

Chez Kompass International, la notion de « service clients » trouve tout son sens !

Quelques chiffres clé...

- En 2009, le Service Clients a traité près de 37 000 appels.
- Les enquêtes de satisfaction envoyées aux clients après chaque appel révèlent d'excellents résultats : en 2009, le Service Clients a obtenu une note globale de satisfaction de 8,75 sur 10.

Il témoigne...

« *Le Service Clients de KOMPASS INTERNATIONAL est une référence en matière de courtoisie et d'efficacité. Client depuis plusieurs années, je place ce service à un niveau premium en matière d'accueil et de qualité des informations* », déclare Laurent Jacqueminet de la société H2V Eurl.

Proposer une offre d'assistance personnalisée aux clients, mettre à leur disposition des services gratuits à valeur ajoutée ou encore être capable de détecter leurs éventuelles difficultés avant même qu'ils ne les expriment : telles sont les missions des deux services complémentaires dédiés à 100% à la relation client chez Kompass International, le Service Clients et le service Marketing Clients.

Le Service Clients : une véritable offre d'assistance efficace et personnalisée

Totalement indépendant du service Commercial, le service Clients de Kompass International a pour objectif de répondre aux demandes des clients qu'il s'agisse d'informations sur l'utilisation d'un produit ou d'assistance face à d'éventuelles difficultés rencontrées.

« *Il ne s'agit en aucun cas d'un service commercial « dissimulé », mais d'une véritable offre d'assistance personnalisée, gérée par un personnel compétent, intégré à l'entreprise et qui maîtrise parfaitement les prestations de Kompass International. Si un nouveau besoin est exprimé par le client au cours des échanges, l'équipe du service transfère immédiatement la demande aux forces de vente* », explique **Ivan Tenicheff, Responsable du Service Clients chez Kompass International.**

Afin d'améliorer sans cesse la qualité du service, Kompass International a mis en place un questionnaire de satisfaction envoyé aux clients après chaque appel, permettant ainsi d'évaluer puis d'optimiser les performances du Service Clients en termes d'accueil, d'attente ou encore de résolution du problème posé.

« *Nos clients apprécient tout autant l'efficacité du service clients que l'idée de pouvoir disposer d'un service non commercial pour toutes leurs demandes d'informations ou d'assistance* », ajoute Ivan Tenicheff. Mais pour Kompass, la relation clients, même en BtoB, ne se résume pas à la gestion des appels entrants : par-delà l'offre d'assistance et dans une démarche de fidélisation, Kompass International a mis en place des programmes permettant d'anticiper les besoins des clients, de détecter de manière proactive leurs éventuelles difficultés ou encore de leur proposer des services gratuits à forte valeur ajoutée.

ONLY, un programme dédié à 100% à la fidélisation clients

Mis en place en 2006 par le service Marketing Clients, qui définit la stratégie et conçoit les actions de fidélisation, le **programme ONLY repose sur trois axes** : outre l'envoi d'une newsletter et la mise en place d'un programme de parrainage pour récompenser les clients « apporteurs d'affaires » au moyen de cadeaux personnalisés, Kompass International a créé le **programme « 3 contacts »**. La société s'engage ainsi à contacter chacun de ses clients trois fois sur une durée d'un an, à partir de la signature d'un contrat ou de son renouvellement. A l'issue de la signature, un email de bienvenue est envoyé au client (1^{er} contact). Six mois après la signature, un 2^{ème} contact est établi pour s'assurer que le client est satisfait. En fonction de sa réponse, le client est recontacté par le service Clients ou le service Commercial.

« Nous n'attendons pas que nos clients manifestent un nouveau besoin, voire même qu'ils expriment leur insatisfaction. Dans une démarche pro-active de fidélisation, nous générons des contacts vers nos clients (emails, appels sortants) pour nous assurer de leur satisfaction. Une enquête de satisfaction envoyée à chaque client au terme d'une année de collaboration nous permet d'évaluer l'adéquation de nos prestations avec les attentes des clients, et si besoin, de rectifier le tir », poursuit Laurent Ghesquier, Responsable Marketing Clients et Partenariats de Kompass.

Afin d'affiner la connaissance clients et mettre en place des actions spécifiques permettant d'améliorer en permanence la satisfaction et la fidélisation des clients, le service Marketing Clients se consacre également à l'analyse marketing de la base de données clients afin d'identifier les différents profils et être capable de proposer le bon service, au bon moment, au bon client.

Une offre de services gratuits dédiés aux clients

« Pour fidéliser nos clients, nous leur proposons des services gratuits à forte valeur ajoutée tels que CONTACT+, une plateforme de mise en relation qui permet à nos clients d'être contactés comme fournisseurs privilégiés par les donneurs d'ordre, ou encore les Business Speed Dating que nous organisons partout en France pour le compte de nos clients », explique Laurent Ghesquier.

Ces services s'inscrivent dans la lignée du métier de Kompass International, à savoir optimiser le business entre entreprises. *« Toutefois, nous proposons aussi à nos clients des services gratuits qui sortent de notre cœur de métier, dans le cadre de partenariats. C'est le cas par exemple du partenariat noué avec SVP.com qui permet à nos clients de poser gratuitement leur première question aux experts de SVP. Fidéliser ses clients, c'est aussi savoir se différencier de la concurrence »,* conclut Laurent Ghesquier.

A propos de Kompass International

Filiale de Coface, Kompass International est le leader mondial de l'information d'entreprises. Présent dans 64 pays au travers de son réseau de partenaires, Kompass International a pour vocation **d'optimiser le business entre entreprises, en France et à l'international**. Concrètement, le métier de Kompass International repose sur trois activités principales :

- accroître la **visibilité** des entreprises à travers une offre publicitaire sur l'ensemble de ses supports multimédia et notamment sur son site Internet (6,5 millions de visiteurs par mois au niveau mondial dont plus de 2 millions en France) ;
- optimiser la prospection des entreprises en proposant l'accès à sa **base de données** France (200 000 entreprises BtoB) et Monde (2,5 millions d'entreprises) sous formes d'abonnements Internet et Extranet, de DVD et de fichiers de Marketing Direct.
- mettre en relation les acheteurs et fournisseurs du monde entier grâce à son service **Contact+**, qui permet à tout utilisateur d'envoyer gratuitement des demandes de devis permettant à ses clients de développer leur chiffre d'affaires et optimiser leur chaîne fournisseurs.

En savoir + www.kompass.com

Contacts presse

Kompass International
Géraldine Mirabaud
Tél. : 01 41 16 51 54
geraldine.mirabaud@kompass.com

Oxygen
Aurélie Jeanne/Audrey Sliwinski
Tél. : 01 41 11 37 76/37 84
aureliej@oxygen-rp.com/audrey@oxygen-rp.com