



Communiqué de presse - Paris, le 04 mars 2009

« L'ÉLECTION DU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE 2010 » ACCUEILLE DE NOUVELLES CATEGORIES

Un mois après l'ouverture des inscriptions de cette 3^{ème} édition, l'Élection du Service Client de l'Année 2010 ouvre 5 nouvelles catégories...

De plus en plus d'entreprises sont conscientes que LA différence avec leurs concurrents est la qualité du service apporté aux consommateurs. C'est pour cela, que cette année, alors que les inscriptions se clôturent le 27 mars prochain, l'Élection du Service Client de l'Année annonce d'ores et déjà la création de **5 nouvelles catégories** : Assurance, Ventes événementielles, Électroménager, Fournitures de bureau et Cosmétique.

Ces catégories qui correspondent aux secteurs d'activités des entreprises candidates et désireuses de tester leur service client viennent s'ajouter aux 18 catégories ouvertes l'année dernière : Alimentation, Fournisseur d'électricité et de gaz, Banque, Distribution de biens d'équipement, Organisme de crédit, Distribution spécialisée, Distribution de téléphonie mobile, Location de véhicules, Opérateur de téléphonie fixe et Internet, Location longue durée automobile, Opérateur de téléphonie mobile, Matériel télécom, Transport urgent de colis, Vente à distance généraliste, Réparation automobile, Vente à distance de produits techniques, Constructeur automobile et Ventes aux enchères en ligne.

Une bonne relation client, le nouveau signal de qualité !

Il est difficile pour des consommateurs sollicités en permanence de choisir parmi une multitude d'offres et de produits. Dans une société d'hyperconsommation, faire le meilleur choix s'avère plus complexe et le consommateur est contraint de changer ses habitudes et de trouver de nouveaux repères.

Après le prix, la qualité de la relation client est devenue le meilleur critère de décision d'achat. Signe de qualité extérieur au produit (ou au service), la relation client devient garante de la qualité du produit lui-même et rassure le consommateur.

La reconnaissance d'un véritable engagement

Les entreprises sont désormais attentives à la qualité de leurs échanges clients. Elles savent aussi qu'un client contrarié n'hésite pas à communiquer sur son insatisfaction. Internet lui offre d'ailleurs tout l'espace nécessaire pour exprimer son mécontentement, trouver écho auprès d'autres consommateurs et entacher la notoriété de l'entreprise.

Attentifs à la bonne image des entreprises, les consommateurs s'informent de leur réputation auprès de leurs pairs mais aussi auprès des experts. Les labels et signes de valorisation sont à ce titre considérés comme des indices de qualité par les consommateurs qui admettent les apprécier.

Une élection, gage de qualité pour les consommateurs et les entreprises

Évènement consommateur indépendant, l'Élection du Service Client de l'Année valorise la qualité de service fournie et permet de se différencier positivement. Il offre aux

consommateurs, toujours plus exigeants, un repère attestant de la qualité de la relation client et une visibilité pour **l'entreprise et le service public** (administration, collectivités territoriales, municipalités, offices de tourisme...) de promouvoir la qualité de ses services à chaque étape de la relation.

Une démarche de qualité

Les entreprises participantes sont donc testées de manière anonyme et en situation réelle, suivant des scénarii prédéterminés, sur des problématiques rencontrées quotidiennement par ceux-ci, pour aboutir à un indicateur fiable et objectif de la qualité du service offert.

Chaque entreprise reçoit un rapport d'étude complet, synthèse des tests réalisés pour lui et ses concurrents. Élu Service Client de l'Année ou non, il mesurera ainsi, au travers de ce benchmark complet, les points de satisfaction mais aussi (et parfois surtout) les points de progrès de sa relation client.

Agenda :

- - **Lundi 2 février 2009** : ouverture des inscriptions à l'Élection du Service Client de l'Année 2010 et de l'Élection du Service Public de l'Année 2010
- - **Vendredi 27 mars 2009** : clôture des inscriptions
- - **Du lundi 18 mai au vendredi 10 juillet 2009** : déroulement des tests « clients mystères »
- - **Jeudi 22 octobre 2009** : soirée de remise des prix

Rendez-vous sur www.eluserviceclientdelannee.com pour vous inscrire !

A Propos de l'Élection du Service Client de l'Année

Évènement consommateur de l'année, l'Élection du Service Client de l'Année valorise la qualité du service fourni. Elle offre aux consommateurs et aux usagers un repère attestant de la qualité de la relation client et une visibilité pour l'entreprise et le service public (administrations, collectivités territoriales, municipalités, offices de tourisme...). Remise des prix le 22 octobre 2009.

Pour en savoir plus : www.eluserviceclientdelannee.com

A Propos de Ludovic Nodier, fondateur de l'Élection du Service Client de l'Année et de Viséo Conseil

Pendant sa formation universitaire en commerce et gestion, Ludovic Nodier crée et encadre un réseau de distribution indirecte en téléphonie mobile de 25 points de vente et une centaine de commerciaux. Après deux ans passés chez un fabricant de matériel électronique comme responsable des salons internationaux, il devient en 2001 Directeur du Service Clients puis du Service Grands Comptes d'une filiale de Siemens. En 2005, il devient indépendant et accompagne de grands groupes dans la mise en place et le développement de leur relation client. En janvier 2007, pour poursuivre le développement de l'activité et répondre à la demande croissante des clients, il crée Viséo Conseil.

Contacts presse - Agence Point Virgule

Annabel Verrier / Marion Lauria

Email : averrier@pointvirgule.com / mlauria@pointvirgule.com

Tél. : +33 (0)1 73 79 50 59 / +33 (0)1 73 79 50 67