

Les Français et leurs services après-vente :

Pour 93% des Français, les marques ne prennent pas assez soin de leurs clients après la vente

Une nouvelle étude du site <http://www.apreslachat.com> (voir détail en page 2), portant sur 1.763 de ses membres, révèle les nouvelles attentes des Français vis-à-vis des services après-vente des marques. Les efforts marketing déployés par les marques pour déclencher l'achat d'un produit électroménager, d'un téléphone portable ou encore d'une voiture sont très importants. Qu'en est-il de leur implication dans l'accompagnement de leurs clients après la vente ?

L'étude réalisée par www.apreslachat.com, premier réseau français d'entraide entre consommateurs avec 450.000 membres, confirme l'émergence massive d'une nouvelle attente des clients vis-à-vis des marques : être accompagnés dans l'utilisation quotidienne de leurs produits. Ils reprochent aux marques de ne se cantonner qu'à la résolution de pannes et de ne pas assez s'investir dans l'aide à l'usage de leurs produits.

Un service de traitement des pannes jugé acceptable par les Français

Selon l'étude, près d'un sondé sur deux a eu recours à un SAV dans les 12 derniers mois, essentiellement pour des pannes (70% des cas). Le service est jugé dans l'ensemble acceptable avec une note moyenne de 5 sur 10. Mais les marques peuvent encore mieux faire : 42% des sondés ont jugé leurs interlocuteurs incompetents et 37% insuffisamment à l'écoute.

Les Français attendent davantage des marques : 80% souhaitent être accompagnés dans leur prise en main et l'usage quotidien de leurs produits

Le constat est plus sévère quand on demande aux sondés si les marques prennent suffisamment soin de leurs clients en dehors des pannes. 93,5 % des sondés jugent, en effet, qu'elles ont des progrès à faire et 80% souhaitent qu'elles les aident plus dans l'utilisation de leurs produits. Ceci apparaît, comme une opportunité de se différencier pour les marques, la qualité du service après-vente représentant un critère d'achat pour 90% des sondés, 35% d'entre eux se disant même prêts à payer plus cher pour un meilleur service.

Ceci étant, les marques doivent pour cela, gagner la confiance des consommateurs : 82% disent ne pas faire totalement confiance aux marques pour les aider à résoudre leurs problèmes avec leurs produits.

Le besoin en conseils, en aide à l'utilisation, de la part des consommateurs est aujourd'hui très important et s'exprime au travers des forums d'entraide d'Apreslachat.com. « Des consommateurs de tous âges font désormais face à des produits de plus en plus complexes. L'aide à l'utilisation devient donc un enjeu clé. Or les marques n'y répondent pas pour l'essentiel, se cantonnant au règlement des pannes. Dès lors, le salut vient souvent des réseaux d'utilisateurs en ligne, la difficulté étant de trouver un interlocuteur disponible possédant le même produit que soi, ce qu'offre précisément notre site www.apreslachat.com. Un boulevard s'ouvre pour les marques qui doivent comprendre que désormais le service autour des produits devient presque aussi important que le produit pour gagner des parts de marché.», précise Jean-Christophe Hua, Président d'Apreslachat.com.

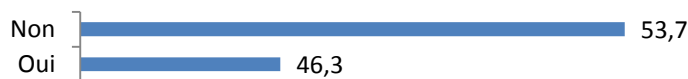
Le succès du site Apreslachat.com spécialisé dans l'entraide entre consommateurs, qui enregistre 1200 demandes d'inscription par jour, traduit bien cette tendance. Déjà 450.000 membres s'entraident et s'informent mutuellement sur l'usage qu'ils font au quotidien de leurs produits électroménagers, automobile, High-tech, Hifi-vidéo, bricolage, etc.

www.apreslachat.com est un réseau social accessible gratuitement à tous les consommateurs de produits de grande consommation, désireux de s'entraider et de s'informer mutuellement sur l'usage qu'ils font au quotidien de leurs produits : électroménager, automobile, produits High-tech, Hifi-vidéo... 1^{ère} communauté de consommateurs français, avec à ce jour 450.000 membres réunis dans 20.000 groupes d'entraide spécialisés par référence, Apreslachat.com s'accroît de 1200 nouveaux adhérents chaque jour et devrait atteindre le million de membres d'ici la fin de l'année.

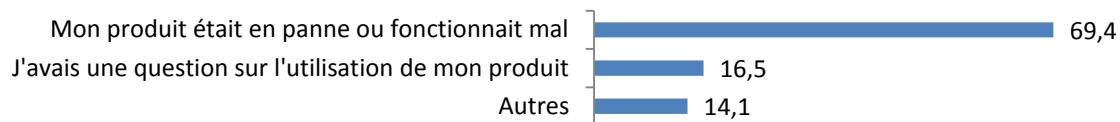
Contacts presse Apreslachat.com

Agence Florence Gillier & Associés : Virginie Belloir – 01 41 18 85 55 – virginieb@fgcom.fr
Valérie Hackenheimer – 01 41 18 85 63 – valerieh@fgcom.fr

1. Avez-vous fait appel à un service après-vente dans les 12 derniers mois ?



2. Pourquoi avez-vous contacté le service après-vente ?



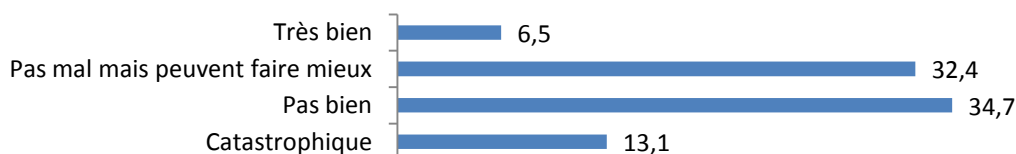
3. Avez-vous jugé vos interlocuteurs compétents ?



4. Avez-vous jugé vos interlocuteurs à l'écoute ?



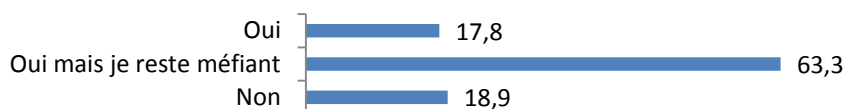
5. Trouvez-vous globalement que les marques prennent suffisamment soin de leurs clients après la vente ?



6. Souhaiteriez-vous que les marques vous aident plus dans l'utilisation de votre produit ? (En dehors des cas de panne)



7. Faites-vous confiance aux marques pour vous aider à résoudre vos problèmes avec vos produits ?



8. La qualité du service après-vente est-elle un critère de choix pour vous lors d'un achat ?

