



RADIOGRAPHIE SECTORIELLE

Service Public



État des lieux – Secteur Service Public

- Nouveau Secteur étudié en 2015, on observe que les acteurs du Service Public privilégient les **canaux de contact traditionnels comme les emails** (taux d'équipement: 80%) **ou le téléphone** (taux d'équipement: 90%) pour communiquer avec leurs clients et prospects.
- Les sites du Service Public ont **particulièrement investi dans le dispositif FAQ** : presque tous disposent au minimum d'une FAQ statique et la moitié d'entre eux, d'une FAQ dynamique (Web Self-service). Les **réponses ne sont trouvées que dans la moitié des cas**. En revanche, quand l'internaute trouve les réponses, elles sont **pertinentes dans 94% des cas**.
- Pour **le canal email, encore 50% des questions posées restent sans réponses**. Cependant, quand il y a eu une réponse, elle était pertinente et assez rapide (moins de 24h).
- Sur les **réseaux sociaux, les réponses sont toutes pertinentes dans le Secteur Service Public (Moyenne de l'ensemble des secteurs : 60% de réponses pertinentes)**, cependant le taux de réponse est à améliorer, **en particulier sur Twitter** (taux de réponse: 50%)
- Enfin, **l'homogénéité sur l'ensemble des canaux est à améliorer** car **aucune réponse n'est totalement cohérente sur tous les canaux testés** et seule la moitié proposent des réponses homogènes sur 2 canaux testés.



Outils déployés sur les sites web

	Taux d'équipement 2015	Moyenne ensemble des secteurs étudiés 2015
 N° de téléphone du Service Client	90%	84%
 Email /Formulaire	80%	75%
 Chat	10%	18%
 FAQ dynamique	50%	34%
 FAQ statique	90%	73%
 Lien Facebook	60%	76%
 Lien Twitter	80%	81%
 Agent Virtuel	-	8%
 Service de Call Back	-	12%
 Forum	-	10%
 Adresse postale	20%	35%
 Fax	-	2%

Nombre moyen d'outils par site web

Service Public	Ensemble des secteurs étudiés
4,8	5,07



Taux de réponse et pertinence du Service Public

Même si le taux de réponse reste à améliorer sur des canaux comme le Chat ou Facebook, dans l'ensemble, les réponses **sont pertinentes par rapport à l'ensemble des canaux**, en particulier sur les réseaux sociaux, l'email et le site web.

	% de réponses		% de réponses pertinentes	
	Secteur Service Public	Ensemble des secteurs	Secteur Service Public	Ensemble des secteurs
 Chat	10%	85%	0%	53%
 Facebook	60%	80%	100%	63%
 Email	80%	72%	100%	52%
 Twitter	80%	59%	100%	58%
 Self-Care	52%	45%	94%	80%



Des réponses pertinentes disponibles sur les sites

Méthodologie :

Pour 10 questions basiques, nombre de réponses trouvées en moins de 2 minutes sur les sites web du Service Public, à l'aide des outils de Self-care mis à disposition.

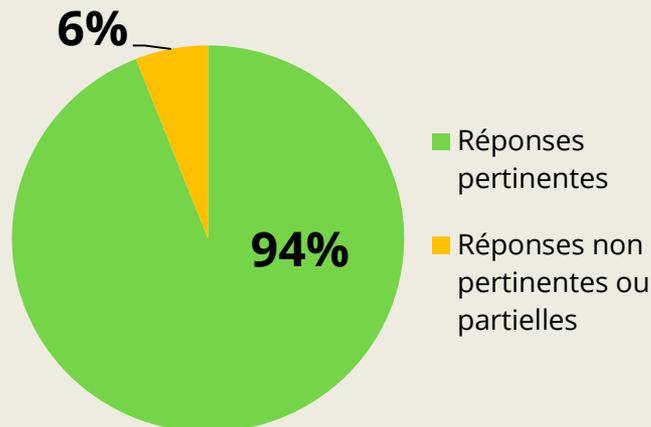


Meilleure performance
10 réponses sur 10
trouvées sur le site



Moins bonne performance
1 réponse sur 10
trouvée sur le site

Qualité et efficacité des réponses :

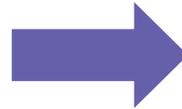


94 %
de réponses
pertinentes trouvées

Moyenne tous secteurs : 80%



Un taux de réponse par email à améliorer



Taux de réponse :
50% de réponses reçues



Meilleure performance
1 heure



Moins bonne performance
24 heures

Méthodologie :

Envoi d'un email mystère à l'ensemble des sites étudiés

Qualité et efficacité des réponses :



100%

de réponses pertinentes reçues

Moyenne tous secteurs : 52%



Des réponses complètes sur les Médias Sociaux

Méthodologie :

Envoi d'un message mystère sur le mur Facebook, le fil Twitter ou en message privé

FACEBOOK



60% des sites
affichent un lien Facebook



Taux de réponse
80%



Meilleure performance
1 heure



Moins bonne performance
24 heures

Qualité et efficacité des réponses :

100% de réponses pertinentes reçues

Moyenne tous secteurs : 63%

TWITTER



80% des sites
affichent un lien Twitter



Taux de réponse
50%



Meilleure performance
37 minutes



Moins bonne performance
8 h 22 min

Qualité et efficacité des réponses :

100% de réponses pertinentes reçues

Moyenne tous secteurs : 58%



Le Chat, un canal peu utilisé



10%

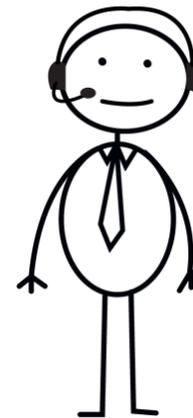
des sites proposent
le Chat

Méthodologie :

Envoi d'une question par Chat,
lorsque l'outil était disponible



Temps de la conversation:
11 minutes



1

**conversation
démarrée**

Qualité et efficacité des réponses :

0%

de réponses pertinentes reçues

Moyenne tous secteurs : 53%

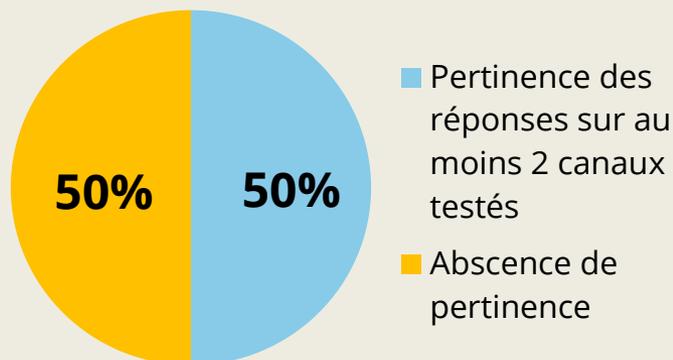


Cohérence multicanal des réponses

La même question ayant été posée aux marques via email, Chat, Facebook et Twitter, la cohérence des réponses a pu être testée :

- **Aucunes** entreprises du Service Public ne proposent des réponses homogènes sur l'ensemble des canaux.
- Cependant, on note que 50% des sites étudiés proposent des réponses pertinentes sur au moins 2 canaux.

Qualité des réponses de l'ensemble des site testés :



0%
des sites proposent des réponses pertinentes sur tous les canaux



Questions posées

• Exemple de questions posées sur le site web



1. Quels sont vos différentes offres sur le gaz naturel ?
2. Quels sont les horaires d'ouverture de votre centre ou les horaires de contact de ma région ou de mon secteur ?
3. Comment puis-je suivre la progression de mes différentes démarches/demandes en ligne ?
4. Comment avoir une vision globale sur tous les services que vous proposez ?
5. Où puis-je télécharger votre application mobile ?
6. Est-ce possible de connaître en temps réel l'état du trafic ?
7. Comment changer ou obtenir mes identifiants personnels ?
8. N'ayant pas accès à mon ordinateur, je souhaiterais recevoir mes offres sur mon mobile sous forme de SMS, est-ce possible ?
9. Je suis chef de mon entreprise. Comment puis-je demander un remboursement de TVA dans l'Union Européenne ?
10. Comment peut-on être membre du service volontaire citoyen ?

• Question posée sur tous les canaux (Email, Chat, Facebook, Twitter)



« Comment s'inscrire à votre newsletter pour recevoir vos actualités ? »

Sites étudiés



The image shows a stylized web browser window with a dark blue header and a light blue main area. The address bar contains the text "http://www." and a magnifying glass icon. A mouse cursor is positioned over the address bar. On the right side of the main area, there is a large, dark blue icon of a classical building with three columns and a triangular pediment. On the left side, there is a list of studied sites.

- Police Nationale intérieur
- La Poste
- Impot.gouv
- Pole Emploi
- Service Public
- Education.gouv
- RSI
- Ameli
- RATP
- GDF Suez Dolcevit

À propos d'Eptica

Eptica est le leader européen des solutions multicanal et multilingues de Gestion des Interactions Clients : Email, Web, Médias Sociaux, Chat et Gestion de la base de connaissance notamment. Ses solutions disponibles en mode licence ou SaaS, permettent de créer des synergies entre le web et le Service Client d'une entreprise dans le but d'améliorer son engagement vis-à-vis de ses clients, de leur fournir des informations pertinentes, de répondre rapidement et de manière personnalisée à leurs questions et de favoriser chaque opportunité de vente pour un Service Client d'excellence. Sa plateforme d'engagement client a été conçue autour d'une base de connaissances centrale et d'Eptica Linguistic Services™, la connaissance linguistique avancée, pour offrir une qualité de service rapide, unifiée sur les différents canaux de la relation client. Eptica est le seul éditeur européen à être reconnu dans le Magic Quadrant CRM Customer Engagement Center de Gartner. Aujourd'hui, 410 entreprises dans 15 pays et dans tous les secteurs d'activité utilisent quotidiennement les solutions Eptica. Parmi les clients : Fnac, 3 Suisses, Carrefour, Nespresso, l'Occitane, SNCF, Nouvelles Frontières, Société Générale, Crédit Agricole, MMA, Axa, CPAM (Caisse Primaire d'Assurance Maladie), GroupeLa Poste.

Pour en savoir plus : www.eptica.fr

Eptica Singapore
1 Fullerton Road
#02-01
One Fullerton
Singapore 049213

Eptica UK
200 Brook Drive
Green Park
Reading, Berkshire
RG2 6UB
United Kingdom

Eptica France
95 bis rue de Bellevue
92100 Boulogne-
Billancourt
France

Eptica US
470 Atlantic Avenue
4th floor
Boston
MA 02210
USA