	Adresse e-mail ou nom d'expéditeur du participant compréhensible et identifiable.	37	2,00	100%	1,47	47%	1,80	82%
C2	Objet de l'e-mail : adapté et indique clairement qu'il s'agit d'une réponse suite à une demande.	37	1,54	54%	1,23	28%	1,48	57%
C3	Personnalisation avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	37	2,00	100%	1,89	95%	1,63	82%
C5	Rappel du contexte : la situation de la demande initiale est résumée.	37	1,84	86%	1,72	80%	1,41	64%
C4	E-mail rédigé dans un français correct et sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	37	0,70	35%	0,70	35%	1,23	61%
C7	Identification de l'interlocuteur par sa civilité et/ou son prénom et/ou son nom.	37	2,00	100%	1,85	93%	1,78	89%
C8	E-mail comprenant des coordonnées permettant la poursuite de la relation via un autre canal.	37	2,00	100%	1,96	98%	1,87	94%
C6	Prise de congé avec une formule de politesse.	37	2,00	100%	1,96	98%	1,98	99%

### Qualité de la réponse et qualité humaine

C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	37	2,32	49%	2,02	41%	2,30	48%
C12	Impression générale : la qualité globale de l'e-mail et de l'accusé de réception sont évaluées.	37	1,70	70%	1,53	54%	1,55	58%
C13	Qualité et constance du ton employé de l'e-mail.	37	2,00	100%	1,98	99%	1,96	98%
C14	E-mail lisible sans signe d'incompatibilité.	37	1,95	97%	1,34	67%	1,76	88%

<b>Total</b>		40	15,92		12,19		12,26	
<b>Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service</b>		37	17,21		15,56		15,97	

Vert ou rouge : signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants



# Évolution de vos résultats

E-mails et/ou formulaires



ESCCA 2022

ESCCA 2023

ESCCA 2024

ESCCA 2025

## Gestion de la disponibilité

		Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C9	E-mail répondu sous 1 jour ouvré.	-	-	1,93	93%	1,87	92%	1,78	84%
C10	Accusé de réception : délai de réponse identifié et respecté inférieur ou égal à 1 jour ouvré	-	-	0,00	0%	0,00	0%	1,97	97%

## Relationnel

C1	Adresse e-mail ou nom d'expéditeur du participant compréhensible et identifiable.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C2	Objet de l'e-mail : adapté et indique clairement qu'il s'agit d'une réponse suite à une demande.	-	-	1,00	0%	1,31	31%	1,54	54%
C3	Personnalisation avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	-	-	1,90	95%	2,00	100%	2,00	100%
C5	Rappel du contexte : la situation de la demande initiale est résumée.	-	-	1,80	88%	1,79	87%	1,84	86%
C4	E-mail rédigé dans un français correct et sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	-	-	0,85	43%	1,13	56%	0,70	35%
C7	Identification de l'interlocuteur par sa civilité et/ou son prénom et/ou son nom.	-	-	0,70	35%	1,90	95%	2,00	100%
C8	E-mail comprenant des coordonnées permettant la poursuite de la relation via un autre canal.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C6	Prise de congé avec une formule de politesse.	-	-	2,00	100%	1,95	97%	2,00	100%

## Qualité de la réponse et qualité humaine

C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	-	-	2,40	55%	2,00	38%	2,32	49%
C12	Impression générale : la qualité globale de l'e-mail et de l'accusé de réception sont évaluées.	-	-	1,65	68%	1,69	72%	1,70	70%
C13	Qualité et constance du ton employé de l'e-mail.	-	-	1,88	93%	2,00	100%	2,00	100%
C14	E-mail lisible sans signe d'incompatibilité.	-	-	2,00	100%	1,85	92%	1,95	97%

<b>Total</b>		-		<b>14,73</b>		<b>15,27</b>		<b>15,92</b>	
<b>Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service</b>		-		<b>14,73</b>		<b>15,66</b>		<b>17,21</b>	

Le résultat 2025 en vert ou rouge : signifie qu'il est supérieur ou inférieur au résultat 2024





Appels téléphoniques



E-mails et/ou formulaires



**Navigations Internet**



Réseaux sociaux



Chat





# Accessibilité

Navigations Internet

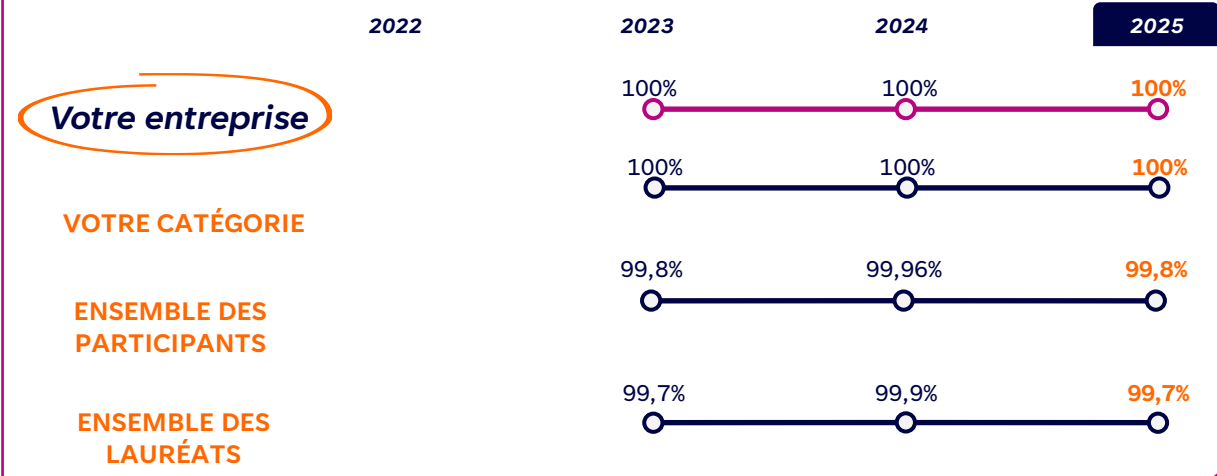


## Taux de disponibilité

VOTRE ENTREPRISE

100%

## Taux de disponibilité en évolution



## Note et nombre de clics moyens

	Note globale		Nombre de clics	
	2024	2025	2024	2025
<b>Votre entreprise</b>	18,32	18,01	3,2	4,1
<b>VOTRE CATÉGORIE</b>	18,44	17,86	4,0	4,5
<b>ENSEMBLE DES PARTICIPANTS</b>	17,32	17,22	4,7	4,9
<b>ENSEMBLE DES LAURÉATS</b>	17,58	17,51	4,5	4,7

Vert ou rouge : signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants



# Enseignements

## Navigations Internet



La réalisation du mapping d'importance repose sur le calcul de la contribution des critères détaillés à la note globale de conformité sur 20.

Cette méthode statistique permet de hiérarchiser les critères en fonction de l'intensité de leur liaison avec la note globale de conformité.

Chaque critère est positionné selon son niveau d'importance dans la note globale (axe d'importance en ordonnée) et le taux de conformité obtenu par votre entreprise (axe de conformité en abscisse).

Les critères en haut à gauche du mapping constituent les leviers prioritaires pour augmenter la note globale de conformité.

Exemple : La qualité de la réponse est le critère le plus important dans l'explication de la note de conformité globale, et enregistre pour votre entreprise un faible score de conformité : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...

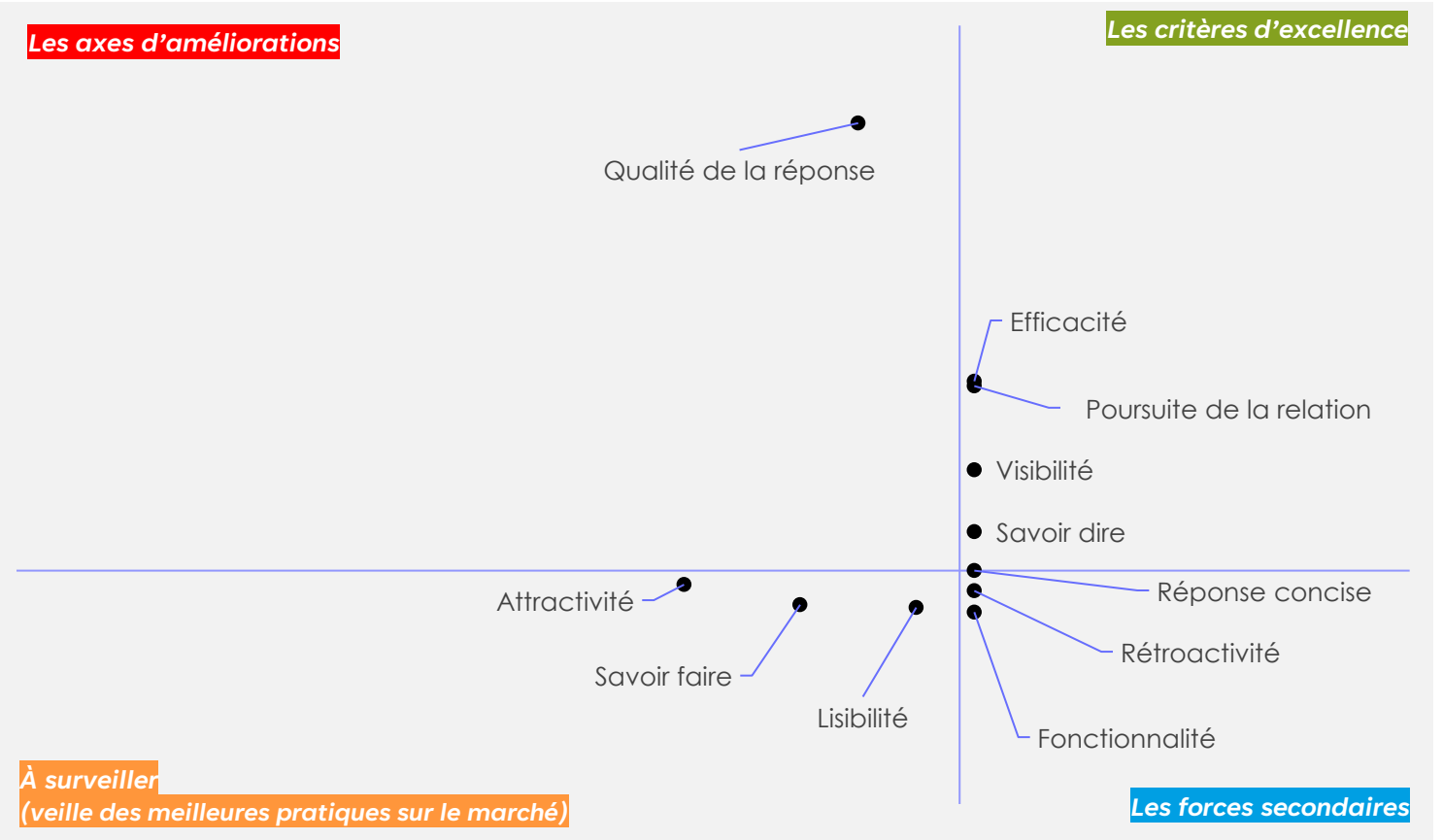
### Importance



### Les leviers d'actions

Les axes d'améliorations

Les critères d'excellence



### Taux de conformité



# Résultats détaillés ESCDA 2025

Navigations Internet



## Vos résultats

## VOTRE CATÉGORIE

## ENSEMBLE DES PARTICIPANTS

### Ergonomie et accessibilité

		Nombre de tests	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C1	Le libre-service ou le moteur de recherche ou l'agent virtuel ou le chatbot est visible et accessible à partir de la page d'accueil.	15	2,00	100%	2,00	100%	1,96	98%
C2	Le lien hypertexte présent sur la page de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	2	2,00	100%	2,00	100%	1,97	98%
C3	Pages visitées toutes utiles (absence de page tunnel, page sponsorisée...).	15	2,00	100%	2,00	100%	1,88	94%
C4	En cours de navigation, il est possible de faire une réaction sans message d'erreur.	15	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C5	Nombre de clics pour accéder à une information inférieur ou égal à 4.	15	1,47	67%	1,36	60%	1,29	58%
C6	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.	5	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C7	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page ou en 2 scroll.	13	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C8	Le moteur de recherche, l'agent virtuel ou le chatbot comprend les mots simples.	15	1,60	80%	1,72	86%	1,57	78%

### Qualité de la réponse

C9	Réponse rédigée dans un français correct et sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	13	2,00	100%	2,00	100%	1,99	100%
C10	En cas d'indisponibilité de la réponse, un autre canal de contact est clairement proposé.	2	2,00	100%	2,00	100%	1,98	99%
C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	15	3,47	87%	3,29	82%	3,03	73%

### Impression générale sur le service

C12	Impression générale : la qualité globale du site Internet est évaluée.	15	1,47	60%	1,42	53%	1,37	51%
-----	--	----	------	-----	------	-----	------	-----

### Qualité technique

C13	La navigation se déroule sans signe d'incompatibilité.	15	1,87	93%	1,96	98%	1,96	98%
-----	--	----	------	-----	------	-----	------	-----

<b>Total</b>		15	<b>18,01</b>		<b>17,86</b>		<b>17,22</b>	
<b>Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service</b>		15	<b>18,01</b>		<b>17,86</b>		<b>17,27</b>	

Vert ou rouge : signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants



# Évolution de vos résultats

## Navigations Internet



### ESCDA 2022

### ESCDA 2023

### ESCDA 2024

### ESCDA 2025

#### Ergonomie et accessibilité

		Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C1	Le libre-service ou le moteur de recherche ou l'agent virtuel ou le chatbot est visible et accessible à partir de la page d'accueil.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C2	Le lien hypertexte présent sur la page de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C3	Pages visitées toutes utiles (absence de page tunnel, page sponsorisée...).	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C4	En cours de navigation, il est possible de faire une rétroaction sans message d'erreur.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C5	Nombre de clics pour accéder à une information inférieur ou égal à 4.	-	-	1,33	60%	1,60	80%	1,47	67%
C6	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise editrice.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C7	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page ou en 2 scroll.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C8	Le moteur de recherche, l'agent virtuel ou le chatbot comprend les mots simples.	-	-	2,00	100%	1,87	93%	1,60	80%

#### Qualité de la réponse

C9	Réponse rédigée dans un français correct et sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C10	En cas d'indisponibilité de la réponse, un autre canal de contact est clairement proposé.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	-	-	3,20	80%	3,07	73%	3,47	87%

#### Impression générale sur le service

C12	Impression générale : la qualité globale du site Internet est évaluée.	-	-	1,47	53%	1,67	73%	1,47	60%
-----	--	---	---	------	-----	------	-----	------	-----

#### Qualité technique

C13	La navigation se déroule sans signe d'incompatibilité.	-	-	1,87	93%	2,00	100%	1,87	93%
-----	--	---	---	------	-----	------	------	------	-----

<b>Total</b>		-		<b>18,08</b>		<b>18,32</b>		<b>18,01</b>	
<b>Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service</b>		-		18,08		18,32		18,01	

Le résultat 2025 en vert ou rouge : signifie qu'il est supérieur ou inférieur au résultat 2024



Appels téléphoniques



E-mails et/ou formulaires



Navigations Internet



**Réseaux sociaux**



Chat







## Taux de réponse

VOTRE ENTREPRISE

70%

### Les cas d'inaccessibilité

2

Réponse(s) non reçue(s)

1

Réponse(s) obtenue(s) dans un délai supérieur à 12h ouvrées

## Taux de réponse en évolution

Votre entreprise

VOTRE CATÉGORIE

ENSEMBLE DES PARTICIPANTS

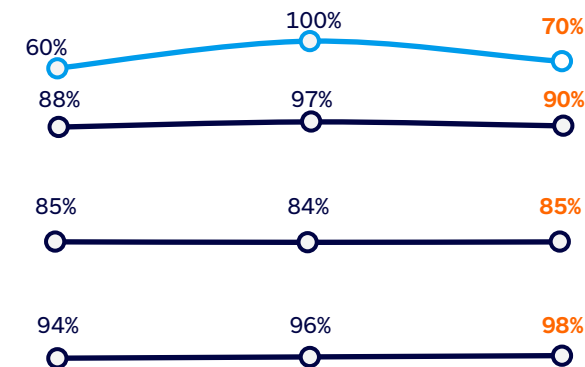
ENSEMBLE DES LAURÉATS

2022

2023

2024

2025



## Délai de réponse moyen

(calculé en heures ouvrées)

Votre entreprise

VOTRE CATÉGORIE

ENSEMBLE DES PARTICIPANTS

ENSEMBLE DES LAURÉATS

2024

2025

Catégorie	2024	2025
Votre entreprise	12min	3h05min
Votre catégorie	2h18min	2h41min
Ensemble des participants	3h40min	2h46min
Ensemble des lauréats	1h42min	1h19min



La réalisation du mapping d'importance repose sur le calcul de la contribution des critères détaillés à la note globale de conformité sur 20.

Cette méthode statistique permet de hiérarchiser les critères en fonction de l'intensité de leur liaison avec la note globale de conformité.

Chaque critère est positionné selon son niveau d'importance dans la note globale (axe d'importance en ordonnée) et le taux de conformité obtenu par votre entreprise (axe de conformité en abscisse).

Les critères en haut à gauche du mapping constituent les leviers prioritaires pour augmenter la note globale de conformité.

Exemple : La qualité de la réponse est le critère le plus important dans l'explication de la note de conformité globale, et enregistre pour votre entreprise un faible score de conformité : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...

Importance



Les axes d'améliorations

Qualité de la réponse

Prise de congé

Rédaction

À surveiller  
(veille des meilleures pratiques sur le marché)

Les leviers d'actions

Les critères d'excellence

Ton employé

Identification de l'interlocuteur

Personnalisation

Savoir Faire

Temps de la réponse

Fonctionnalité du lien

Forme de la réponse

Les forces secondaires



Taux de conformité



# Résultats détaillés ESCDA 2025

Réseaux sociaux



## Vos résultats

## VOTRE CATÉGORIE

## ENSEMBLE DES PARTICIPANTS

### Ergonomie et accessibilité

		Nombre de tests	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C1	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.	7	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C2	Le réseau social propose clairement d'autres canaux de contact.	7	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%

### Relationnel

C3	Personnalisation avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	7	1,71	86%	1,93	96%	1,60	80%
C4	Message rédigé dans un français correct, sans faute d'orthographe et/ou de grammaire et adapté au canal.	7	1,43	71%	1,56	78%	1,64	81%
C5	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page ou est visible en 2 scroll pour une consultation sur une fenêtre de conversation.	7	2,00	100%	2,00	100%	1,98	99%
C6	Prise de congé avec une formule de politesse.	7	0,86	43%	1,63	81%	1,71	86%
C7	L'interlocuteur est identifié par son prénom et/ou son nom.	7	1,71	86%	1,93	96%	1,59	80%
C8	Le répondant laisse ses coordonnées dans le message de réponse.	6	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%

### Gestion de la disponibilité

C9	Message répondu sous 2h ouvrées.	7	2,00	100%	1,56	63%	1,76	81%
C10	Message relais comprenant un délai de réponse identifié et respecté inférieur à 6h ouvrées.	0	-	-	0,43	21%	0,94	47%

### Qualité de la réponse

C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	7	1,43	14%	2,44	44%	2,31	44%
C12	Le lien hypertexte présent sur la page de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	6	2,00	100%	2,00	100%	1,94	97%

### Qualité humaine

C13	Impression générale : la qualité globale de l'échange est évaluée.	7	1,29	43%	1,22	30%	1,51	57%
C14	Qualité et constance du ton employé.	7	1,71	86%	1,93	96%	1,83	90%

### Qualité technique

C15	Le chatbot du réseau social comprend des mots simples.	7	1,71	86%	1,65	82%	1,56	78%
-----	--	---	------	-----	------	-----	------	-----

<b>Total</b>		10	<b>11,11</b>		<b>15,00</b>		<b>14,01</b>	
<b>Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service</b>		7	<b>15,88</b>		16,66		16,55	

Vert ou rouge : signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants



# Évolution de vos résultats

Réseaux sociaux



ESCCA 2022

ESCCA 2023

ESCCA 2024

ESCCA 2025

## Ergonomie et accessibilité

		Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C1	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C2	Le réseau social propose clairement d'autres canaux de contact.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%

## Relationnel

C3	Personnalisation avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.	-	-	1,33	67%	2,00	100%	1,71	86%
C4	Message rédigé dans un français correct, sans faute d'orthographe et/ou de grammaire et adapté au canal.	-	-	1,67	83%	1,60	80%	1,43	71%
C5	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page ou est visible en 2 scroll pour une consultation sur une fenêtre de conversation.	-	-	2,00	100%	1,80	90%	2,00	100%
C6	Prise de congé avec une formule de politesse.	-	-	1,33	67%	1,00	50%	0,86	43%
C7	L'interlocuteur est identifié par son prénom et/ou son nom.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	1,71	86%
C8	Le répondant laisse ses coordonnées dans le message de réponse.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%

## Gestion de la disponibilité

C9	Message répondu sous 2h ouvrées.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C10	Message relais comprenant un délai de réponse identifié et respecté inférieur à 6h ouvrées.	-	-	0,00	0%	2,00	100%	-	-

## Qualité de la réponse

C11	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	-	-	2,67	50%	2,00	30%	1,43	14%
C12	Le lien hypertexte présent sur la page de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%

## Qualité humaine

C13	Impression générale : la qualité globale de l'échange est évaluée.	-	-	1,33	50%	2,00	100%	1,29	43%
C14	Qualité et constance du ton employé.	-	-	2,00	100%	2,00	100%	1,71	86%

## Qualité technique

C15	Le chatbot du réseau social comprend des mots simples.	-	-	2,00	100%	0,57	29%	1,71	86%
-----	--	---	---	------	------	------	-----	------	-----

<b>Total</b>		-		<b>10,10</b>		<b>16,78</b>		<b>11,11</b>	
<b>Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service</b>		-		16,84		16,78		15,88	



Appels téléphoniques



E-mails et/ou formulaires



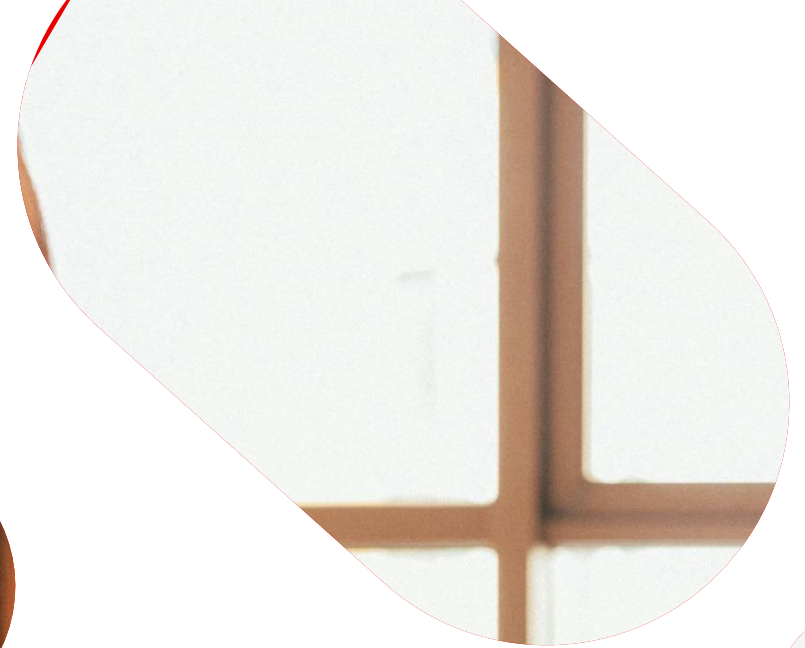
Navigations Internet



Réseaux sociaux



Chat





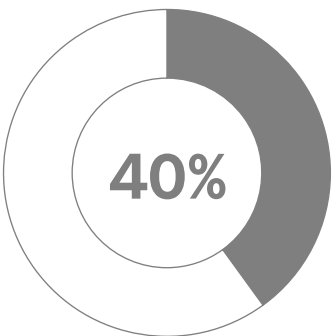
# Accessibilité

Chat



## Taux de conversations abouties

VOTRE ENTREPRISE

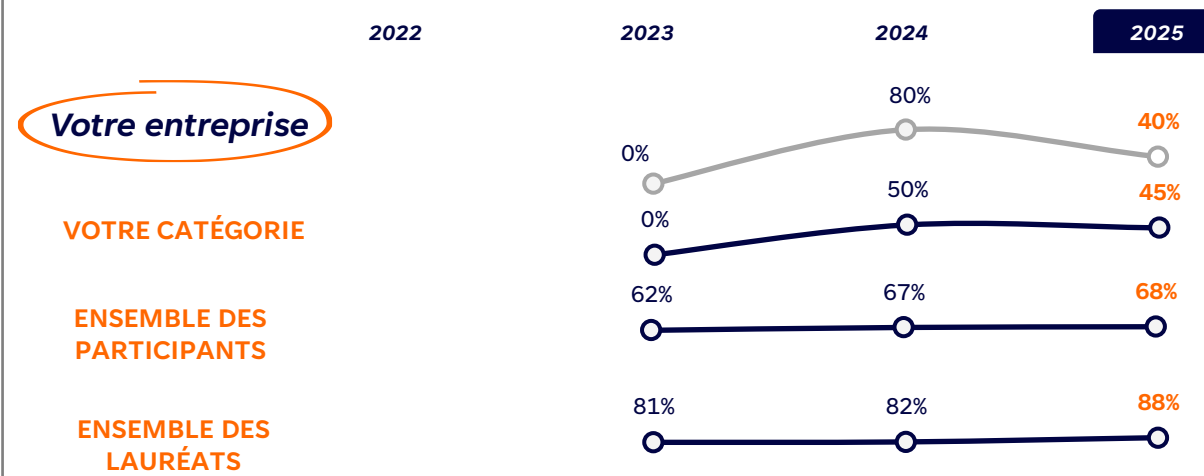


### Les cas d'inaccessibilité



Interaction(s)  
non répondue(s)

## Taux de conversations abouties en évolution



## Temps moyen

	Temps de réponse moyen aux demandes		Durée moyenne de la conversation	
	2024	2025	2024	2025
<b>Votre entreprise</b>	39sec	34sec	6min32sec	4min55sec
<b>VOTRE CATÉGORIE</b>	37sec	52sec	4min51sec	4min11sec
<b>ENSEMBLE DES PARTICIPANTS</b>	31sec	37sec	6min14sec	5min55sec
<b>ENSEMBLE DES LAURÉATS</b>	28sec	31sec	7min10sec	6min24sec





# Enseignements

Chat



La réalisation du mapping d'importance repose sur le calcul de la contribution des critères détaillés à la note globale de conformité sur 20.

Cette méthode statistique permet de hiérarchiser les critères en fonction de l'intensité de leur liaison avec la note globale de conformité.

Chaque critère est positionné selon son niveau d'importance dans la note globale (axe d'importance en ordonnée) et le taux de conformité obtenu par votre entreprise (axe de conformité en abscisse).

Les critères en haut à gauche du mapping constituent les leviers prioritaires pour augmenter la note globale de conformité.

Exemple : La qualité de la réponse est le critère le plus important dans l'explication de la note de conformité globale, et enregistre pour votre entreprise un faible score de conformité : il constitue donc un levier prioritaire pour augmenter votre note globale de conformité...

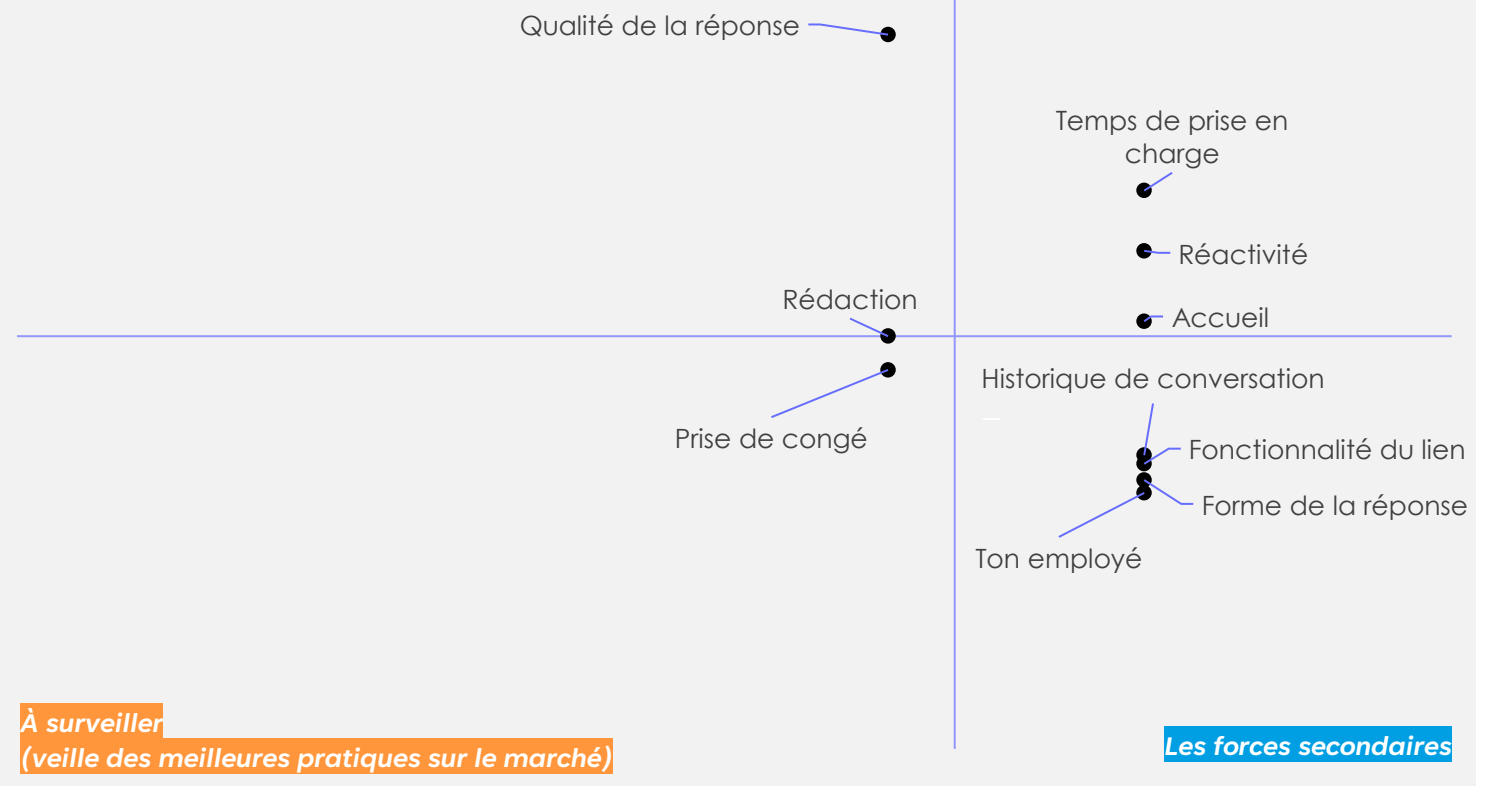
Importance



## Les leviers d'actions

Les axes d'améliorations

Les critères d'excellence



Taux de conformité



# Résultats détaillés ESCDA 2025

Chat



## Vos résultats

## VOTRE CATÉGORIE

## ENSEMBLE DES PARTICIPANTS

### Accessibilité et gestion de la disponibilité

		Nombre de tests	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C1	Nombre de clics pour accéder à la fenêtre de chat inférieur ou égal à 4.	4	2,00	100%	2,00	100%	1,92	94%
C2	Prise en charge par un conseiller via une fenêtre de chat en moins de 30 secondes.	4	2,00	100%	1,78	78%	1,68	73%
C3	Chaque question du client mystère est répondue de manière réactive en moins de 45 secondes.	4	2,00	100%	1,33	67%	1,64	73%

### Relationnel

C4	Conseiller identifié par son prénom et/ou son nom et débutant la conversation par une formule de politesse.	4	2,00	100%	2,00	100%	1,98	98%
C5	Personnalisation avec la civilité et/ou le prénom et/ou le nom du client mystère.	0	-	-	-	-	0,90	45%
C6	Conversation rédigée dans un français correct sans faute d'orthographe et/ou de grammaire.	4	1,50	75%	1,78	89%	1,27	63%
C7	Prise de congé : fiabilisation et formule de politesse.	4	1,75	75%	1,83	83%	1,65	75%

### Qualité de la réponse

C8	Réponses envoyées phrase par phrase et non par bloc.	4	2,00	100%	2,00	100%	1,96	98%
C9	Le lien hypertexte présent dans la conversation permet d'accéder à la fonctionnalité décrite.	1	2,00	100%	2,00	100%	1,91	95%
C10	Qualité de la réponse : adaptée à la demande et dépend du script utilisé.	4	3,50	75%	2,44	56%	2,41	45%

### Qualité technique

C11	Conversation lisible et sans signe d'incompatibilité.	4	2,00	100%	2,00	100%	2,00	100%
C12	Un moyen de sauvegarder la conversation est clairement visible depuis la fenêtre de chat.	4	2,00	100%	2,00	100%	1,63	82%

### Qualité humaine

C13	Impression générale : la qualité globale de la conversation est évaluée.	4	2,00	100%	1,56	56%	1,33	46%
C14	Qualité et constance du ton employé.	4	2,00	100%	2,00	100%	1,97	98%

<b>Total</b>		10	<b>7,62</b>		<b>7,81</b>		<b>11,19</b>	
<b>Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service</b>		4	<b>19,04</b>		17,36		16,39	

Vert ou rouge : signifie que le résultat est supérieur ou inférieur par rapport à l'ensemble des participants



# Évolution de vos résultats

Chat



ESCCA 2022

ESCCA 2023

ESCCA 2024

ESCCA 2025

## Accessibilité et gestion de la disponibilité

	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »	Note	% de scores « Bon »
C1	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
C2	-	-	-	-	1,75	75%	2,00	100%
C3	-	-	-	-	1,75	75%	2,00	100%

## Relationnel

C4	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
C5	-	-	-	-	2,00	100%	-	-
C6	-	-	-	-	1,50	75%	1,50	75%
C7	-	-	-	-	1,75	88%	1,75	75%

## Qualité de la réponse

C8	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
C9	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
C10	-	-	-	-	4,00	100%	3,50	75%

## Qualité technique

C11	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%
C12	-	-	-	-	2,00	100%	2,00	100%

## Qualité humaine

C13	-	-	-	-	1,25	25%	2,00	100%
C14	-	-	-	-	1,88	88%	2,00	100%

<b>Total</b>	-	-	<b>0,00</b>	-	<b>14,72</b>	-	<b>7,62</b>	-
<b>Total recalculé sans prise en compte de la qualité de service</b>	-	-	-	-	18,40	-	19,04	-



4

# Annexes



# Comment sont évalués les critères ?



Chaque test est noté, selon le canal, sur 10 à 15 critères en fonction de son traitement. Il donne lieu à l'attribution d'une note comprise sur une **échelle de 0 à 32** en fonction du nombre de critères évalués, ensuite ramenée sur une échelle de 0 à 20 (l'arrondi se faisant au centième le plus proche, 5 donnant accès au centième supérieur). Pour chaque critère, les points attribués sont :



Réponse « Complète »



Réponse « Partielle »



Réponse « Fausse »



Tous les critères ont le même coefficient, sauf le critère « **Qualité de la réponse** » pour lequel un coefficient multiplicateur de 2 est attribué (« 4 » pour une réponse « complète » et « 2 » pour une réponse « partielle »).

Chaque entreprise obtient ainsi une note moyenne par canal de communication.



# Volumétrie et règles d'accessibilité (1/2)



## 130 appels téléphoniques : jusqu'à 15 critères

Les tests aboutissant à une note générale « fausse », les signes d'inaccessibilité du service sont :



Les appels non décrochés après un temps de sonnerie supérieur à 60 secondes



Les appels avec un temps de communication supérieur ou égal à 4 minutes depuis le début de la communication sans que la demande n'ait pu être formulée



Les appels aboutissant à un message de saturation ou de dissuasion

## 40 e-mails et/ou formulaires : jusqu'à 14 critères

Les tests aboutissant à une note générale « fausse », les signes d'inaccessibilité du service sont :



Les e-mails et/ou formulaires envoyés provoquant et/ou revenant avec un message d'erreur



Les e-mails et/ou formulaires répondus dans un délai supérieur à 2 jours ouvrés



Les e-mails et/ou formulaires non répondus

## 15 navigations Internet : jusqu'à 13 critères

Les tests aboutissant à une note générale « fausse », les signes d'inaccessibilité du service sont :



Les navigations Internet non répondues par le serveur



Les navigations Internet donnant accès à un message d'erreur insurmontable par une rétroaction





## 10 contacts via réseaux sociaux : jusqu'à 15 critères

Les tests aboutissant à une note générale « fausse », les signes d'inaccessibilité du service sont :



Les sollicitations ne pouvant être envoyées en message privé



Les sollicitations envoyées en message privé qui sont répondus dans un délai supérieur à 12 heures ouvrées



Les sollicitations envoyées en message privé non répondues



## 10 conversations via chat : jusqu'à 14 critères

Les tests aboutissant à une note générale « fausse », les signes d'inaccessibilité du service sont :



Les conversations déclenchées par la validation d'un formulaire dont la prise en charge est supérieure ou égale à 3 minutes



Les conversations déclenchées par une première interaction depuis une fenêtre de chat déjà ouverte dont le temps de réponse est supérieur ou égal à 3 minutes



Les fenêtres de chat indisponibles ou non proposées après un temps de navigation supérieur à 7 clics ou à 90 secondes depuis la page d'accueil du site Internet

# Comment est calculée la note finale ? (1/3)



Dans le cas où seulement deux ou trois des quatre canaux de communication sont utilisés, dont le canal téléphone, seuls les canaux de communication gérés feront l'objet d'une évaluation.

Les tests porteront dans ce cas sur les deux ou trois canaux de communication utilisés et le nombre de tests par canal restera identique.

○ **Si tous les canaux de communication sont évalués, la note finale consolidée est :**

	Note des Tests par appel téléphonique	x	Coefficient de pondération	(0,50)
	+ Note des Tests par e-mail et/ou formulaire	x	Coefficient de pondération	(0,30)
	+ Note des Tests par navigation Internet	x	Coefficient de pondération	(0,10)
	+ Note des Tests par publication sur les réseaux sociaux	x	Coefficient de pondération	(0,05)
	+ Note des Tests par chat	x	Coefficient de pondération	(0,05)

○ **Si le téléphone, l'e-mail et/ou le formulaire, la navigation Internet et les réseaux sociaux sont évalués, la note finale consolidée est :**

	Note des Tests par appel téléphonique	x	Coefficient de pondération	(0,52)
	+ Note des Tests par e-mail et/ou formulaire	x	Coefficient de pondération	(0,31)
	+ Note des Tests par navigation Internet	x	Coefficient de pondération	(0,11)
	+ Note des Tests par publication sur les réseaux sociaux	x	Coefficient de pondération	(0,06)
	x Coefficient de rééquilibrage (0,98)			

○ **Si le téléphone, l'e-mail et/ou le formulaire, la navigation Internet et le chat sont évalués, la note finale consolidée est :**

	Note des Tests par appel téléphonique	x	Coefficient de pondération	(0,52)
	+ Note des Tests par e-mail et/ou formulaire	x	Coefficient de pondération	(0,31)
	+ Note des Tests par navigation Internet	x	Coefficient de pondération	(0,11)
	+ Note des Tests par chat	x	Coefficient de pondération	(0,06)
	x Coefficient de rééquilibrage (0,98)			



# Comment est calculée la note finale ? (2/3)



## ○ Si le téléphone, l'e-mail et/ou le formulaire et la navigation Internet sont évalués, la note finale consolidée est :



Note des Tests par appel téléphonique x Coefficient de pondération (0,55)



+ Note des Tests par e-mail et/ou formulaire x Coefficient de pondération (0,33)



+ Note des Tests par navigation Internet x Coefficient de pondération (0,12)

x Coefficient de rééquilibrage (0,95)



## ○ Si le téléphone, la navigation Internet, les réseaux sociaux et le chat sont évalués, la note finale consolidée est :



Note des Tests par appel téléphonique x Coefficient de pondération (0,70)



+ Note des Tests par navigation Internet x Coefficient de pondération (0,16)



+ Note des Tests par publication sur les réseaux sociaux x Coefficient de pondération (0,07)



+ Note des Tests par chat x Coefficient de pondération (0,07)

x Coefficient de rééquilibrage (0,90)

## ○ Si le téléphone, la navigation Internet et les réseaux sociaux sont évalués, la note finale consolidée est :



Note des Tests par appel téléphonique x Coefficient de pondération (0,714)



+ Note des Tests par navigation Internet x Coefficient de pondération (0,172)



+ Note des Tests par publication sur les réseaux sociaux x Coefficient de pondération (0,114)

x Coefficient de rééquilibrage (0,85)

# Comment est calculée la note finale ? (3/3)



○ **Si le téléphone, la navigation Internet et le chat sont évalués, la note finale consolidée est :**



Note des Tests par appel téléphonique

x Coefficient de pondération (0,714)



+ Note des Tests par navigation Internet

x Coefficient de pondération (0,172)



+ Note des Tests par chat

x Coefficient de pondération (0,114)

x Coefficient de rééquilibrage (0,85)



○ **Si le téléphone et la navigation Internet sont évalués, la note finale consolidée est :**



Note des Tests par appel téléphonique

x Coefficient de pondération (0,79)



+ Note des Tests par navigation Internet

x Coefficient de pondération (0,21)

x Coefficient de rééquilibrage (0,80)



# Récapitulatif des critères : Téléphone



## Gestion de la disponibilité

C8	Temps de décroché	L'appel est décroché en moins de 5 sonneries ou 20 secondes.
C10	Accès au service désiré	Accès au service désiré par le biais d'un Standard Vocal Interactif ou d'un opérateur en moins d'1 minute (critère non applicable si la société ne dispose pas de SVI).
C9	Prise en charge du contact	Le client mystère est pris en charge en moins d'1 minute après avoir choisi de parler à un conseiller.
C12	Mise en attente	Le conseiller prévient le client mystère d'une mise en attente, l'oriente vers une musique ou un message vocal d'une durée maximum d'1 minute et reprend l'appel par une formule de politesse (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate).
C11	Réponse différée	Proposition et engagement de rappel en moins de 12 heures ouvrées (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate).

## Relationnel

C2	Identification	La raison sociale ou le nom commercial du participant est énoncé lors de l'accueil par un Standard Vocal Interactif (SVI) ou un pré-décroché (critère non applicable si le client mystère est accueilli directement par un conseiller).
C1	Accueil du contact	Accueil de l'appel par l'identification du nom du participant (si celui-ci n'est pas cité par le Standard Vocal Interactif) et du conseiller du participant avec une formule de politesse, une élocution correcte et un débit adapté.
C3	Savoir dire	Le conseiller utilise des mots adaptés au service demandé (vocabulaire aisément compréhensible, absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).
C4	Reformulation	Le conseiller reformule la demande du client mystère pour s'assurer de sa compréhension de la problématique et/ou utilise les informations transmises par le client mystère.
C5	Transfert	Lors d'un transfert vers un nouvel interlocuteur, le client mystère est mis en relation avec le bon interlocuteur et la problématique comme les informations du client mystère ont été préalablement transmises par le conseiller (critère non applicable si l'appel est géré dans son intégralité par un seul conseiller).
C6	Savoir écouter	Le conseiller ne coupe pas la parole au client mystère, toutefois, il peut recentrer le discours sur l'objet précis de la problématique de façon professionnelle et positive.
C7	Prise de congé	Le conseiller prend congé en utilisant le nom et/ou la civilité du client mystère. Il s'assure qu'il a bien répondu à sa demande et lui laisse l'initiative de mettre fin à l'appel.

## Qualité de la réponse et qualité humaine

C13	Qualité de la réponse	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.
C14	Impression générale	La qualité globale de l'entretien est jugée dans l'absolu. Le client mystère analyse l'empathie comme le naturel de l'entretien (il se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).
C15	Qualité du ton	Le client mystère mesure la qualité et constance du ton employé par le conseiller tout au long de l'entretien.



# Récapitulatif des critères : E-mails et/ou formulaires



## Gestion de la disponibilité

C9	Temps de réponse	L'e-mail est répondu sous 1 jour ouvré.
C10	E-mail relais	L'e-mail d'accusé de réception doit comprendre une date identifiée et respectée de réponse effective qui ne doit pas être supérieure à 1 jour ouvré (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate ou sans réponse intermédiaire).

## Relationnel

C1	Expéditeur	L'adresse e-mail ou le nom de l'expéditeur est compréhensible et permet d'identifier le participant.
C2	Objet	L'objet de l'e-mail de réponse est en adéquation avec la demande et indique clairement qu'il s'agit d'une réponse suite à une demande formulée par le client mystère.
C3	Personnalisation	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.
C5	Contexte	La situation de la demande initiale est résumée (rappel du contexte).
C4	Rédaction	L'e-mail est rédigé dans un français correct et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).
C7	Identification	L'interlocuteur répondant à l'e-mail est identifié par sa civilité et/ou son prénom et/ou son nom.
C8	Poursuite de la relation	L'e-mail comprend des coordonnées permettant de poursuivre la relation par un autre canal (numéros de téléphone ou adresses e-mail ou lien vers un formulaire de contact ou une session de chat...).
C6	Prise de congé	L'e-mail comprend une prise de congé avec une formule de politesse.

## Qualité de la réponse et qualité humaine

C11	Qualité de la réponse	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.
C12	Impression générale	La qualité globale de l'accusé de réception et de l'e-mail de réponse est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).
C13	Ton employé	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.
C14	Lisibilité	L'e-mail est lisible et ne comporte pas de signe d'incompatibilité avec le navigateur Internet, le logiciel ou le fournisseur utilisé.





# Récapitulatif des critères : Navigations Internet



## Ergonomie et accessibilité

<b>C1</b>	Visibilité	Le libre-service ou le moteur de recherche ou l'agent virtuel ou le chatbot est visible et accessible à partir de la page d'accueil.
<b>C2</b>	Fonctionnalité	Le lien hypertexte présent sur la page de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite (critère non applicable en cas d'absence de lien hypertexte).
<b>C3</b>	Efficacité	Les pages visitées sont toutes utiles (absence de page tunnel, page sponsorisée, pop-in ou pop-up publicitaire ou d'enquête de satisfaction).
<b>C4</b>	Rétroactivité	Le client mystère, en cours de navigation, peut revenir sur la page précédente sans l'affichage d'un message d'erreur.
<b>C5</b>	Attractivité	Le nombre de clics pour accéder à une information est inférieur ou égal à 4.
<b>C6</b>	Identification	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice.
<b>C7</b>	Forme de la réponse	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page (écran d'ordinateur d'une résolution de 1 366 x 768 pixels) ou est visible en 2 scroll pour une consultation sur un smartphone.
<b>C8</b>	Savoir faire	Le moteur de recherche ou l'agent virtuel ou le chatbot comprend des mots simples (absence de mot technique) (critère non applicable en cas d'absence de moteur de recherche ou d'agent virtuel ou de chatbot).

## Qualité de la réponse

<b>C9</b>	Rédaction	La réponse est rédigée dans un français correct et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).
<b>C10</b>	Poursuite de la relation	En cas d'indisponibilité de la réponse, un autre canal de contact est clairement proposé pour obtenir la réponse souhaitée (critère non applicable en cas de réponse effective).
<b>C11</b>	Qualité de la réponse	Le client mystère consulte une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.

## Impression générale sur le service

<b>C12</b>	Impression générale	La qualité globale du site Internet est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).
------------	---------------------	---

## Qualité technique

<b>C13</b>	Lisibilité	La navigation se déroule sans signe d'incompatibilité avec le navigateur, le fournisseur ou le modèle de smartphone.
------------	------------	--



# Récapitulatif des critères : Réseaux sociaux



## Ergonomie et accessibilité

C1	Identification du Participant	Quelle que soit la page, une information permet d'identifier l'entreprise éditrice (un logo, une photo...).
C2	Coordonnées du Participant	L'espace dédié du participant sur le réseau social propose clairement d'autres canaux de contact (numéros de téléphone ou adresses e-mail ou lien vers un formulaire de contact ou une session de chat...).

## Relationnel

C3	Personnalisation	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom ou le pseudo du client mystère.
C4	Rédaction	Le message est rédigé dans un français adapté au canal et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (absence d'abréviation interne et de terme technique non compréhensibles).
C5	Forme de la réponse	La réponse est concise et apparaît sur maximum 1 page (pour un écran d'ordinateur d'une résolution de 1 366 x 768 pixels) ou est visible en 2 scroll pour une consultation sur une fenêtre de conversation.
C6	Prise de congé	La réponse comprend une prise de congé avec une formule de politesse.
C7	Identification de l'interlocuteur	L'interlocuteur est identifié par son prénom et/ou son nom.
C8	Poursuite de la relation	Le répondant laisse ses coordonnées dans le message de réponse (numéros de téléphone ou adresses e-mail ou lien vers un formulaire de contact ou une session de chat...) (critère non applicable si d'autres canaux de contact sont clairement proposés et visibles sur l'espace dédié du participant).

## Gestion de la disponibilité

C9	Temps de réponse	Le message est répondu sous 2 heures ouvrées.
C10	Message relais	Le participant peut adresser un message d'attente qui doit comprendre une date identifiée et respectée de réponse effective qui ne doit pas être supérieure à 6 heures ouvrées (critère non applicable dans le cadre d'une réponse immédiate ou sans réponse intermédiaire).

## Qualité de la réponse

C11	Qualité de la réponse	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.
C12	Fonctionnalité du lien	Le lien hypertexte présent dans le message de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite (critère non applicable en cas d'absence de lien hypertexte).

## Qualité humaine

C13	Impression générale	La qualité globale de l'échange est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).
C14	Ton employé	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.

## Qualité technique

C15	Savoir faire	Le chatbot du réseau social comprend des mots simples (critère non applicable en cas d'absence de chatbot).
-----	--------------	---



# Récapitulatif des critères : Chat



## Accessibilité et gestion de la disponibilité

C1	Visibilité	Le nombre de clics pour accéder à la fenêtre de chat est inférieur ou égal à 4.
C2	Temps de prise en charge	Le client mystère est pris en charge par un conseiller via une fenêtre de chat en moins de 30 secondes.
C3	Réactivité	Le conseiller répond à chaque question du client mystère de manière réactive en moins de 45 secondes.

## Relationnel

C4	Accueil	Le conseiller est identifié par son prénom et/ou son nom et débute la conversation par une formule de politesse.
C5	Personnalisation	La réponse est personnalisée avec au moins la civilité et/ou le prénom et/ou le nom du client mystère (critère non applicable dans le cadre d'une fenêtre disponible immédiatement ou lorsque aucune information personnelle n'est demandée).
C6	Rédaction	L'ensemble de la conversation est rédigé dans un français correct et ne comporte pas de faute d'orthographe et/ou de grammaire (certaines abréviations ou certains termes techniques pourront être considérés comme du vocabulaire ou des mots adaptés si le contexte et le secteur d'activité de l'entreprise s'y prêtent).
C7	Prise de congé	Le conseiller s'assure d'avoir répondu à toutes les questions du client mystère et prend congé au moyen d'une formule de politesse.

## Qualité de la réponse

C8	Forme de la réponse	Le conseiller envoie ses réponses phrase par phrase et non par bloc afin de faciliter l'expérience du client mystère.
C9	Fonctionnalité du lien	Le lien hypertexte présent dans le message de réponse permet d'accéder à la fonctionnalité décrite (critère non applicable en cas d'absence de lien hypertexte).
C10	Qualité de la réponse	Le client mystère reçoit une réponse adaptée à sa demande. La réponse dépend du script de la demande utilisée.

## Qualité technique

C11	Lisibilité	La conversation se déroule sans signe d'incompatibilité avec le navigateur ou le fournisseur.
C12	Historique de conversation	Un moyen de sauvegarder la conversation est clairement visible depuis la fenêtre de chat ou est proposé par le conseiller ou est envoyé par e-mail lorsque l'adresse a été communiquée.

## Qualité humaine

C13	Impression générale	La qualité globale de l'échange est jugée dans l'absolu (le client mystère se réfère aux services qu'il a mémorisés au cours de ses différentes expériences).
C14	Ton employé	Le client mystère mesure la qualité et la constance du ton employé.



Un grand merci pour votre participation à  
l'Élection du Service Client de l'Année 2025.

Contactez-nous au +33 (0)1 71 19 46 30 ou à [info@escda.fr](mailto:info@escda.fr)  
et organisons ensemble la **réunion de restitution**  
**personnalisée** de vos résultats.

ÉLU  
SERVICE  
CLIENT  
DE L'ANNÉE  
2025