



RADIOGRAPHIE SECTORIELLE

Téléphonie



Avant propos

Service client online : Quelle expérience client omnicanal en France en 2015 ?

Depuis quelques années, l'essor de l'internet mobile entraîne un **véritable changement de paradigme** pour la relation client. Le consommateur semble **avoir pris le pouvoir**, son smartphone à la main.

De fait, les attentes des clients évoluent vers plus d'instantanéité. Pour contacter la marque, ils sont de plus en plus nombreux à recourir à des canaux comme Twitter, Facebook ou le Chat, avec des exigences élevées en terme de **qualité et de délai de réponse**. Cela nécessite de repenser la relation client en profondeur. Si le téléphone et l'email gardent la part belle, les autres canaux digitaux se multiplient et les marques doivent les intégrer à leur stratégie et se mettre en ordre de bataille pour être en mesure de proposer **une expérience client unifiée et personnalisée**.

Mais quel est réellement le niveau de maturité du service en ligne offert au consommateur ? Les entreprises apportent-elles des réponses sur tous les canaux proposés ? Les réponses reçues sont-elles pertinentes ? Sont-elles cohérentes entre les différents canaux?





Avant propos

Quelle expérience client est proposée par les Opérateurs de Téléphonie ?

Du fait de l'entrée sur le marché Français de nouveaux Opérateurs, le secteur de la Téléphonie connaît quelques changements. L'apparition de cette nouvelle concurrence contraint les acteurs de ce marché à adapter leurs offres commerciales. Ces changements ont alors un impact sur les consommateurs qui cherchent davantage d'informations, de conseils, de comparaisons, etc...

Quelle expérience client en ligne les entreprises de Téléphonie mettent-elles en œuvre pour les consommateurs ? Les Opérateurs de Téléphonie proposent-ils des réponses rapides et cohérentes à leurs utilisateurs ?

Afin de répondre à ces questions, Eptica a testé le Service Client de 10 Opérateurs de téléphonie fixe/mobile et internet sur les canaux web, email, chat et médias sociaux.

Cette radiographie sectorielle permet de connaître les taux de réponse et de pertinence mis en œuvre par les Services Client des Opérateurs de Téléphonie à travers les différents canaux de contact (email, chat, médias sociaux, self-care).

















États des lieux

- **Peu d'acteurs de la Téléphonie (10%) offrent la possibilité aux prospects de contacter leur service Relation Client par email.** Les marques sont davantage disponibles par téléphone et proposent **des FAQ statiques et dynamiques** rapides d'accès (2 à 3 de clics maximum). Malgré des réponses qualitatives (97%), le taux de réponses aux sollicitations des clients est à améliorer (56% de réponses trouvées).
- Les opérateurs de Téléphonie utilisent aussi les nouveaux moyens de communication avec la présence de liens vers les médias sociaux. **Mais la prise en charge est inégale selon le canal utilisé :**
 - **Twitter est mis en avant** avec 90% des sites proposant un lien avec des réponses, à la fois, rapides (44% réponses dans l'heure) et pertinentes (63%).
 - Tandis que **Facebook est décevant** avec un faible taux de réponse (28%) et une absence de réponses pertinentes.
- On notera qu'il s'agit du **secteur qui développe le plus les canaux collaboratifs** avec 50% des sites proposant un forum d'entraide.
- Enfin, la pertinence des réponses entre les canaux est à améliorer, **une absence totale d'homogénéité pour 67% des sites d'Opérateurs de Téléphonie.**



Outils déployés sur les sites web

	Taux d'équipement 2014	Taux d'équipement 2015	Moyenne ensemble des secteurs étudiés 2015
 N° de téléphone du Service Client	90%	90%	84%
 Email /Formulaire	10%	10%	75%
 Chat	10%	20%	18%
 FAQ dynamique	100%	60%	34%
 FAQ statique	60%	80%	73%
 Lien Facebook	50%	70%	76%
 Lien Twitter	50%	90%	81%
 Agent Virtuel	40%	10%	8%
 Service de Call Back	-	20%	12%
 Forum	60%	50%	10%
 Adresse postale	-	40%	35%
 Fax	-	10%	2%






Nombre moyen d'outils par site web

Téléphonie	Ensemble des secteurs étudiés
5,5	5,07



Taux de réponse et pertinence du secteur

Les taux de réponses trouvés sur les canaux Twitter (89%), Email (100%) et sur le site internet (56%) **sont supérieurs à l'ensemble des secteurs**, cependant, en terme de qualité de réponse, les canaux comme Facebook et l'Email ne proposent **pas de réponses pertinentes**.

	% de réponses		% de réponses pertinentes	
	Secteur Téléphonie	Ensemble des secteurs	Secteur Téléphonie	Ensemble des secteurs
 Chat	50%	85%	100%	53%
 Facebook	29%	80%	0%	63%
 Twitter	89%	59%	63%	58%
 Email	100%	72%	0%	52%
 Self-Care	56%	45%	79%	80%



Des réponses souvent pertinentes sur les sites

Méthodologie :

Pour 10 questions basiques, nombre de réponses trouvées en moins de 2 minutes sur les sites web des Opérateurs de téléphonie fixe/mobile et internet, à l'aide des outils de Self-care mis à disposition.



Meilleure performance

8 réponses sur 10

trouvées sur le site

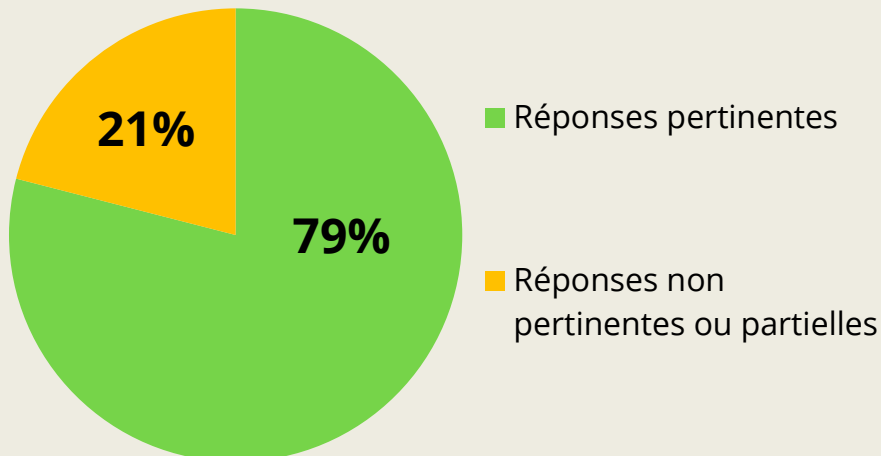


Moins bonne performance

3 réponses sur 10

trouvées sur le site

Qualité et efficacité des réponses :

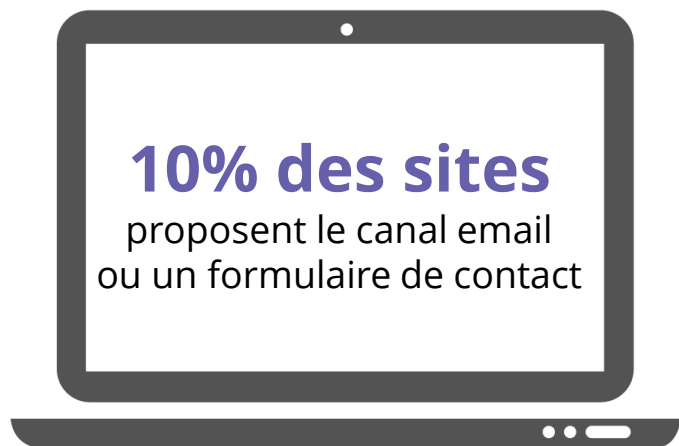


79 %
de réponses pertinentes trouvées

Moyenne tous secteurs : 80%



Email, un canal peu présent sur les sites



Taux de réponse :
100% de réponses reçues



Temps de réponse
24 heures

Méthodologie :

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

Qualité et efficacité des réponses :



0%

de réponses pertinentes reçues

Moyenne tous secteurs : 52%



Médias sociaux, des réponses pertinentes inégales

Méthodologie :

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

FACEBOOK



70% des sites
affichent un lien Facebook



Taux de réponse
29%



Meilleure performance
4 à 8 heures



Moins bonne performance
24 heures

Qualité et efficacité des réponses :
0% de réponses pertinentes reçues

Moyenne tous secteurs : 63%

TWITTER



90% des sites
affichent un lien Twitter



Taux de réponse
89%



Meilleure performance
9 minutes



Moins bonne performance
2 h 50 min

Qualité et efficacité des réponses :
63% de réponses pertinentes reçues

Moyenne tous secteurs : 58%



Chat, un canal peu présent mais pertinent



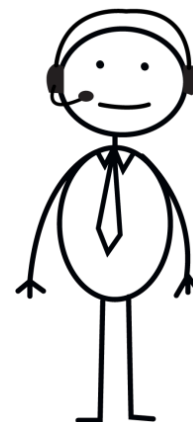
20%
des sites proposent
le Chat

Méthodologie :

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



Temps de la conversation
18 minutes



1
conversation
démarrée

Qualité et efficacité des réponses :

100%

de réponses pertinentes reçues

Moyenne tous secteurs : 53%

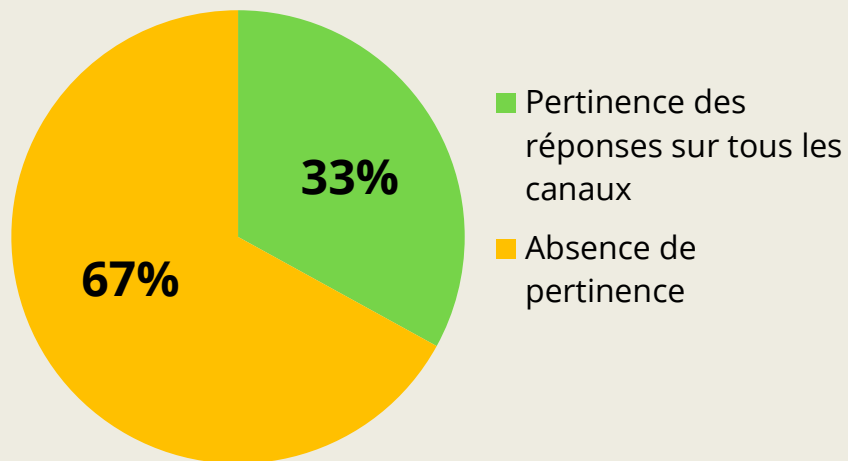


Cohérence multicanal des réponses

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

- **33% des Opérateurs de téléphonie** fixe/mobile et internet proposent des réponses cohérentes sur 4 canaux, un taux supérieur à la moyenne des secteurs étudiés (17%)
- **67% d'entre eux ne proposent de réponses pertinentes que sur 1 seul canal.**

Qualité des réponses de l'ensemble des sites testés :



33%
**des sites proposent des
réponses pertinentes
sur tous les canaux**

Moyenne tous secteurs : 17%



Questions posées

- **10 questions basiques : exemple de réponses recherchées sur le site web, à l'aide des outils de Self-care**



1. Combien de temps vous faut-il pour installer une nouvelle ligne ?
2. Comment consulter ma facture en ligne ?
3. Quel est le coût par minute d'appel vers le pays X ?
4. J'ai bloqué mon portable, que dois-je faire ?
5. Comment savoir si je suis toujours sous engagement ?
6. Proposez-vous des offres étudiantes ?
7. Je n'ai plus aucune tonalité, que dois-je faire ?
8. Que faire en cas de déménagement ?
9. Je vais à l'étranger X mois, que dois-je faire ?
10. Comment résilier mon abonnement ?

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



« Comment suspendre mon abonnement lors d'un déplacement à l'étranger ? »

Sites étudiés



The image shows a stylized representation of a web browser window. The address bar at the top contains the text "http://www.". Below the address bar, on the left side, is a bulleted list of ten mobile service providers. On the right side of the main content area is a large, dark blue silhouette of a rotary telephone. The browser window has a dark blue header bar with three white squares in the top right corner, and a dark grey search bar with a magnifying glass icon on the right.

- Orange
- SFR
- Virgin Mobile
- Bouygues Telecom
- Darty Box
- NRJ Mobile
- M6 Mobile
- Offres Numéricable
- FREE Mobile
- Coriolis

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 plate-forme 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, l'Occitane, SNCF, Nouvelles Frontières, Crédit Agricole, MMA, Axa, CPAM (Caisse Primaire d'Assurance Maladie), Groupe La Poste.

Pour en savoir plus : www.eptica.fr

Eptica France

95 bis rue de Bellevue
92100 Boulogne-
Billancourt
France

Eptica UK

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

Eptica US

470 Atlantic Avenue
4th floor
Boston
MA 02210
USA

Eptica Singapore

1 Fullerton Road
#02-01
One Fullerton
Singapore 049213