



L'Obsession Client, la clé d'une expérience réussie

Restitution personnalisée de l'Étude Customer Experience Excellence KPMG

Edition 2019 - France





1. NOTRE ETUDE : PÉRIMÈTRE ET MÉTHODOLOGIE

2. NOS PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS SUR LE MARCHÉ

FRANÇAIS

3. ZOOM SUR LE SECTEUR ASSURANCE

Une étude publiée par le Centre d'Excellence en Expérience Client international de KPMG depuis 10 ans

20 pays couverts dans le monde



80 000 consommateurs consultés



3 000 000 d'évaluations B2B et B2C



2 700 marques cross-secteurs



10 années de recherche et d'analyse



FOCUS EN FRANCE

10 secteurs couverts



GRANDE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE



ENERGY & UTILITIES



DISTRIBUTION SPECIALISEE



ASSURANCE



LOGISTIQUE



BANQUE



RESTAURATION



TELECOMS



SECTEUR PUBLIC ET SANTÉ



VOYAGES ET HÔTELLERIE

7 500 consommateurs consultés (+50%)

266 marques cross-secteurs (+6%)

167 marques classées (+37%)

Un cadre méthodologique d'analyse de l'expérience unique et éprouvé

Les Six Piliers™ de l'Expérience Client KPMG

INTÉGRITÉ

Avez-vous confiance en la marque ?

Etre fédérateur d'une relation de confiance avec le client dans la durée



1



2

PERSONNALISATION

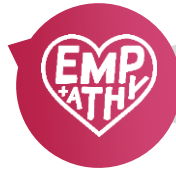
L'entreprise répond-elle à vos besoins spécifiques ?

Utiliser l'attention donnée à chaque client pour créer un lien émotif

EMPATHIE

L'entreprise a-t-elle eu de l'empathie pour vous ?

Comprendre et savoir répondre aux situations des clients pour les adresser au mieux



6



3

ATTENTES

L'entreprise répond-elle à vos attentes ?

Gérer, atteindre et dépasser les attentes des clients

5



TEMPS & EFFORT

Est-il facile d'être en contact avec la marque ?

Minimiser l'effort fourni par le client et créer des processus fluides

4



RÉSOLUTION

L'entreprise a-t-elle résolu facilement votre problème ?

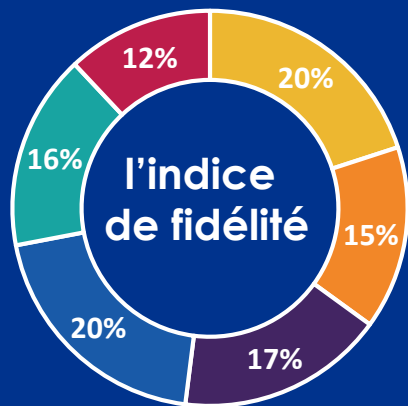
Ne laisser la place qu'à des expériences mémorables

1

Ordre d'importance en terme de poids du pilier dans le score CEE

LES 6 PILIERS™ AIDENT À MIEUX APPRÉHENDER LA PERFORMANCE EXPÉRIENCE CLIENT

Impacts des piliers sur :



INTÉGRITÉ



PERSONNALISATION



ATTENTES



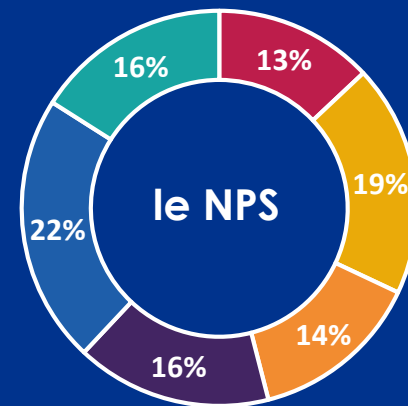
RÉSOLUTION



TEMPS & EFFORT



EMPATHIE





1. NOTRE ETUDE : PÉRIMÈTRE ET MÉTHODOLOGIE

2. NOS PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS SUR LE MARCHÉ

FRANÇAIS

3. ZOOM SUR LE SECTEUR ASSURANCE

Quatre grandes tendances se dégagent en termes d'expérience client



La clé de l'Excellence :
l'obsession client...



Mise en place d'un **dispositif multi-format** (sondage, interviews, focus groupe), animé en continu à l'échelle internationale pour **comprendre en permanence les besoins des clients**



...doit être étendue
à **toute l'entreprise...**



Création et déploiement d'une **formation orientée client**, destinée à l'ensemble des collaborateurs du groupe : du cadre dirigeant à l'intérimaire



...et demande de se
préoccuper du **lien émotionnel avec le client...**



Mise en œuvre d'un projet visant à **transmettre des émotions** au travers des écrits, en particulier via le **canal « courrier »**

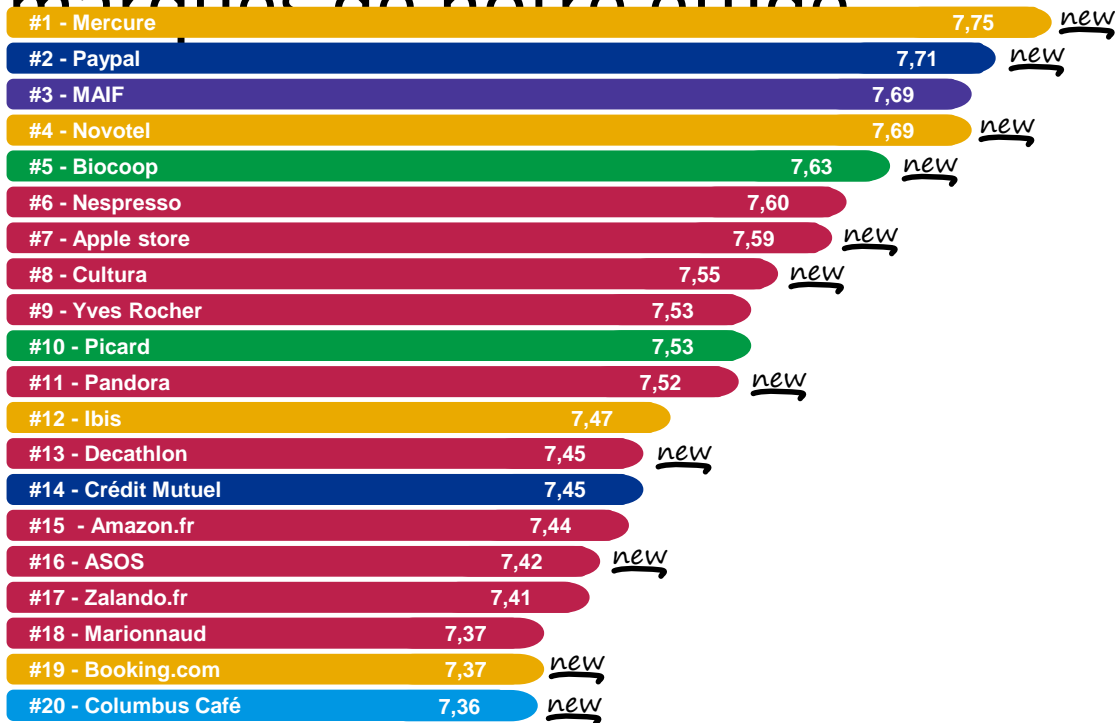


...pour constituer un réel
avantage concurrentiel et un levier de **performance économique**




Corrélation entre leur **indicateur de réputation**, appelé RPS (agrégat de notes issues des différentes plateformes de réservation), et **l'évolution de leur CA**


Les scores des 20 premières marques de notre étude



DE VÉRITABLES CHANGEMENTS PAR RAPPORT À L'ÉTUDE CEEC 2018

new 11 nouvelles marques dans le Top 20 en 2019

 1 acteur de l'Assurance en 2019 vs. 5 en 2018

 10 acteurs de la Distribution Spécialisée en 2019 vs. 7 en 2018

L'Assurance, 1^{er} secteur en termes d'expérience client



Score CEE

Assurance		3 ^e	4 ^e	4 ^e	1 ^{er}	1 ^{er}	1 ^{er}	7,11	
Grande distribution alimentaire		1 ^{er}	1 ^{er}	1 ^{er}	2 ^e	2 ^e	3 ^e	7,11	
Distribution spécialisée		2 ^e	3 ^e	3 ^e	3 ^e	3 ^e	4 ^e	7,05	
Restauration		4 ^e	2 ^e	2 ^e	5 ^e	5 ^e	2 ^e	7,03	
Banque		6 ^e	5 ^e	6 ^e	6 ^e	4 ^e	5 ^e	6,94	
Voyages & Hôtellerie		5 ^e	6 ^e	5 ^e	4 ^e	6 ^e	6 ^e	6,94	
Télécommunications		7 ^e	8 ^e	7 ^e	8 ^e	8 ^e	7 ^e	6,58	
Secteur public & Santé		9 ^e	7 ^e	8 ^e	7 ^e	7 ^e	10 ^e	6,57	
Logistique		8 ^e	10 ^e	9 ^e	9 ^e	9 ^e	8 ^e	6,53	
Energy & Utilities		10 ^e	9 ^e	10 ^e	10 ^e	10 ^e	9 ^e	6,43	
Moyenne globale								6,96	



PRINCIPALES EVOLUTIONS CONSTATEES ENTRE 2018 ET 2019



Le rattrapage de la Grande distribution alimentaire sur l'Assurance



L'émergence de secteurs d'excellence différenciés par pilier



Un score moyen CEE en légère hausse



1. NOTRE ETUDE : PÉRIMÈTRE ET MÉTHODOLOGIE

2. NOS PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS SUR LE MARCHÉ

FRANÇAIS

3. ZOOM SUR LE SECTEUR ASSURANCE

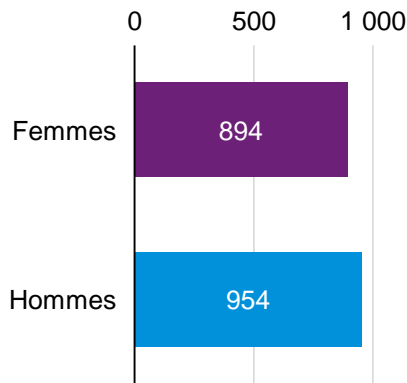
La base de répondants des assureurs classés en 2019

1852 répondants

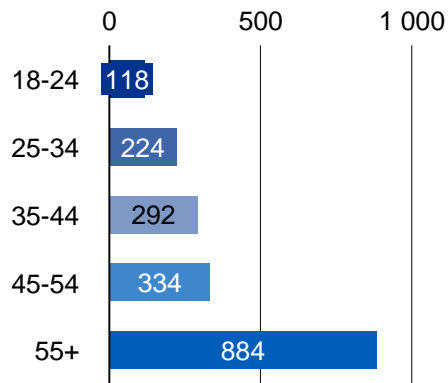
↑ +34,1% vs 2018



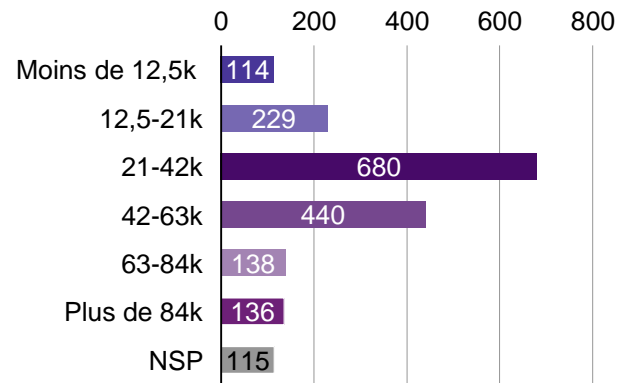
Segmentation par genre*



Segmentation par âge



Segmentation par niveau de revenus

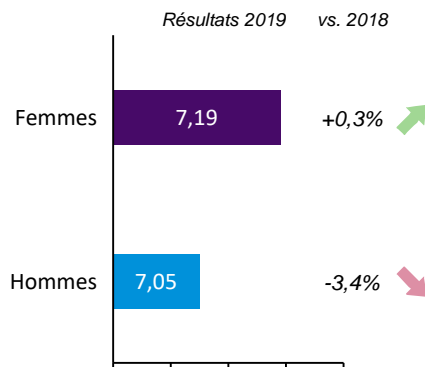


* 4 répondants ont répondu « Autres » à cette question

Le score moyen par segmentation d'assurés



Segmentation par genre

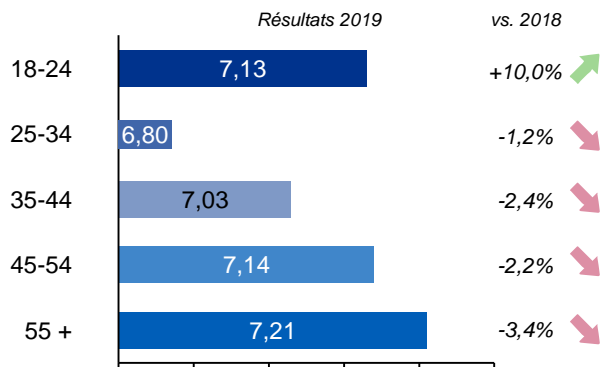


En 2019, les **femmes** attribuent un score CEE :

- en légère hausse
- supérieur à celui du panel « hommes »



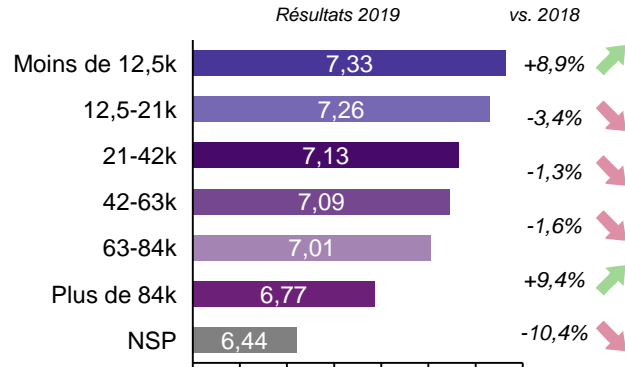
Segmentation par âge



- Le **segment des 55 ans et plus** attribue le score CEE le plus élevé, malgré un score plus faible que sur l'année 2018
- Le **segment des 18-24 ans** attribue un meilleur score comparé à celui de l'année 2018



Segmentation par niveau de revenus

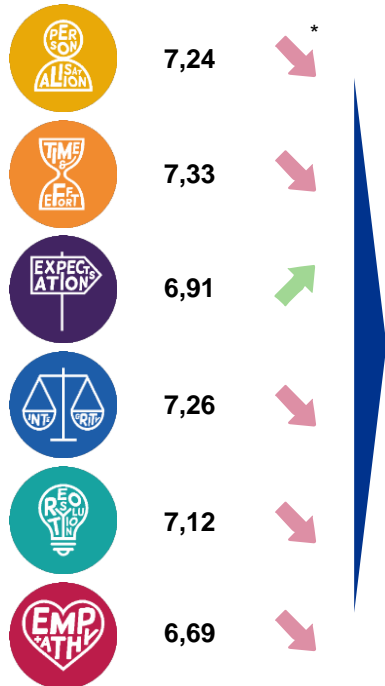


Parmi les personnes se prononçant, les **segments** inférieurs à 21k€ de **revenus** attribuent un score CEE supérieur :

- aux autres tranches de revenus
- avec notamment une forte hausse sur l'année 2018 pour les plus faibles revenus (+8,9%)

L'Assurance, un secteur qui conserve sa place de leader de l'expérience client

Classement du secteur par pilier



* vs 2018

- 1** De manière générale, les **acteurs mutualistes** conservent leur avance sur les défis attenants à l'expérience client, c'est en particulier vrai pour les piliers Personnalisation et Temps & Effort
- 2** Le secteur Assurance progresse sur le pilier Attentes, démontrant ainsi la capacité des acteurs à **exploiter leurs données** pour améliorer la prise en compte des besoins des clients
- 3** Le secteur Assurance affiche la **meilleure performance sur trois piliers** : Intégrité, Résolution et Empathie.

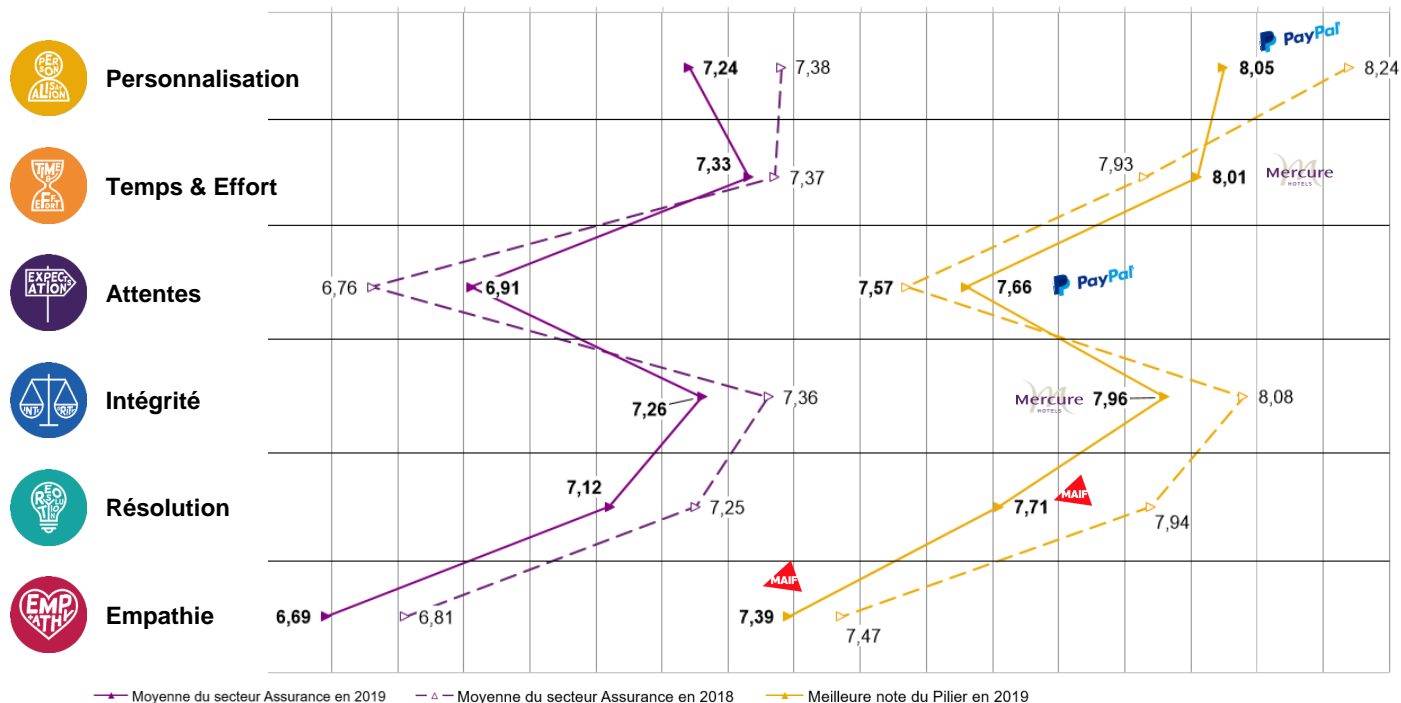


L'ASSURANCE, LE CHAMPION DE L'EXPÉRIENCE CLIENT CHALLENGÉ

Secteur le plus performant
en termes d'expérience client
Note CEE moyenne du secteur : **7,11** ↓



Comparaison des performances par pilier entre 2018 et 2019



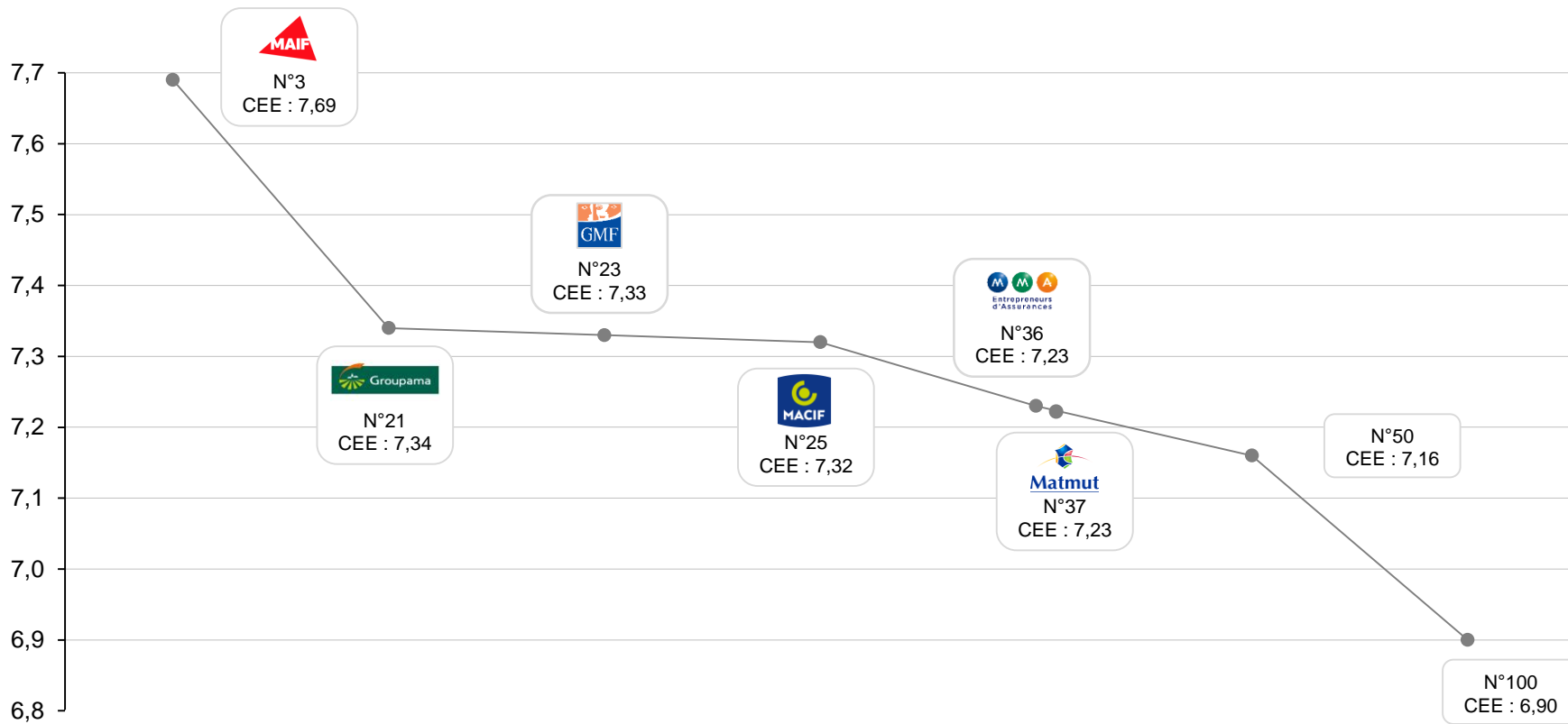
En 2019, les marques assureurs ont vu leur score baisser légèrement de -1,1%.

En comparaison avec les *Best Players*, on pourra noter un écart de note significatif sur les 2 piliers suivants :

- **Personnalisation (-0,81)**
- **Attentes (-0,75)**

Cette tendance s'explique du fait qu'en 2019, seul **1 acteur de l'Assureur** a fait partie des **20 meilleures marques** (vs. 5 en 2018)

6 acteurs mutualistes se classent dans le TOP 40



Questions / Echanges





Pierre Durand
FS Business Transformation
Manager Assurance
Tél. : + 33 (0)6 46 81 95 51
E-mail : pierredurand@kpmg.fr



kpmg.com/fr/actualites

Cette proposition a été réalisée par KPMG S.A. KPMG S.A. est le membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Les informations contenues dans ce document sont valables à sa date de publication. Nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Cette proposition est soumise au respect des négociations, des accords et contrats signés. KPMG International ne propose pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis-à-vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.

© 2019 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International.