

BearingPoint et TNS Sofres dévoilent les résultats de la 12^{ème} édition du Podium de la Relation Client®

Le Podium de la Relation Client®, véritable référence en la matière depuis sa création par BearingPoint et TNS Sofres en 2003, a récompensé ce soir, mardi 9 février 2016, les lauréats de sa 12^e édition lors d'une cérémonie au Cercle National des Armées.

Après avoir partagé les éléments d'analyse autour du thème « **le choc de simplification** », BearingPoint et TNS Sofres ont décerné les prix sur la base des résultats d'une enquête menée auprès de plus de 4000 clients et usagers de grandes entreprises et administrations, dans 9 secteurs d'activités de référence : Assurance / Automobile / Banque / Distribution Spécialisée / Entreprises de Service / Grande Distribution / Service Public / Tourisme / Transport. Ils ont ensuite remis les prix du Classement Général qui récompense les 3 grands lauréats tous secteurs confondus.

Le palmarès du Podium de la Relation Client® 2016

Premier prix par secteur :

- Secteur Assurance : **MAIF** – Prix remis à M. Dominique MAHE, Président de la MAIF et M. Pascal DEMURGER, Directeur Général de la MAIF.
- Secteur Automobile : **Mercedes Benz** – Prix remis à M. Marc LANGENBRINCK, Président Directeur Général Mercedes-Benz France.
- Secteur Banque : **Crédit Mutuel** – Prix remis à M. Alain FRADIN, Directeur Général de la Confédération Nationale du Crédit Mutuel.
- Secteur Distribution Spécialisée : **Nespresso** – Prix remis à M. Arnaud DESCHAMPS, Président de Nespresso.
- Secteur Entreprises de Service : **EDF** – Prix remis à Mme Sylvie JEHANNO, Directrice Clients Particuliers EDF.
- Secteur Grande Distribution : **Leclerc** – Prix remis à M. Michel Edouard LECLERC, Président Directeur Général E. Leclerc.
- Secteur Service Public : **Gendarmerie Nationale** – Prix remis au Général Denis FAVIER, Directeur Général de la Gendarmerie Nationale (DGGN).
- Secteur Tourisme : **Club Med** – Prix remis à M. Sylvain RABUEL, Directeur Général France, BeNeLux Suisse & Nouveaux Marchés Europe-Afrique Club Med.
- Secteur Transport : **Air France / KLM** – Prix remis à M. Alexandre DE JUNIAC, Président Directeur Général Air France KLM.

Classement général

- **1er prix : Mercedes Benz** – Prix remis à M. Marc LANGENBRINCK, Président Directeur Général Mercedes-Benz France
- **2e prix : BMW** – Prix remis à M. Serge NAUDIN, Président du Directoire BMW France
- **3e prix : Nespresso** – Prix remis à M. Arnaud DESCHAMPS, Président Nespresso

Une édition 2016 sur le thème du « choc de simplification »

Face à la démultiplication des offres et des canaux de contacts, aux possibilités accrues pour personnaliser leurs parcours clients, au croisement d'une multitude de conversations et de messages émanant de l'entreprise et directement des consommateurs, aux évolutions technologiques extrêmement rapides,... les clients, les usagers ont une injonction de simplicité vis-à-vis de l'ensemble des entreprises et des administrations. Ils aspirent à des expériences **claires, transparentes, intuitives**, à savoir une **expérience client simple**.

Ce choc de simplification de l'expérience client constitue pour les entreprises et administrations un excellent levier pour déployer des stratégies relationnelles gagnantes, basées sur un engagement durable des clients.

Pour son 12^{ème} palmarès, le Podium de la Relation Client 2016 distingue trois catégories de lauréats :

→ **Les indétrônables**, comme **la MAIF et le Crédit Mutuel** qui démontrent une constance dans leur catégorie, incarnant le côté inspirant des sociétés mutualistes.

Sur le secteur **Assurance**, la **MAIF** est lauréate pour la 12^{ème} année consécutive démontrant une fois encore l'excellence des liens qu'elle tisse avec ses sociétaires. L'assureur continue de progresser sur l'accompagnement de ses clients mais montre surtout une grande capacité à offrir une relation simple et transparente à ses sociétaires, ce qui est particulièrement important dans un domaine par nature complexe où certaines interactions se produisent dans des situations de grand stress pour les clients.

Le **Crédit Mutuel** pour sa part, se voit décerner pour la 8^{ème} année consécutive le 1^{er} prix du secteur **Banque** et progresse de façon très comparable à la MAIF : une amélioration sur sa capacité à offrir à ses clients de l'accompagnement personnalisé mais également à simplifier la relation dans un secteur qui a su très tôt penser une relation simple et digitalisée pour des actes de gestion courante.

→ **Les challengés**, sur des secteurs où les lauréats peuvent être très facilement détrônés d'une année sur l'autre.

Dans le secteur **Automobile**, depuis toujours un des secteurs de tête avec l'assurance, **Mercedes-Benz** remporte pour la 2^{ème} année consécutive non seulement la première place de son secteur mais également la première place du Classement général (qui récompense les meilleurs des meilleurs tous secteurs confondus). Leader incontesté sur 15 critères parmi les 18, sa progression cette année se remarque surtout sur la facilité d'utilisation et la pertinence de ses outils digitaux (portail et applications mobiles), qui sont d'excellents moyens pour créer un continuum d'expérience avec les clients, au-delà des temps forts de vente et d'après-vente. En outre, Mercedes-Benz apparaît comme l'entreprise offrant l'expérience utilisateur la plus simple de toutes les entreprises et administrations évaluées dans ce Podium.

A noter que le secteur **Automobile** conforte son leadership en récompensant également **BMW** qui se hisse à la 2^{ème} place du Classement général, la marque affichant une des plus fortes progressions enregistrées cette année sur de nombreux critères, notamment sur sa capacité à surprendre positivement ses clients dans la façon de les traiter. Ces progrès perçus sont à rapprocher d'une dynamique très forte dans le réseau, articulée autour de programmes d'excellence et de l'apparition de nouveaux profils chargés d'accompagner le client sur l'ensemble de son parcours.

En **Distribution spécialisée**, **Nespresso** retrouve sa place de lauréat et revient en force en étant premier de son secteur et troisième du Classement général. La marque figure parmi les meilleures en Expérience Client notamment dans sa capacité à offrir une relation simple et attractive. L'entreprise progresse significativement sur des critères de fidélisation et d'effet de surprise

(surprendre positivement le client dans la façon de le traiter), ce qui vient récompenser de nombreuses initiatives dans le domaine de la fidélisation.

Dans l'univers très concurrentiel de la **Grande Distribution**, **E.Leclerc**, déjà vainqueur en 2014, reprend la première place de son secteur. L'enseigne affiche de belles progressions sur les critères relatifs à la qualité du lien et plus particulièrement sa capacité à être proactive et à donner une information claire et transparente à ses clients ; ce qui est particulièrement important dans un univers régi par la clarté et la transparence des prix et des produits.

Sur le secteur des **Transports**, **Air France**, déjà lauréat par le passé à quatre reprises, remporte cette année le premier prix dans sa catégorie. La compagnie continue de progresser sur un de ses atouts majeurs, à savoir sa capacité à récompenser la fidélité de ses clients. Elle progresse également sur des critères de lien, ce qui récompense son développement d'un accompagnement de « bout en bout » de ses clients, de la réservation au retour à la maison ou au bureau.

Dans le secteur du **Tourisme**, c'est le **Club Med** qui, pour la deuxième année consécutive, devient lauréat sur son secteur. L'entreprise continue d'être bien positionnée en terme de lien, en ayant beaucoup travaillé sur l'accompagnement du client de « bout en bout ». L'entreprise a notamment déporté une partie de la Relation Client au niveau des villages de vacances pour confier le traitement des demandes clients à ceux qui les connaissent le mieux.

EDF, déjà vainqueur par le passé, revient sur le devant de la scène et gagne le premier prix des **Entreprises de service**. Sur ce secteur où les clients apparaissent souvent en distance et sont confrontés à des sujets complexes aux yeux du grand public, l'entreprise progresse sur des critères d'accompagnement et sur sa capacité à surprendre positivement ses clients. L'énergéticien a notamment déployé beaucoup d'initiatives pour se rapprocher de ses clients telles que des diagnostics personnalisés sur la consommation ou la mise à disposition d'applications mobiles simples et intuitives.

→ **Le nouvel entrant**, représenté par la **Gendarmerie Nationale**, remporte nettement la faveur des usagers pour le **secteur Service public**. Si les scores obtenus chaque année par les acteurs du secteur public sont inférieurs à ceux observés dans le secteur privé, on peut néanmoins souligner les bonnes performances de la Gendarmerie Nationale sur la simplicité et la clarté de ses échanges avec les usagers et sur sa capacité à offrir une information cohérente quel que soit le canal de contact. Cela s'inscrit dans la lignée du choc de simplification qui est un axe majeur du secteur public pour faciliter et améliorer sa relation aux usagers.

Le Podium de la Relation Client®, une étude de référence depuis 12 ans :

Depuis 2003, le Podium de la Relation Client® constitue l'enquête la plus large et la plus objective réalisée auprès des consommateurs / usagers qui se prononcent sur la performance des grandes entreprises et administrations en matière de Relation Client parmi les secteurs d'activité de référence. En totale transparence et en toute indépendance, cette étude traduit la Voix du Client et ce qu'il pense des marques ou services dont il est consommateur ou utilisateur.

Les organisations évaluées ne font pas acte de candidature, la sélection s'opère en fonction de leur représentativité sur leur marché. La liste de ces organisations est mise à jour selon les évolutions sectorielles et qui couvre tous les grands acteurs proposant des produits et services au Grand Public. Ainsi chaque année, BearingPoint et TNS Sofres établissent le podium des entreprises et administrations les plus performantes dans leur domaine d'activité.



Tous les résultats sur : <http://www.podiumdelarelationclient.fr/>

A propos de BearingPoint

Les consultants de BearingPoint savent que l'environnement économique change en permanence et que la complexité qui en découle nécessite des solutions audacieuses et agiles. Nos clients du secteur public comme privé obtiennent des résultats concrets lorsqu'ils travaillent avec nous. Nous conjugons compétences sectorielles et opérationnelles avec notre expertise technologique et nos solutions propriétaires pour adapter nos services aux enjeux spécifiques de chaque client. Cette approche sur mesure est au cœur de notre culture et nous a permis de construire des relations de confiance avec les plus grandes organisations publiques et privées. Notre réseau global de 9700 collaborateurs accompagne nos clients dans plus de 70 pays et s'engage à leurs côtés pour des résultats mesurables et un succès durable.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur <http://www.bearingpoint.com/fr-fr/>.

Retrouvez-nous sur Twitter : [@BearingPoint_FR](#) et LinkedIn

A propos de TNS Sofres

Référence des études marketing et d'opinion en France, TNS Sofres est une société du groupe TNS, présent dans plus de 80 pays. TNS offre à ses clients des recommandations claires et précises pour les accompagner dans leurs stratégies de croissance. Son expérience et ses solutions d'études couvrent la gestion de marque & la communication, l'innovation, la relation client, et le retail & shopper.

TNS nourrit une relation de proximité avec les consommateurs et les citoyens partout dans le monde, et développe une connaissance unique de leurs comportements et attitudes, en prenant en compte la diversité de leurs cultures, de leurs géographies et de leurs systèmes économiques.

TNS appartient au Groupe Kantar, leader mondial en matière de veille, d'analyse et d'information à forte valeur ajoutée. www.tns-sofres.com

Suivez l'actualité de TNS Sofres



Google play

Contacts presse :

TNS Sofres

Celine Rossignol 01 40 92 24 10

celine.rossignol@tns-sofres.com

Nathalie Hamelin 01 73 79 50 88

nhamelin@presseattitude.com

BearingPoint France

Chrystel Pepin Lehalleur 01 58 86 57 94

chrystel.pepinlehalleur@bearingpoint.com

Clément Dufresne 01 58 86 31 78

clement.dufresne@bearingpoint.com