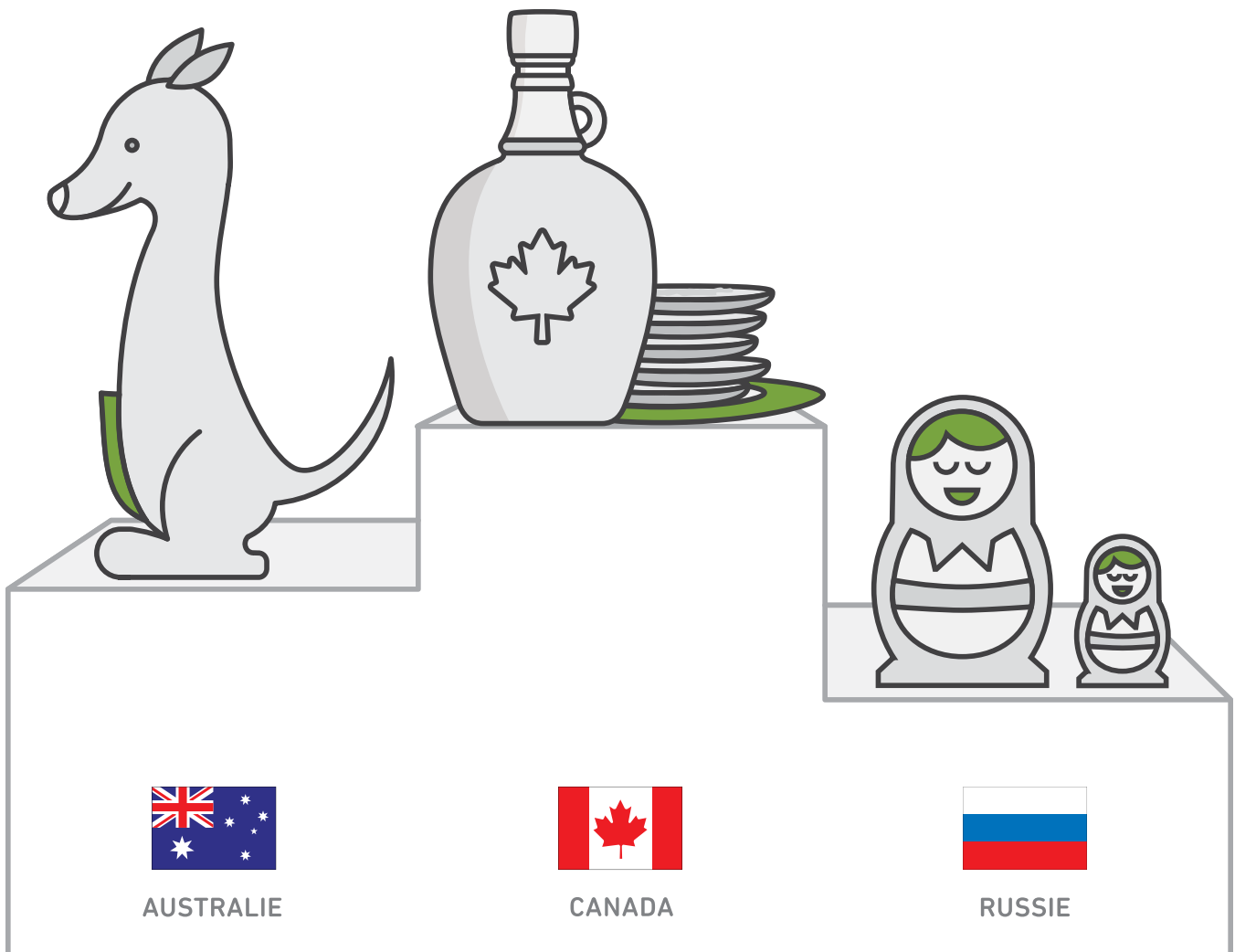


Le Benchmark Zendesk 3ème Trimestre 2013

FOCUS SUR LA SATISFACTION CLIENT



Sommaire

Satisfaction Globale

Page 1

Récapitulatif

Historique du Benchmark Zendesk

L'Informatique au Sommet (de justesse)

Page 2

Anciens & Nouveaux Médias à la Hausse

Le Canada en tête

Focus sur les BRIC: Brésil, Russie, Inde, Chine

Page 3

Cas Client Brésilien

La Satisfaction Client en Chiffres

Page 4

Étude de Cas : GoodData, SendGrid

Page 5

Satisfaction Client Globale, 3^{ème} Trimestre 2013

82% ↑ 1 point*

PAYS PERFORMANTS		3T (2013)	PAR RAPPORT AU 2T*
1	Canada	91%	0
2	Australie	91%	↑ 2
3	Russie	90%	↑ 4

DERNIERS PAYS		3T (2013)	PAR RAPPORT AU 2T*
1	Chine	55%	n/a ¹
2	Émirats Arabes Unis	59%	↑ 1
3	Îles Vierges Britanniques	65%	↓ 2

SECTEURS PERFORMANTS		3T (2013)	PAR RAPPORT AU 2T*
1	Services et conseils info.	95%	0
2	Secteur Public	95%	↑ 1
3	Éducation	95%	0

DERNIERS SECTEURS		3T (2013)	PAR RAPPORT AU 2T*
1	Réseaux Sociaux	67%	↑ 3
2	Divertissement & Jeux	76%	0
3	Service Financier & Assurance	76%	↓ 1

*en points

¹indisponible au trimestre dernier

Récapitulatif

Après plus d'une année de baisse, le taux de satisfaction client a augmenté pour le deuxième trimestre consécutif, alors que le taux de satisfaction par secteur reste stable. Une amélioration de 3 points dans le secteur des réseaux sociaux, secteur à taux de satisfaction généralement faible, complétée par un bond de 7 points pour les médias et télécommunications, ont contribué à cette augmentation globale, malgré la baisse d'un point enregistré par plusieurs secteurs.

Les marchés émergents ont enregistré des améliorations importantes, en particulier le Brésil (le pays en plus forte progression) et la Russie. Les entreprises de ces deux économies en pleine croissance semblent privilégier de plus en plus l'amélioration du service client afin d'accompagner leur développement.

Ce trimestre, notre rapport se concentre sur les facteurs qui contribuent à la satisfaction client globale :

Délai de première réponse: Ce délai entre la réponse initiale après l'envoi d'un ticket a un impact considérable sur la satisfaction finale d'un client. Nous avons analysé ces données et avons découvert que l'heure à laquelle est envoyé un ticket a un impact énorme sur le temps écoulé avant la première réponse.

Canaux d'assistance: Nous nous sommes aussi penchés sur les différents canaux (e-mail, téléphone, réseaux sociaux, etc.)

qu'utilisent les clients pour contacter les entreprises afin de déterminer lesquels enregistraient la meilleure satisfaction client.

Durée de la relation: Nous avons tenté de déterminer si la satisfaction client augmente lorsqu'une entreprise utilise Zendesk depuis longtemps.

Historique du Benchmark Zendesk

Le benchmark Zendesk a été créé en mars 2012 afin de permettre à nos clients qui souhaitent participer, de comparer leurs performances à celles de leurs pairs. Le benchmark Zendesk n'est pas un sondage, il s'appuie sur les interactions réelles entre l'assistance technique et le service client de plus de 16 000 entreprises dans 125 pays qui ont choisi de participer. Ces dernières font partie des 30 000 entreprises qui utilisent Zendesk et fournissent un service à plus de 200 millions de personnes. Le benchmark évalue ce qui rend un service client efficace, du comportement des clients à travers le libre-service jusqu'à leur niveau d'implication.

Désormais, les données globales du benchmark de Zendesk sont analysées et publiées tous les trimestres afin de fournir un aperçu de l'état du service client dans le monde et d'identifier les tendances de support et comprendre comment les clients les perçoivent. Ce rapport trimestriel permet de suivre la satisfaction client globale, en s'appuyant sur les réponses agrégées de vrais clients quant à leur

satisfaction après une interaction avec un service client. Ces données sont présentées par secteur, par pays et à l'aide d'autres mesures pertinentes obtenant un minimum de réponses. Pour qu'un pays soit inclus, il doit y avoir un minimum de 10 000 réponses dans ce pays pour le trimestre. Chaque trimestre, le rapport se penchera un peu plus sur un aspect spécifique du service client.

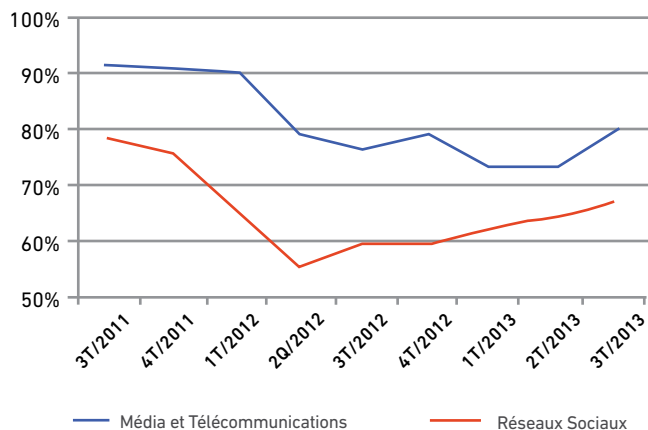
L'Informatique au Sommet (de justesse)

Ce trimestre, le secteur des conseils et services informatiques a tout juste dépassé le secteur public et non marchand, qui ont eux-mêmes à peine dépassé le secteur de l'éducation. Dans les deux cas, l'écart était inférieur à un point de pourcentage. Ces trois secteurs enregistrent généralement un niveau de satisfaction client élevée, supérieur à la satisfaction client globale.

En fait, ces trois secteurs monopolisent le haut du classement ces trois derniers trimestres. Les sociétés de conseils et services informatiques sont en général jugées sur leur service clientèle, et leur classement le confirme. Pour ce qui est des organismes du secteur public et ONG, nous voyons probablement les résultats de la tendance à une nouvelle forme de consommation pour ces secteurs. Ces deux secteurs semblent réagir à une concurrence accrue et aux attentes plus élevées de leurs nouveaux « clients », en se consacrant beaucoup plus aux retours de leurs usagers, communautés et élèves.

Anciens comme Nouveaux Médias à la Hausse

Deux secteurs qui avaient subi de sérieux revers en matière de satisfaction client enregistrent aujourd'hui une hausse conséquente : il s'agit des secteurs des médias sociaux et des télécommunications.



Les médias sociaux ont toujours été à la traîne en matière de satisfaction client, mais enregistrent une amélioration constante depuis le deuxième trimestre 2012. Au troisième trimestre 2013, ils ont gagné 3 points de pourcentage, marquant une année de hausse après une année de baisse. Le secteur des médias et des télécommunications a lui aussi connu des difficultés en matière de satisfaction client. Bien que ce dernier ait enregistré une note supérieure aux médias sociaux, il n'a pas bénéficié de la même amélioration constante.

SATISFACTION CLIENT PAR SECTEUR

	SECTEURS	T3 (2013)	DEPUIS T2 (2013)*
1	Services et conseils informatiques	95%	0
2	Secteur public	95%	1
3	Éducation	95%	0
4	Immobilier	94%	0
5	Hébergement Web	92%	1
6	Santé	91%	0
7	Fabrication et matériel informatique	89%	0
8	Applications Web	86%	1
9	Logiciels	85%	0
10	Marketing & Publicité	82%	1
11	Voyages, hébergement et tourisme	82%	2
12	Services (aux personnes et entreprises)	82%	1
13	Commerce de détail	82%	1
14	Média & Télécommunications	80%	7
15	Service financiers & assurances	76%	1
16	Divertissement & Jeux	76%	0
17	Réseaux Sociaux	67%	3

*en points

Le Canada en tête

Le Canada se place en première position avec une satisfaction client de 91 %, dépassant ainsi l'Australie de moins d'un point de pourcentage. Ces deux pays sont régulièrement des leaders de la satisfaction client. Au trimestre précédent, le Canada et l'Australie avaient respectivement obtenu des scores de 91 % et 89 %. Et au même trimestre l'an dernier, le Canada avait obtenu 85 % et l'Australie un score bien inférieur avec 76 %. Le grand absent de ce rapport est la Nouvelle-Zélande, qui était précédemment le pays le mieux placé avec

une satisfaction de 92 %. Ce trimestre, la Nouvelle-Zélande n'a pas atteint le nombre de réponses nécessaires pour être incluse dans le benchmark Zendesk.

Focus sur le Brésil, la Russie, l'Inde et la Chine

Dans le rapport de ce trimestre, le changement le plus notable est représenté par la percée des marchés émergents. La Russie, qui a toujours eu des problèmes en matière de satisfaction client mais qui s'est améliorée au fil des ans, fait son entrée dans le top 3, dépassant le seuil des 90 % pour la première fois depuis la création du benchmark Zendesk. L'Inde et la Chine, absentes du rapport du trimestre dernier, ont obtenu le nombre de réponses nécessaires à leur inclusion ce trimestre.

Le Brésilien: IMOVEL WEB

Imovel web est le premier site immobilier en ligne du Brésil pour les propriétés commerciales et résidentielles. Avec un tout nouveau site lancé en 2013, Imovel web travaille continuellement à l'amélioration de produits et services qu'ils fournissent à leurs clients.

Mais ils essayent aussi de mettre l'accent sur leur service client. Au trimestre dernier, Imovel web a vu une augmentation de 15 points en terme de satisfaction client.

Ils y sont parvenus en mettant des accords en terme niveau de service sur à la fois les premiers temps de réponse et le temps de résolution complet sur l'ensemble des agents et des tickets. Donc les agents ne doivent plus seulement être efficaces dans leur temps de 1ère réponse, mais également rapides pour trouver une solution au problème du client.






















Imovel web attribue son succès à des workflows efficaces et à leurs efforts pour rester proches de leurs clients au quotidien. L'équipe de support d'Imovel web travail non seulement à être connu comme un site immobilier de premier ordre au Brésil, mais aussi pour être le leader du service client.

Leur note de satisfaction client a changé du 2ème au 3ème Trimestre:

 15%

www.imovelweb.com.br

SATISFACTION CLIENT PAR PAYS

	PAYS	T3 (2013)	DEPUIS T2 (2013)*
1	Canada	91%	 0
2	Australie	91%	 2
3	Russie	90%	 4
4	Norvège	90%	 1
5	Danemark	88%	 1
6	Royaume-Uni	87%	 0
7	Israël	85%	 8
8	Pologne	84%	 2
9	Chili	84%	 2
10	Suède	83%	 0
11	États-Unis	83%	 1
12	Brésil	80%	 10
13	France	78%	 1
14	Allemagne	77%	 4
15	Pays-Bas	77%	 0
16	Espagne	77%	 2
17	Philippines	75%	 7
18	Malaisie	74%	 5
19	Belgique	73%	 4
20	Inde	67%	n/a*
21	Îles Vierges Brit.	65%	 2
22	Émirats Arabes Unis	59%	 1
23	Chine	55%	n/a*

*N'a pas obtenu assez de répondants au 2ème Trimestre.

La Satisfaction Client en Chiffres

La satisfaction client étant un facteur crucial du service client et du benchmark Zendesk, nous avons décidé de nous pencher sur certains des facteurs ayant un impact sur la satisfaction des clients.

HEURE

L'heure à laquelle un client envoie un ticket affecte-t-elle le délai avant première réponse ?

CANAL D'ASSISTANCE

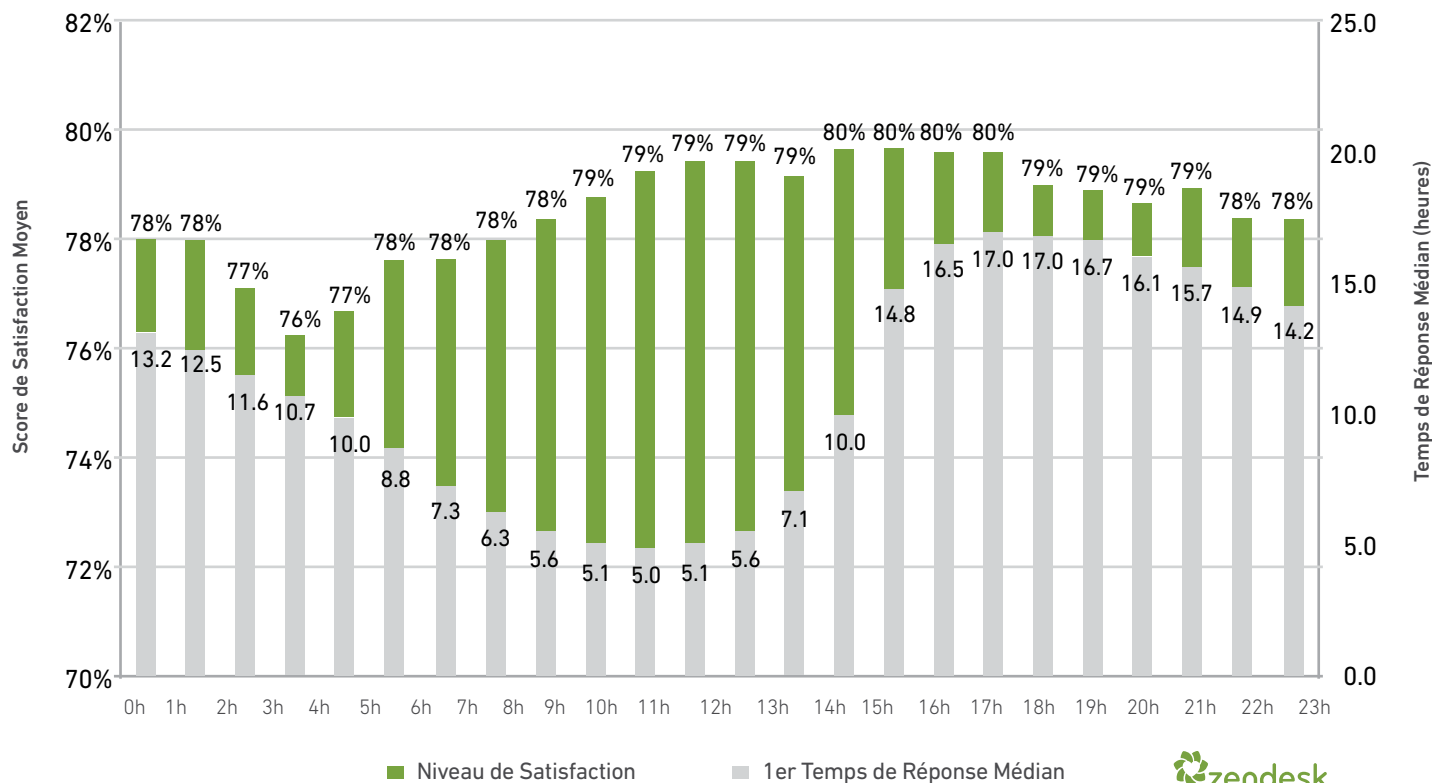
Le canal utilisé par le client pour contacter le service client affecte-t-il son niveau de satisfaction ?

DURÉE DE LA RELATION

La durée de la relation entre le client et l'entreprise affecte-t-elle son niveau de satisfaction ?

Heure de la Journée

Premier Temps de Réponse vs. Satisfaction par Ticket



On sait (et les données Zendesk le confirment) qu'un service rapide a un impact positif sur le succès final d'une interaction au service client: une réponse initiale lente débouche sur une satisfaction du client inférieure et une réponse rapide a l'effet inverse. Notre graphique illustre le rapport entre une réponse rapide des agents aux tickets et la satisfaction des clients.

En regroupant les tickets par heure de création et en nous penchant sur le temps moyen écoulé avant première réponse, nous voyons une tendance plutôt intuitive : les tickets envoyés hors des heures de

bureau normales souffrent d'un temps réponse long. Cependant, les choses tendent à s'accélérer quand les tickets sont envoyés vers 9h00, une fois que les tickets envoyés la nuit précédente ont été traités mais avant que les tickets de la journée ne commencent à s'accumuler.

Enfin, le temps écoulé avant première réponse atteint un pic vers 18h00, quand la majorité du personnel d'assistance finit sa journée et quitte le bureau, et les tickets non urgents doivent parfois attendre 12-14 heures avant le retour d'une équipe complète et qu'un agent s'attaque à la file d'attente.



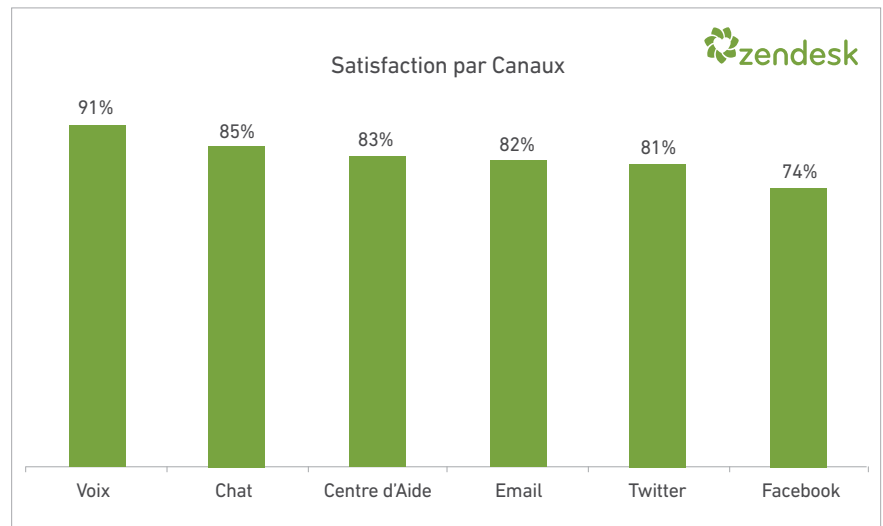
Le Service Client par Canal

Les clients disposent de plus de technologies et d'applications que jamais et ils les utilisent toutes pour effectuer leurs achats et interagir avec les entreprises. Assurer le service clientèle par le biais de plusieurs canaux est de plus en plus important. Du téléphone à l'e-mail en passant par Twitter, et qui sait quel autre nouveau canal demain? Et pourtant, la plupart des entreprises ont du mal à fournir un service client de qualité pour chaque canal. Garantir une expérience intégrée pour tous les canaux est le défi que doivent relever quasiment toutes les entreprises.

Examinons les données pour découvrir dans quels domaines les entreprises sont performantes aujourd'hui. Le canal le plus traditionnel (le

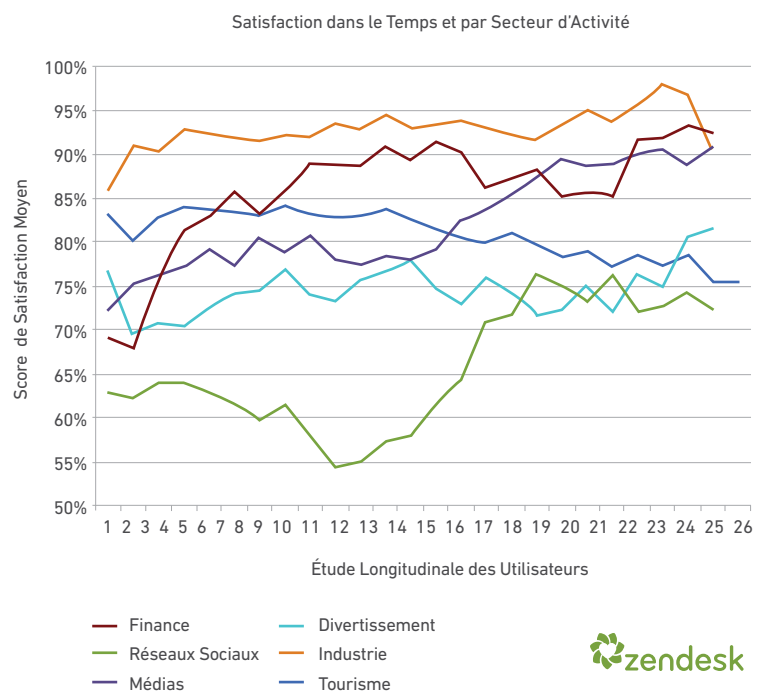
téléphone ou autres services de téléphonie par Internet comme Zendesk Voice) bénéficie des plus hauts niveaux de satisfaction. Vient ensuite le chat. Le dénominateur commun de ces canaux est une interaction personnelle en temps réel entre les agents et les clients, ce qui contribue probablement à la satisfaction de ces derniers.

Les données par canal révèlent une préférence des clients pour les canaux plus anciens et bien établis. Il est difficile de dire si cela vient de leurs attentes clients pour chaque canal ou si les entreprises ont encore du mal à développer des stratégies de service client efficace avec les nouveaux canaux. De nombreuses entreprises en sont encore au stade de l'expérimentation quand il s'agit d'assister leurs clients par le biais des réseaux sociaux, ce qui pourrait expliquer les notes de satisfaction plus basses enregistrées par Twitter et Facebook.



Durée de la Relation

Dans plusieurs secteurs, l'ancienneté d'un client avec une entreprise est un indicateur important de la satisfaction client. La durée de la relation mesure le temps depuis lequel un client est un utilisateur dans l'instance Zendesk de l'entreprise, ce qui correspond souvent à la durée totale de ses interactions avec l'entreprise. Il semble que les clients de longue date soient plus satisfaits. Cependant, l'évaluation de la satisfaction client en fonction de la durée de la relation montre de nombreux hauts et bas ; d'autre part, elle dépend beaucoup du secteur étudié.



GOOD DATA

GoodData fournit des rapports solides à plus de 20 000 entreprises et leurs clients. Les données pouvant s'avérer complexes; pour assurer la satisfaction des clients, il faut comprendre ce qu'ils recherchent et leur fournir les informations dont ils ont besoin.

Pour garantir la réussite et la satisfaction de ses clients, GoodData implique l'ensemble de l'entreprise dans le processus d'assistance. Les équipes des produits et d'ingénierie jouant le rôle d'agents dans Zendesk, leurs membres peuvent facilement se joindre aux conversations avec les clients pour aider à résoudre les problèmes liés aux produits.

De plus, GoodData présente chaque note de satisfaction à toute l'entreprise grâce à l'intégration Zendesk pour Yammer, qui publie automatiquement les notes, bonnes et mauvaises, et les commentaires des clients Zendesk directement dans Yammer.

NOTE SATISFACTION CLIENT

GoodData: 96%

Secteur Logiciels: 85%

gooddata.zendesk.com

SENDGRID

SendGrid a une longueur d'avance en matière de taux de satisfaction grâce à sa capacité à prédire les résultats. Un pilote d'une nouvelle application de prévision de la satisfaction Zendesk a été lancé. Il fournit un score prédictif bon ou mauvais pour chaque ticket, dans le but de permettre à SendGrid de fournir une assistance plus personnalisée aux clients nécessitant une attention particulière.

Bien que les notes de satisfaction soient spécifiques aux tickets, la satisfaction client est une mesure d'équipe pour SendGrid. Avec trois équipes dispersées géographiquement, plusieurs agents travaillent sur un ticket et c'est donc collectivement que se fait la recherche de la meilleure solution pour le client.

Pour SendGrid, la satisfaction client va bien au-delà de l'opinion de ses clients. C'est aussi un moyen de prendre les bonnes décisions concernant l'entreprise. En analysant les notes des tickets par le biais de diverses catégories, SendGrid peut identifier des tendances, par exemple un volume plus important de tickets portant sur la facturation avec une satisfaction faible à certains moments du mois.

sendgrid.zendesk.com

NOTE SATISFACTION CLIENT

SendGrid: 91%

Secteur des Applications Web: 86%