

# ÉTUDE STRATÉGIE CLIENTS RÉSULTATS CLÉS 2020

Etude web réalisée par INIT en février et juin 2020 - 660 professionnels répondants

STRATÉGIE  
CLIENTS

Init

amarc

S  
sens  
du  
client  
.com

## Des investissements dans l'Expérience Client encourageants, malgré la crise COVID

**30%** des professionnels déclarent que leur entreprise va augmenter les moyens alloués



### Trois enjeux majeurs post-crise COVID

**34%**

La **proximité**  
Client



**32%**

La **simplification** des  
parcours clients



**32%**

La **digitalisation**  
de la relation client



## Une réelle volonté de progrès

**72%** des professionnels pensent que la **Culture Client** a progressé au sein de leur entreprise



**93%** des entreprises ont mis en œuvre un **projet pour améliorer l'Expérience Client**, dont :

**66%**

Le renforcement  
du programme  
d'écoute des  
clients



**46%**

Des investissements  
dans les **bases de  
données client**  
(CRM)



**42%**

Des formations et  
**codes de conduite**  
auprès des  
collaborateurs



**42%**

Des cartographies  
de **parcours**  
clients



# ÉTUDE STRATÉGIE CLIENTS RÉSULTATS CLÉS 2020

Etude web réalisée par INIT en février et juin 2020 – 660 professionnels répondants

STRATÉGIE  
CLIENTS

INIT

amarc

S  
sens  
du  
client  
.com

## Des freins qui restent à lever, malgré une exigence accrue des clients

Des clients plus exigeants que l'an passé selon **98%** des professionnels

Seulement **83%** des professionnels estiment que leur entreprise considère bien les clients



**73%** des professionnels rencontrent des freins à une plus grande orientation client dans leur entreprise, dont :

- ✓ Les process de l'entreprise (**72%**)
- ✓ Les collaborateurs qui ne sont pas assez orientés client (**52%**)
- ✓ Le management (**50%**)
- ✓ Les bases de données CRM (**46%**)



## Une crise COVID qui valorise l'action d'entreprises «éthiques»

MAIF devance AMAZON comme entreprise la plus inspirante en terme d'Expérience Client post-COVID



Actions de la MAIF

Entreprise à mission depuis 1 an, versement du surplus des primes auto aux sociétaires pendant le COVID

## La réclamation client, un levier puissant mais sous-utilisé

Pour **53%** des professionnels, la réclamation est clairement promue comme une source d'opportunités par l'ensemble de l'organisation.

Ces entreprises sont les plus matures sur de nombreux points, notamment en termes :

- ✓ d'orientation client avec des freins moins importants (**63%**)
- ✓ et de moyens, avec une mesure de la satisfaction du traitement des réclamations plus ancrée (**57%** d'entre elles)



CLIENT