



# Le Benchmark Zendesk 2ème Trimestre 2013

FOCUS SUR LE SERVICE CLIENT EN LIBRE-SERVICE

# Table des matières


Satisfaction client globale	<b>Page 1</b>
Récapitulatif	
Histoire du benchmark Zendesk	
<hr/>	
Amélioration de la satisfaction client grâce à la reprise de l'économie	<b>Page 2</b>
<hr/>	
Satisfaction client par pays	<b>Page 3</b>
Satisfaction client par secteur	
<hr/>	
Amélioration du service client en libre-service	<b>Page 4</b>
Utilisation du libre-service	
<hr/>	
De plus en plus mobile	<b>Page 5</b>




# Satisfaction Client Globale, T2 2013




## PAYS LES PLUS SATISFAITS









## Satisfaction client globale, 2ème Trimestre 2013

81 %  +3 points\*

	PREMIERS PAYS	T2 (2013)	DEPUIS T1 (2013)*
1	Nouvelle-Zélande	92 %	 1
2	Canada	91 %	 4
3	Australie	89 %	 4

	DERNIERS PAYS	T2 (2013)	DEPUIS T1 (2013)*
1	Émirats Arabes Unis	58 %	 5
2	Afrique du Sud	60 %	 16
3	Turquie	68 %	 3

	PREMIERS SECTEURS	T2 (2013)	DEPUIS T1 (2013)*
1	Éducation	95 %	 0
1	Services et conseils inform.	95 %	 1
2	Immobilier	94 %	 0

	DERNIERS SECTEURS	T2 (2013)	DEPUIS T1 (2013)*
1	Réseaux sociaux	64 %	 2
2	Médias et télécommunications	73 %	 0
3	Divertissements et jeux	76 %	 4

\*évolution en points

### Récapitulatif

La satisfaction client générale est en hausse, après plus d'une année à la baisse. Au cours du deuxième trimestre, la satisfaction client moyenne évaluée dans notre étude a atteint 81 % — une augmentation de 3 points par rapport au trimestre précédent et d'un point par rapport à l'année précédente. Cette reprise a coïncidé avec quelques tendances importantes. D'abord, les secteurs avec une satisfaction client historiquement basse, en particulier les services financiers, ont connu une hausse plus importante. Entre-temps, les consommateurs semblent généralement avoir retrouvé une plus grande confiance dans l'économie, et sans surprise, cette tendance mondiale est reflétée dans l'augmentation de la satisfaction client globale de Zendesk. Il semble que des consommateurs plus satisfaits soient aussi des clients plus satisfaits.

L'approche clé pour accroître l'efficacité consiste à fournir aux clients les outils dont ils ont besoin pour s'auto-assister. Le rapport de ce trimestre se penche sur la façon dont les entreprises encouragent le service client à utiliser du libre-service par le biais des réseaux sociaux, des communautés et des forums en ligne. Il est simple d'en mesurer l'efficacité : nous avons trouvé un bon indicateur que nous appelons « utilisation du libre-service ». Il s'agit du nombre de clients qui utilisent les outils en libre-service, comme la communauté et les forums en ligne, pour tous les clients envoyant une demande d'assistance.

### Histoire 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.

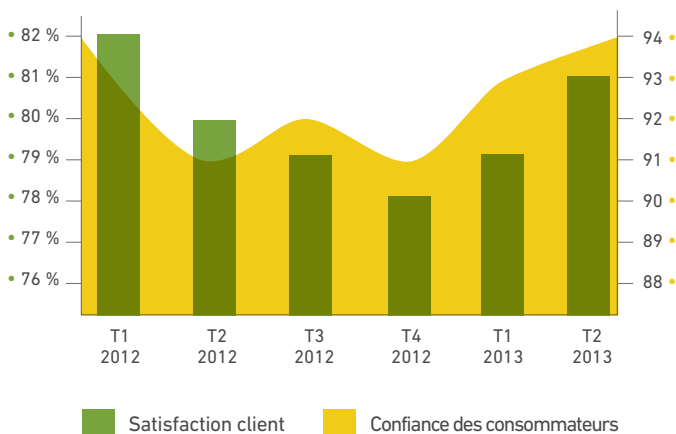
Désormais, les données globales du benchmark de Zendesk sont analysées et publiées tous les trimestres afin de fournir un aperçu de l'état du service client dans le monde et d'identifier les tendances de support et comprendre comment les clients les perçoivent. Ce rapport trimestriel permet de suivre 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.

Ce trimestre, nous mettons l'accent sur ce qui permet aux entreprises de fournir du libre-service à leurs clients et leur capacité à s'auto-assister par le biais des réseaux sociaux, des communautés et des forums en ligne.

## Amélioration de la satisfaction client grâce à la reprise de l'économie

La satisfaction client globale remonte et a atteint 81 % au deuxième trimestre 2013. Il est intéressant de noter que la reprise mesurée dans le benchmark Zendesk coïncide étroitement avec une amélioration de la confiance des consommateurs au niveau mondial, comme le souligne le rapport Nielsen *Global Survey of Consumer Confidence and Spending Intentions* (étude mondiale sur la confiance des consommateurs et les intentions de dépenses) du deuxième trimestre. Ces deux indices ont connu une baisse constante après le premier trimestre 2012, avant de recommencer à monter mi-2013. Il est possible que maintenant que les consommateurs soient plus disposés à dépenser, leur perception des marques et des entreprises s'étant améliorée.

Source : Zendesk Benchmark, Nielsen



Mais l'humeur des consommateurs n'est pas le seul facteur. Des secteurs qui connaissent traditionnellement une mauvaise satisfaction client ont vu une amélioration considérable de cette dernière au cours des derniers trimestres. Par exemple, les services financiers et d'assurances qui se classent régulièrement dans le trio perdant, ont vu leur satisfaction client s'améliorer de près de 6 points au deuxième trimestre 2013. Ils ont ainsi progressé d'une place avec une satisfaction client de 77 %, toujours en dessous de la moyenne du benchmark Zendesk de 81 %, mais à une position plus que respectable.

## L'ÉDUCATION BIEN NOTÉE

Au deuxième trimestre 2013, c'est l'éducation qui s'est classée en première place avec une satisfaction client de 95 %. Elle détrône ainsi le conseil et l'informatique, le secteur en tête au trimestre dernier, qui la suivent de près. Pourquoi un secteur plus connu pour ses laboratoires et ses amphithéâtres obtient-il une si bonne note de satisfaction client ? C'est probablement dû à la concurrence de plus en plus féroce entre les établissements et aux nouvelles attentes des étudiants qui ont grandi avec un accès instantané à l'information et exigent un niveau de réponse et d'assistance dans les écoles. Les établissements qui participent au benchmark Zendesk, comme l'Université du Michigan (cf. ci-dessous), traitent de plus en plus leurs étudiants, candidats et personnel enseignant comme des clients et adoptent les principes du service client pour satisfaire leurs besoins.

### UNIVERSITÉ DU MICHIGAN

Pour la faculté de médecine de l'Université du Michigan, Zendesk était accessoire. Leur philosophie est que «la valeur que nous offrons n'est pas l'équipement ou les logiciels, mais le service et les conseils que nous fournissons à nos clients». L'équipe s'est efforcée de créer une culture axée sur le client au sein de l'université, servant 144 départements avec plus de 14 000 usagers, en essayant d'abandonner la mentalité de conflit souvent liée aux interactions avec le support informatique.

L'équipe du service d'information de la faculté de médecine a travaillé dur pour améliorer les interactions avec les usagers en augmentant le nombre de résolutions en une fois grâce aux règles de gestion et aux marqueurs de Zendesk. Pour mieux prendre en charge leurs logiciels personnalisés destinés aux chercheurs, enseignants, médecins, étudiants et administrateurs, ils ont utilisé l'intégration Zendesk pour JIRA afin de renforcer leurs canaux de communication avec les équipes de développement. Mais pour faciliter les relations avec les usagers, ils ont décidé d'utiliser Zendesk pour mobile, pour se rapprocher de leurs clients.

#### NOTE DE SATISFACTION CLIENT

Université du Michigan :	98 %
Secteur de l'éducation :	95%

## SATISFACTION CLIENT PAR PAYS

	PAYS	T2 (2013)	DEPUIS T1 (2013)*
1	Nouvelle-Zélande	92 %	↓ 1
2	Canada	91 %	↑ 4
3	Australie	89 %	↑ 4
4	Norvège	89 %	↑ 2
5	Danemark	89 %	↑ 1
6	Royaume-Uni	87 %	↑ 1
7	République tchèque	87 %	↑ 4
8	Finlande	86 %	↑ 1
9	Russie	86 %	↑ 6
10	Mexique	85 %	↑ 4
11	Suède	83 %	↑ 2
12	États-Unis	82 %	↑ 2
13	Chili	82 %	↑ 1
14	Pologne	82 %	↑ 4
15	Allemagne	81 %	↑ 2
16	Malaisie	79 %	↑ 3
17	France	79 %	↑ 1
18	Pays-Bas	77 %	↑ 8
19	Italie	77 %	↑ 2
20	Israël	77 %	↑ 2
21	Espagne	75 %	↑ 7
22	Inde	74 %	↑ 1
23	Singapour	71 %	↓ 3
24	Brésil	70 %	↑ 8
25	Belgique	69 %	↑ 4
26	Turquie	68 %	↑ 3
27	Afrique du Sud	60 %	↑ 16
28	Émirats arabes unis	58 %	↑ 5

## SATISFACTION CLIENT PAR SECTEUR

	SECTEUR	T2 (2013)	DEPUIS T1 (2013)*
1	Éducation	95 %	→ 0
2	Services et conseils informatiques	95 %	↓ 1
3	Immobilier	94 %	→ 0
4	Gouvernement et à but non lucratif	94 %	→ 0
5	Hébergement Internet	93 %	↓ 1
6	Santé	91 %	↑ 4
7	Fabrication et matériel informatique	89 %	↑ 2
8	Applications Web	87 %	↑ 2
9	Logiciels	85 %	↓ 1
10	Voyages, hébergement et tourisme	83 %	↑ 1
11	Marketing et publicité	81 %	↑ 6
12	Assistance aux professionnels et aux entreprises	81 %	↑ 3
13	Vente au détail	81 %	↑ 1
14	Services financiers et d'assurances	77 %	↑ 5
15	Divertissements et jeux	76 %	↑ 4
16	Médias et télécommunications	73 %	→ 0
17	Réseaux sociaux	64 %	↑ 2

\*évolution en points

## AMÉLIORATION DU SCORE DE TOUS LES PAYS : LA NOUVELLE-ZÉLANDE EN TÊTE

À quelques exceptions près, il y a eu une amélioration de la satisfaction client dans tous les pays où le benchmark Zendesk a été mené et la lutte pour la première place a été rude. C'est la Nouvelle-Zélande qui l'a décrochée avec la meilleure note de satisfaction client (92 %), talonnée par le Canada avec 91 %. L'Australie a ravi la troisième place avec 89 %,

soit un gain de 4 points. Les pays ayant traditionnellement des notes de satisfaction élevées, comme la Norvège et le Danemark, ont tous connu une amélioration après plusieurs trimestres de baisse.

Cette tendance à la hausse est confirmée par un bond spectaculaire de l'Afrique du Sud, dont la satisfaction client passe de 44% à 60 %, mais reste malgré tout en queue de peloton. Malgré une évolution de 5 points, les Émirats Arabes Unis restent bons derniers.

### Amélioration du service client en libre-service

Si elle n'est pas nouvelle, l'assistance à la clientèle en libre-service est de plus en plus prisée. Selon d'autres études, 67 % des consommateurs préfèrent s'auto-assister que de parler à un agent du service client. Un nombre impressionnant de participants à ces études (91 %) ont aussi déclaré qu'ils utiliseraient une base de connaissances d'une entreprise si elle existait et était adaptée à leurs besoins.<sup>1</sup>

Ainsi, deux tendances clés émergent :

1) Aujourd'hui, les clients veulent s'auto-assister avant de contacter les entreprises directement. De plus, les consommateurs recherchent de plus en plus l'aide de leurs pairs dans les communautés en ligne au lieu d'interagir directement avec les marques.

2) Les entreprises prennent conscience que l'assistance en libre-service a un impact positif sur leurs activités et améliore la satisfaction client. En effet, une auto-assistance accrue fait baisser les coûts d'assistance, et libère également des ressources qui peuvent alors se consacrer aux clients importants.

Historiquement, le service client a toujours été mesuré du point de vue des agents du service client, que ce soit en termes d'efficacité - grâce à des mesures comme le temps de traitement et le nombre de tickets résolus - ou de résultats comme la satisfaction client. C'est une vision de l'interne vers l'externe, qui mesure le support client comme un centre de coût pour une entreprise.

Étant donné l'évolution des préférences des consommateurs pour le libre-service et la tendance accrue à mesurer l'expérience client, les entreprises ont besoin de nouveaux indicateurs pour mesurer et comparer leurs efforts en matière de libre-service.

Zendesk a développé un nouvel indicateur, le score d'utilisation du libre-service, qui permet de voir le niveau d'implication des clients auprès d'une entreprise donnée. Plus cette note est élevée, plus les clients s'auto-assistent. Les vainqueurs du benchmark pour le libre-service offrent à leurs clients les services qu'ils préfèrent.

<sup>1</sup> Source :

<http://fr.zendesk.com/ressources/infographie-referencement-recherches-self-service>

# 4,1

## T2 2013

	SECTEUR	NOTE
1	Réseaux sociaux	9,9
2	Logiciels	7,1
3	Fabrication et matériel informatique	6,1
4	Services et conseils informatiques	4,6
5	Hébergement Internet	4,6
6	Applications Web	4,4
7	Médias et télécommunications	4,1
8	Divertissements et jeux	4,1
9	Gouvernement et à but non lucratif	2,8
10	Éducation	2,4
11	Assistance aux professionnels et aux entreprises	2,3
12	Santé	2,2
13	Immobilier	1,9
14	Vente au détail	1,9
15	Marketing et publicité	1,5
16	Services financiers et d'assurances	1,2
17	Voyages, hébergement et tourisme	1,1

## Utilisation du libre-service

Le score attribué à l'utilisation du libre-service fait référence au nombre d'utilisateurs qui font usage du contenu mis à leur disposition par l'entreprise pour résoudre un problème divisé par le nombre d'utilisateurs qui envoient une demande d'assistance. La note moyenne pour les entreprises utilisant Zendesk est de 4,1, ce qui signifie que sur quatre clients ayant essayé de résoudre un problème à l'aide du libre-service, seul un client a envoyé une demande d'assistance.

Ce sont les secteurs techniques et industriels qui sont en tête dans ce domaine et remportent un vif succès; tandis que les secteurs confrontés à des questions généralement plus personnelles, comme le tourisme ou les services financiers, sont ceux qui s'en sortent le moins bien.

Cette différence peut s'expliquer par les défis que doivent relever des secteurs disparates : un volume important de questions similaires portant sur des produits et des fonctionnalités spécifiques (pour les

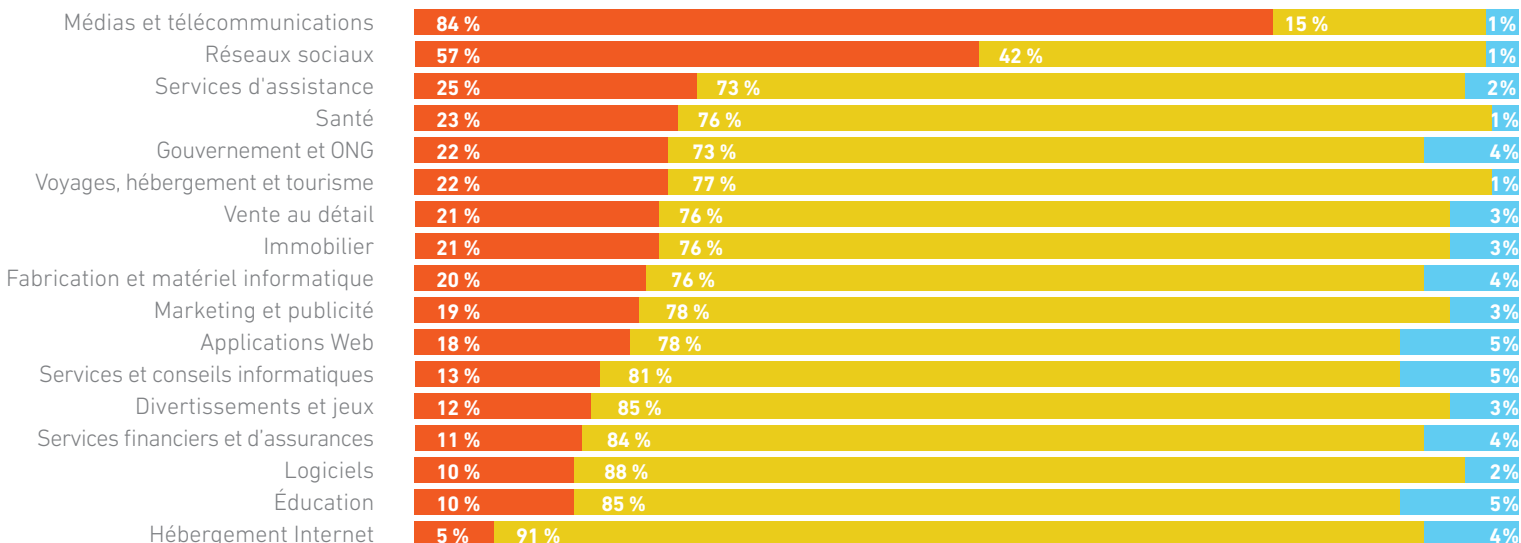
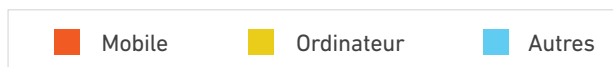
logiciels et l'industrie) avec des réponses simples, et des secteurs où les clients ont généralement des questions portant sur un itinéraire précis ou des problèmes spécifiques à leurs comptes.

De nombreux secteurs ayant bien réussi dans le domaine du libre-service sont d'une certaine manière « nés dans le cloud ». Les réseaux sociaux, les logiciels et même la fabrication industrielle sont des secteurs plus modernes qui s'appuient sur le Web, ce qui leur confère probablement un avantage dans l'usage du libre-service.

### De plus en plus mobile

Une autre tendance nette qui se dégage du benchmark Zendesk est la montée du consommateur sur le mobile. Tout le monde a entendu parler de cette tendance avec l'avènement des smartphones et des tablettes ; ces tendances transparaissent dans les préférences des

APPAREILS UTILISÉS PAR LES UTILISATEURS DU LIBRE-SERVICE PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ



consommateurs qui choisissent de communiquer avec les marques par le biais des forums et des centres d'aide.

Le benchmark de Zendesk prend en compte les appareils que vos consommateurs utilisent pour accéder au contenu en libre-service — des appareils mobiles aux ordinateurs traditionnels, en passant par les consoles de jeu. Le pourcentage d'utilisateurs qui accèdent au contenu en libre-service à partir de leurs appareils mobiles a augmenté de 50 % depuis l'an dernier. Au deuxième trimestre 2013, 26 % des utilisateurs du libre-service se servaient d'appareils mobiles contre 17 % un an avant.

Le défi de pousser les utilisateurs à s'auto-assister est constant alors que les préférences des consommateurs en matière d'appareils évoluent. Les entreprises devront prendre en compte la montée des appareils mobiles pour accéder au libre-service.

## TANGO

Tango, application très utilisée pour les appels vocaux et vidéo, compte de nombreux clients dans le monde entier, 135 millions pour être précis. Pour élargir son service client, Tango concentre ses efforts sur le libre-service afin d'aider ses clients à trouver des réponses à leurs questions d'assistance par eux-même. Et avec 93 % du trafic dans leur centre d'aide provenant d'appareils mobiles, avoir un libre-service mobile est devenu indispensable pour eux.

Pour prendre en charge ses clients mobiles, l'application Tango détecte automatiquement quel appareil mobile le client utilise et lui fournit un contenu d'assistance spécifiquement conçu pour cet appareil. Pour inciter les clients à adopter le libre-service, ils placent des articles rattachés à leur centre d'aide un peu partout : listes des articles connexes à la fin de chaque article et réponses automatiques aux tickets dirigeant les clients vers un contenu pertinent.

### MESURER L'UTILISATION DU LIBRE-SERVICE

Tango : 71,3

Secteur des médias et télécommunications : 4,1