

17^{ème} édition du Podium de la Relation Client® : Kantar et BearingPoint dévoilent les lauréats du palmarès

- *MAIF, Toyota et Nespresso/Yves Rocher sont sur le podium général, et au total 11 marques sont récompensées dans leurs secteurs spécifiques*
- *Ce baromètre 2021 inédit revient sur les grands enjeux de la relation client à l'ère de la crise sanitaire.*
- *SAVE THE DATE : Assistez à la présentation du baromètre le 23 mars prochain en présence des dirigeants des entreprises lauréates.*
 - Pascal DEMURGER, Directeur Général de MAIF
 - Frank MAROTTE, Président-directeur Général, Toyota France
 - Virginie VANPEENE, Directeur des Centres de Relation Client, Nespresso
 - Guy FLAMENT, Directeur Général, marque Yves Rocher

Paris, le 16 mars 2021

Le Podium de la Relation Client® est depuis 2003 la référence en matière de mesure de la qualité de la relation client et de ses tendances. BearingPoint et Kantar ont interrogé plus de 4 000 clients et 1 000 collaborateurs sur la qualité de la relation qui les lie aux entreprises. Cette année, ce sont 10 secteurs d'activités qui ont été évalués sur des critères de performance communs : assurance, automobile, banque, distribution spécialisée, grande distribution, transports, entreprise de services, services publics, plateforme & e-commerce, immobilier.

Les 11 lauréats du Podium de la Relation Client® 2021

Palmarès général du Podium de la Relation Client® 2021

1. Première place : **MAIF**
2. Deuxième place : **Toyota**
3. Troisième place : **Nespresso & Yves Rocher**

Lauréats par secteurs

- Assurance : **MAIF** – pour la 17^{ème} année consécutive
- Automobile : **Toyota** – pour la 2^{ème} année consécutive
- Banque : **Boursorama Banque** – pour la 2^{ème} année consécutive
- Distribution spécialisée : **Nespresso & Yves Rocher** (*ex-aequo*)
- Grande distribution : **E. Leclerc** - pour la 6^{ème} année consécutive
- Transport : **Air France** - pour la 6^{ème} année consécutive
- Entreprise de Services : **Total Direct Energie** – pour la 4^{ème} année consécutive
- Service Publics : **Gendarmerie Nationale** - pour la 6^{ème} année consécutive
- Plateforme & e-commerce : **AirBnb**
- Immobilier : **Laforêt** – pour la 2^{ème} année consécutive

Les enjeux 2021 de la Relation Client à l'ère de la crise sanitaire

« Éprouvée par la crise que nous traversons, l'expérience client est plus que jamais un vecteur de différenciation et de compétitivité pour les entreprises. Cohérence multicanale, émotion et responsabilité sont trois marqueurs essentiels de la relation client délivrée par les lauréats du Podium de cette nouvelle édition. Les résultats obtenus mettent en avant que ce sont ces mêmes lauréats qui reçoivent les scores les plus élevés en termes d'adaptabilité rapide aux impacts de la crise. De quoi renforcer la confiance dans ces marques en sortie de crise et accélérer le développement de dispositifs au service de la personnalisation expérientielle et de la fidélisation ».

Muriel Monteiro, Associée de BearingPoint

« La maturité de l'entreprise en matière de relation client, et sa capacité d'adaptation sont indéniablement les facteurs clés de succès pour maintenir le lien et l'engagement dans ce contexte de crise. Plus que jamais une culture client forte permet de faire la différence à l'heure où tout est remis en question ».

Karen Tartour, Directrice Expérience clients et collaborateurs, Kantar

Question spécifique cette année : « Capacité d'adaptation face à l'impact de la crise sanitaire »

	% Excellente + Très bonne
Tous secteurs confondus	41%
Top 10 Podium Général	55%
Bottom 10 Podium Général	26%
Moyenne lauréats	49%

Zoom sur les best practices des lauréats 2021 par secteur

Assurance

Leader indétronable sur son secteur, la **MAIF** est depuis 2003 lauréate et prend la première place du Podium général cette année. MAIF est d'ailleurs un des rares lauréats à voir ses scores progresser dans un contexte particulièrement chahuté. MAIF est n°1 tous secteurs confondus sur 9 critères d'excellence sur 15 : cohérence multicanale, traçabilité, customer effort, réponse adaptée, clarté des contenus, proactivité, pédagogie, co-création. 57% des sociétaires jugent la capacité d'adaptation de l'entreprise très bonne voire excellente face à l'impact de la crise sanitaire. Ils sont même 30% à déclarer leur confiance vis-à-vis de l'entreprise mutualiste renforcée dans le contexte.

Automobile

Le secteur maintient un indice moyen élevé en dépit des difficultés à maintenir le lien avec les clients dans ce contexte de crise. En deuxième position sur le podium, Toyota confirme son leadership sur le secteur pour la 8^{ème} fois. Un résultat remarquable sur la capacité d'adaptation de l'entreprise face à la crise, jugée très bonne voire excellente par 63% des clients.

Boursorama Banque décroche pour la 2^{ème} fois le premier prix de la relation client dans le secteur bancaire. La simplicité des outils digitaux reste un atout majeur pour la banque en ligne, qui se démarque aussi pour sa relation client responsable. Bien que les services et tarifs proposés répondent par essence aux besoins des clients en période de confinement et de crise, Boursorama a néanmoins œuvré pour s'adapter à ce contexte de crise. Cette capacité d'adaptation est reconnue par 61% des clients. Un tiers des clients Boursorama jugent même leur confiance en l'entreprise renforcée dans le contexte.

Distribution spécialisée

Place de lauréat du secteur souvent bataillée entre **Nespresso** et **Yves Rocher**, les deux entreprises se retrouvent cette année ex-aequo sur la 3^{ème} marche au classement général du Podium de la Relation Client.

Nespresso est 1^{er} tous secteurs confondus sur la clarté des contenus et se démarque des autres enseignes spécialisées sur la traçabilité, la personnalisation, la responsabilité et le digital. Nespresso obtient également un des meilleurs scores observés sur la capacité d'adaptation face à l'impact de la crise sanitaire reconnue par 63% de ses clients.

Yves Rocher, de son côté, est 1^{er} tous secteurs confondus sur la reconnaissance de la fidélité au cœur de son modèle, ainsi que sur la capacité à surprendre positivement les clients. En revanche, Yves Rocher n'enregistre qu'un score de 51% sur sa capacité d'adaptation face à la crise

Grande Distribution

Dans le contexte de crise, la Grande Distribution est un des rares secteurs en progression sur l'indice du Podium de la Relation Client. En dépit d'un léger recul sur les 3 piliers du Podium, **E. Leclerc** reste lauréat du secteur de la Grande Distribution pour la 6^{ème} année consécutive. L'enseigne garde entre autres une longueur d'avance sur le digital, la traçabilité, le customer effort face à une concurrence qui a progressé rapidement dans le contexte.

Transport

Le contexte n'est évidemment pas favorable pour les acteurs du transport pour réussir à maintenir le lien et l'engagement de ses usagers. Avec des résultats en baisse, **Air France** réussit toutefois à conserver son titre pour la 6^{ème} année consécutive. La compagnie aérienne continue de se démarquer sur la dimension co-création - personnalisation ainsi que sur la reconnaissance de la fidélité ou encore la capacité à surprendre ses clients positivement. En outre, ce sont 32% des clients Air France qui déclarent leur confiance renforcée vis-à-vis de la compagnie dans ce contexte de crise sanitaire.

Entreprise de Services

Total Direct Energie reste lauréat de son secteur, en dépit d'un recul sur tous les critères d'excellence. Le secteur est jugé dans son ensemble relativement sévèrement sur sa capacité d'adaptation pour faire face à l'impact de la crise sanitaire, et voit ses résultats en baisse de manière générale. Total Direct Energie conserve une avance sur les autres entreprises de service en se démarquant sur l'émotion (score de 6,3 vs. 5,6 pour la moyenne du

secteur), notamment sur la capacité à reconnaître et récompenser la fidélisation de ses clients ou à les surprendre positivement.

Service Public

La **Gendarmerie Nationale** s'impose pour la 6^{ème} année consécutive comme le leader du secteur du Service Public. Si le Podium de la Relation Client est un bon indicateur de l'engagement des entreprises dans des secteurs clés liés aux dépenses des ménages, c'est aussi un référent dans celui des administrations, entre autres l'orchestration des différents canaux de contact fait figure d'exemple. En outre, la Gendarmerie Nationale continue de marquer la différence par sa capacité à être en proximité avec les citoyens en sachant adapter son service au contexte et à l'évolution des besoins.

Plateforme & e-commerce

Airbnb prend la première place du classement sur le secteur. On observe une tendance générale à l'amélioration de ses scores, en particulier sur des dimensions importantes de la relation client comme la capacité à suspendre positivement les clients, la reconnaissance de la fidélité, ou encore l'autonomie laissée aux collaborateurs perçue par les clients. **Airbnb** détrône Blablacar.

Immobilier

Secteur nouvellement investigué en 2020, c'est Laforêt qui prend à nouveau la première place au sein de la catégorie. Dans ce secteur où les modèles relationnels apparaissent encore fragiles, les résultats de l'ensemble des acteurs sont en baisse sur le Podium de la Relation Client, y compris pour le lauréat. Néanmoins Laforêt garde une distance d'avance sur des indicateurs tels que la proactivité, la pédagogie et le Customer Effort.

**

Méthodologie de l'enquête

L'enquête est réalisée auprès d'un échantillon national représentatif de 4 000 Français de 18 ans et plus, interrogés en ligne fin 2020. La représentativité nationale est assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, CSP et régions). Le classement est établi à partir d'un indice PRC (Podium de la Relation Client) de 1 à 10. Cet indice PRC pour chaque entreprise et administration est calculé en faisant la moyenne des notes obtenues aux 15 critères d'excellence.

À propos de BearingPoint

BearingPoint est un cabinet de conseil en management et technologie indépendant aux racines européennes avec une couverture mondiale. Le cabinet est structuré autour de 4 activités principales : Consulting, Solutions, Business Services et Ventures. *Consulting* couvre les activités de conseil en management. *Solutions* regroupe des logiciels et outils dédiés à la transformation digitale, à l'analyse de données et au reporting réglementaire. *Business Services* opère des offres intégrées de services et technologies. *Ventures* est dédiée au financement et au développement des startups. BearingPoint compte parmi ses clients les plus grandes organisations mondiales publiques et privées ; fort d'un réseau international de plus de 10 000 collaborateurs, BearingPoint accompagne ses clients dans plus de 75 pays et les aide à obtenir des résultats mesurables et durables.

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

LinkedIn : www.linkedin.com/company/bearingpoint - Retrouvez-nous sur Twitter : @BearingPoint_FR

À propos de Kantar

Kantar est le leader mondial des analyses factuelles et de conseil. Nous avons une compréhension complète, unique et complète de la façon dont les gens pensent, ressentent et agissent ; à l'échelle mondiale et locale dans plus de 90 marchés. En combinant l'expertise approfondie de nos collaborateurs, nos ressources de données, nos références, nos analyses et technologies innovantes, nous aidons nos clients à comprendre les consommateurs et à inspirer la croissance.

Pour plus d'informations, merci de visiter <http://www.kantar.com>
Twitter : @Kantar_FR / Facebook : Kantar / Google + : Kantar / LinkedIn : Kantar

**

CONTACTS PRESSE

Contact Presse BearingPoint - Agence Profile

Caroline Matuszewski Griboval

Juliette Kandel

Tél. : 01 56 26 72 33

Tél. : 01 56 26 72 09

cmatuszewski@agence-profile.com

jkandel@agence-profile.com

Contact Kantar

Chloé Odstrcil

Tél. : 06 31 17 73 06

chloe.odstrcil@publicisconsultants.com / kantar@publicisconsultants.com

Contact BearingPoint

Frédérique Meyer

Head of Brand & Communications

Tél. : 01 58 86 33 19

frederique.meyer@bearingpoint.fr