



METHODOLOGIE DE L'ETUDE

Nous testons les canaux de service client disponibles dans la limite de ceux mis en place par les sociétés participantes parmi les canaux suivants :

Le téléphone : 50 appels

Le réseau social Facebook : 10 contacts

Le site web de l'enseigne : 2 navigations. Une navigation sur ordinateur et une autre sur smartphone

Des visites mystères en agence ou en boutique : 10 visites

L'appréciation des réponses obtenues à travers les questions posées durant ces tests est dichotomique (oui ou non), avec uniquement deux notes possibles : 0 ou 1.

OUI : La réponse fournie par le service client correspond aux attentes, une réponse correcte.

NON : La réponse est
incomplete
erronée
une absence de réponse
une réponse trop peu synthétique, trop riche.

La réputation sera également incluse dans l'évaluation. La mesure sera faite à travers un questionnaire en face à face administré à un échantillon représentatif de la population, soit 2400 personnes.

Les différents scénarii choisis concerneront uniquement des situations habituelles requérant un traitement normal.

Il n'y aura aucun scénario d'une situation particulière qui demande un traitement spécifique. Les participants seront notés sur les critères les concernant.

Toutes les notes seront ramenées à 100.

Barème - Les notes finales seront calculées en se basant sur le barème suivant :

Le téléphone : 40%

Facebook : 10%

Le site web : 10%

Les visites mystères : 20%

La réputation : 20%

Si un canal ne s'applique pas à un secteur donné,

les poids de chacun des canaux seront recalculés au prorata.

Nous étudions, pour chaque catégorie, l'ensemble des acteurs significatifs à hauteur d'au moins deux tiers du marché, indépendamment des candidatures commerciales, afin d'étudier une catégorie représentative du marché.

Nous fournissons les résultats de chacun des candidats par canal avec le comparatif avec la moyenne de la catégorie.

LES PRINCIPAUX CRITÈRES PRIS EN COMPTE POUR LE CANAL TÉLÉPHONIQUE SONT LES SUIVANTS :

Le temps écoulé avant que l'appel ne soit décroché
L'identification de l'entreprise lorsque l'appel est décroché

Le temps de prise en charge

Qualité de l'accueil du client par le téléopérateur

La compréhension de la problématique, de la demande

Qualité de l'écoute

Qualité de la réponse

Qualité du ton utilisé

Prise de congé

LES PRINCIPAUX CRITÈRES PRIS EN COMPTE POUR L'ÉVALUATION DU SITE WEB SONT LES SUIVANTS:

Le site est présent sur la première page lors d'une recherche Google, en utilisant : le secteur d'activité + Tunisie

Le site est responsif et s'adapte à la taille des écrans sur lesquels il s'affiche (utilisation smartphone)

L'identité graphique de l'entreprise est présente de manière transversale sur l'ensemble des pages qui constituent le site web de l'entreprise

Les textes représentant le contenu du site web de l'entreprise, doivent être corrigés et mis en page selon les standard établis

Combien de temps faut-il pour charger mes pages et les visiteurs vont-ils s'ennuyer à attendre? (l'une des façons de tester la vitesse de la page consiste à utiliser Google Page Speed Insights)

Existe-t-il un bouton de recherche pour les visiteurs ?

Présence d'un FAQ

Est-ce que tous les liens fonctionnent ? (Testez les

liens rompus dans le vérificateur de liens du W3C)

Le site fonctionne-t-il dans différents navigateurs ? (Internet Explorer, Safari, Firefox, Chrome, etc.)

Le site fonctionne-t-il sur les appareils mobiles ?

Le style du site web correspond-il à ma marque en termes de couleurs, de graphismes, etc.?

Les polices choisies sont-elles lisibles ?

Y a-t-il assez de contraste entre les couleurs d'arrière-plan et les couleurs de police ?

Est-ce que le texte est suffisamment grand pour être lisible sans efforts ?

Ai-je un sitemap ?

LES PRINCIPAUX CRITÈRES PRIS EN COMPTE POUR L'ÉVALUATION DE LA PAGE FACEBOOK ET SON COMMUNITY MANAGEMENT SONT LES SUIVANTS :

Présence de l'identité graphique de l'entreprise

Présence des autres canaux de relation client

On trouve une publication quotidienne pendant les 7 jours précédant la visite

Le temps de réponse : 12h

Qualité de l'accueil du client : identification

La compréhension de la problématique, de la demande

Qualité de l'écoute

Qualité de la réponse

Qualité du ton

Prise de congé

CRITÈRES POUVANT FAIRE L'OBJET D'AUDIT PAR LE CLIENT MYSTÈRE

La signalétique

La propreté

L'existence d'un système de gestion de file d'attente

Le temps de prise en charge

La découverte des besoins

L'argumentaire de vente

La réponse aux objections

Qualité de l'accueil du client : identification

La compréhension de la problématique, de la demande

Qualité de l'écoute

Qualité de la réponse

Qualité du ton

La prise de congé

L'existence d'un système de feedback pour mesurer

la satisfaction du client.