



ÉLU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE 2010, L'ÉVÈNEMENT CONSOMMATEUR DE L'ANNÉE

Ouverture des inscriptions de la 3^{ème} édition le lundi 2 février 2009, avec une adaptation pour les services publics

Face aux opérations à seuls buts marketing, la vigilance est de rigueur. Toutes les entreprises n'accordent pas la même importance à la qualité de leur relation client. Les Français perçoivent nettement cette inégalité dans la qualité des services clients selon les secteurs. Certaines entreprises communiquent sur leurs engagements à fournir une relation de qualité sans toutefois être à la hauteur des attentes des consommateurs.

Pour différencier les opérations de communication des réelles volontés d'offrir des prestations de qualité, les consommateurs ont besoin de repères.

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 véritable réponse aux besoins des entreprises et des consommateurs

Un signe-repère : dans un monde d'hyper-consommation, la qualité des services est un critère d'achat déterminant pour les Français qui lui accordent toujours plus d'importance. Le signe de valorisation « Élu Service Client de l'Année » informe le consommateur de la qualité de la relation client, mesurée par des professionnels sur des scénarii spécifiques et représentatifs de problématiques consommateurs.

Un indicateur fiable et objectif de la qualité des services clients testés

C'est un outil de mesure réaliste et souple en prise directe avec les attentes des clients ou des utilisateurs des services. La méthodologie unique et développée par des professionnels de la relation client se centre sur de véritables problématiques réelles et classiques des consommateurs et englobent l'avant et l'après acte d'achat. Pour les tests, le savoir faire de **BVA, 5^{ème} institut d'études marketing**, est un gage de professionnalisme et d'objectivité dans l'expertise de la qualité des services clients des entreprises. Les « clients mystères » contactent les services clients des entreprises participantes pour mieux apprécier, suivant le scénario prédéterminé, le traitement des problématiques posées et la qualité de service offert au consommateur.

Une méthodologie qui suit l'évolution des comportements

Pour cette 3^{ème} édition, et pour rester efficace et en adéquation avec les attentes des consommateurs et de l'entreprise, l'Élection du Service Client de l'Année 2010 intègre le **libre service Internet**. Les consommateurs français sont en effet de plus en plus nombreux

à l'utiliser dans leur vie quotidienne et privilégient les entreprises qui proposent cette souplesse d'interaction.

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 à partir du 2 février pour vous inscrire !

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.

Pour en savoir plus : www.eluserviceclientdelannee.com

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