

# Détecter et analyser l'insatisfaction client

## Une opportunité pour votre Relation Adhérents



# Bienvenue !



**Gilles de Veyrinas**

Directeur Marketing & Développement Groupe VYV

Membre du Bureau ADOM



Au sommaire de cette matinée



**Présentation Eloquant**



L'étude Eloquant Research



**Table Ronde – L'insatisfaction**



Conclusion & tirage au sort



**Cocktail déjeunatoire**

# Notre métier

Eloquent, spécialiste de la Relation Client depuis 2001, vous propose Dialogue, Ecoute et Sémantique en mode SaaS.



# Quelques uns de nos clients Mutuelles & Assurances



Être utile est un beau métier



Groupama





**| Un environnement en mutation**

# Sociétaux, légaux et concurrentiels



Fusions



Digital



Nouvelles habitudes



Niveaux d'attentes



Loi Hamon



Startup  
& Nouveaux entrants





| **Les évolutions des attentes de vos clients**



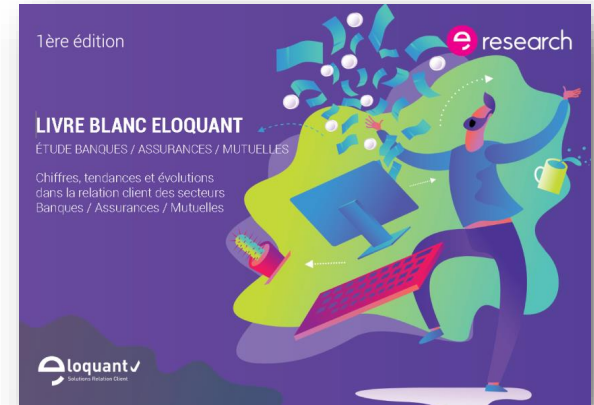
# Contexte et méthodologie

## ▶ La source

- ▶ Analyse des verbatim clients sur les sites publics
- ▶ Corpus : plus de 71 k verbatim répartis sur 10 ans (12/2008 à 04/2019)
- ▶ Sources :  (47%) et  (53%)

## ▶ L'Analyse

- ▶ Moteur d'Analyse Sémantique d'Eloquent
  - ▶ Grammaire Relation Client

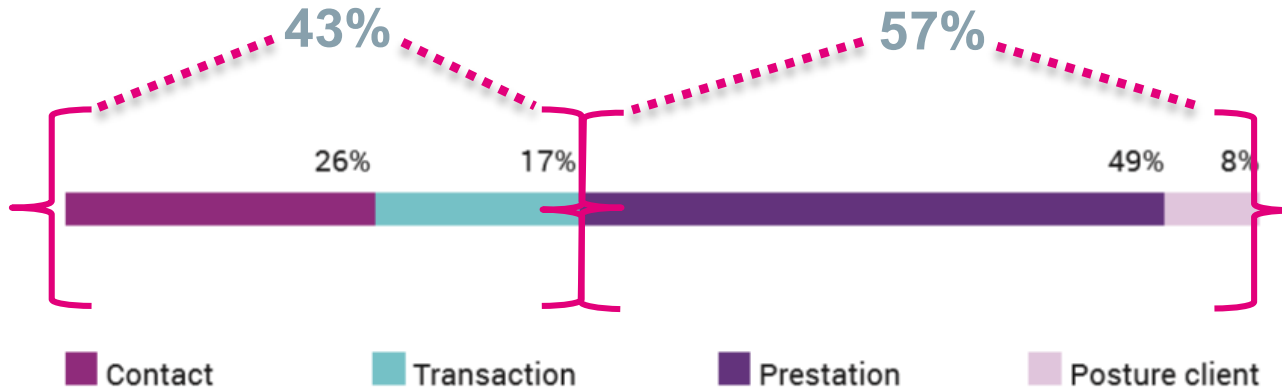


## Précision...



Notre grammaire RC est évaluée  
régulièrement dans le cadre  
Mutuelles/Assurances et fait l'objet de  
mises à jour permanentes

# Vos clients ont du bon sens ...



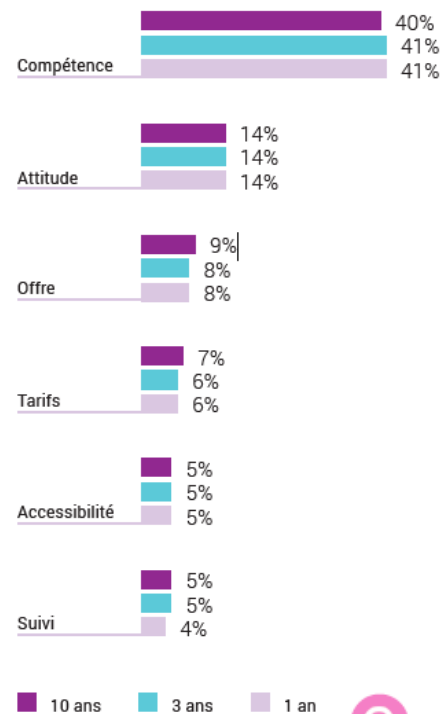
*Poids relatif des méta catégories citées*

## 01

# Les fondamentaux ont peu variés depuis 10 ans...

- ▶ Analyse des verbatim exprimés sur 10 ans, 3 ans ou 1 an
- ▶ Les préoccupations sont toujours par ordre :
  1. La **compétence**
  2. L'**attitude du conseiller**
  3. L'**offre et les tarifs**
- ▶ Ensuite suivent un ensemble de sujets entre 3 et 5% dont le suivi, les possibilités de résiliation, l'attente...
- ▶ Les conclusions sont les mêmes pour le secteur bancaire ou assurantiel.
- ▶ **L'arrivée du digital n'a donc pas bousculé, ni même modifié les principaux thèmes évoqués pas les clients.**

Répartition des catégories citées par les clients dans les avis sollicités TrustPilot :



## 02 | L'opinion des clients est positive

- ▶ L'opinion exprimée par les clients sur les secteurs est globalement bonne, avec en moyenne 85% d'opinions positives.
- ▶ Les opinions positives portent principalement sur la Compétence (55%) du conseiller et son Attitude (21%).
- ▶ Les opinions négatives portent principalement sur les tarifs (21%), l'Accessibilité ou disponibilité du conseiller, et l'Attente (6% chacun).
- ▶ **Les opinions sont globalement positives, avec des disparités selon les thématiques de la Relation Client.**

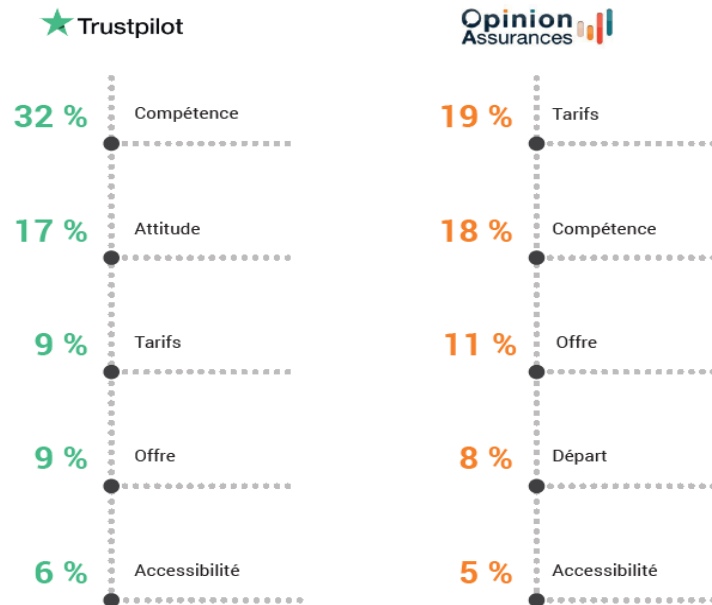
Répartition des opinions positives exprimées dans les avis sollicités via TrustPilot :



# Il existe des différences fortes entre les avis spontanés et les avis sollicités



- ▶ Les différences sont flagrantes au niveau des opinions : 83% d'opinions positives vs 45% dans les avis spontanés.

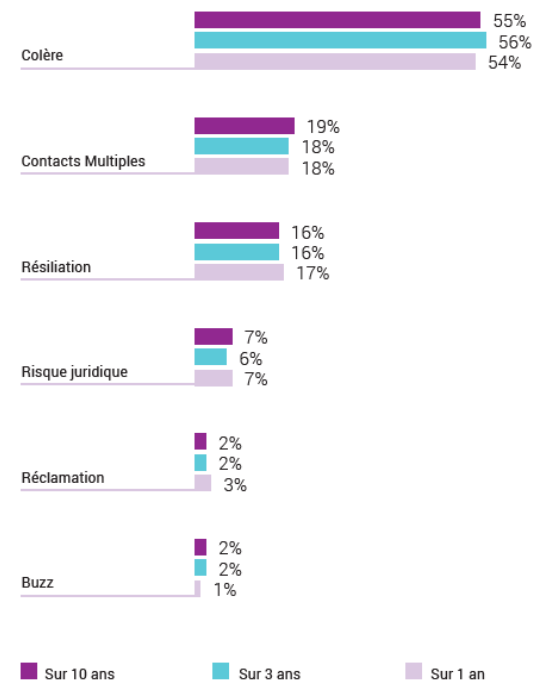


- ▶ Lorsque le client s'exprime spontanément sur sa mutuelle/assurance, le tarif est un critère qui devient majeur.



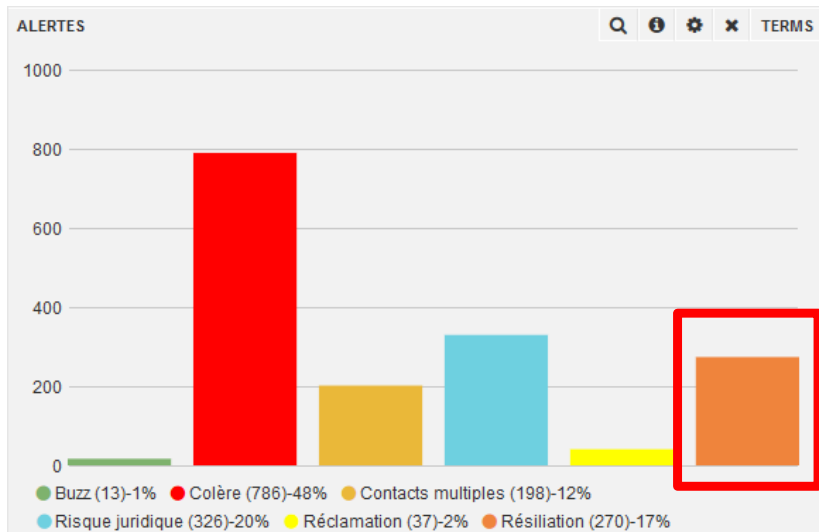
- ▶ Etudes des **alertes** exprimées dans les verbatim
- ▶ Le risque de résiliation est important (1 cas sur 6)
- ▶ Dernière année : 21%
- ▶ **Le risque de résiliation est évoqué de plus en plus fréquemment parmi les alertes, jusqu'à 1 cas sur 5 pour les clients des Mutuelles/Assurances.**

Répartition des alertes soulevées par les clients dans les avis sollicités TrustPilot :

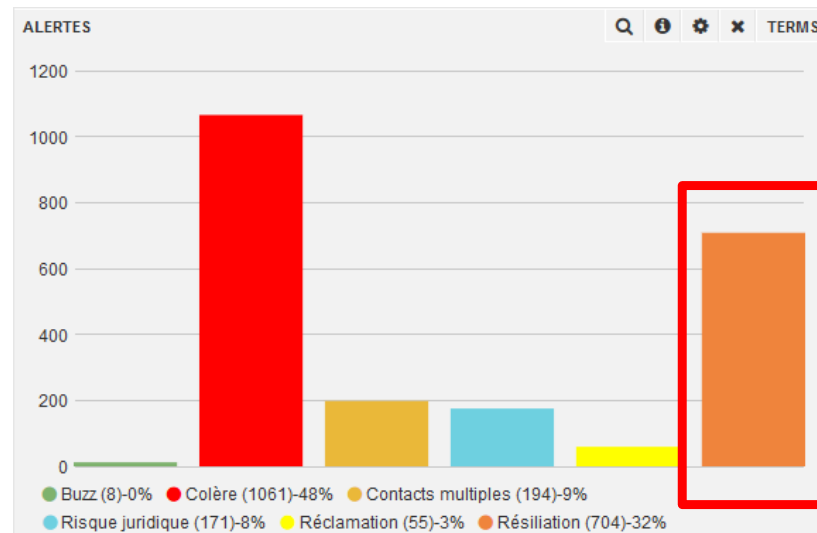


# Zoom sur le risque de Résiliation dans les Mutuelles

Leader du secteur



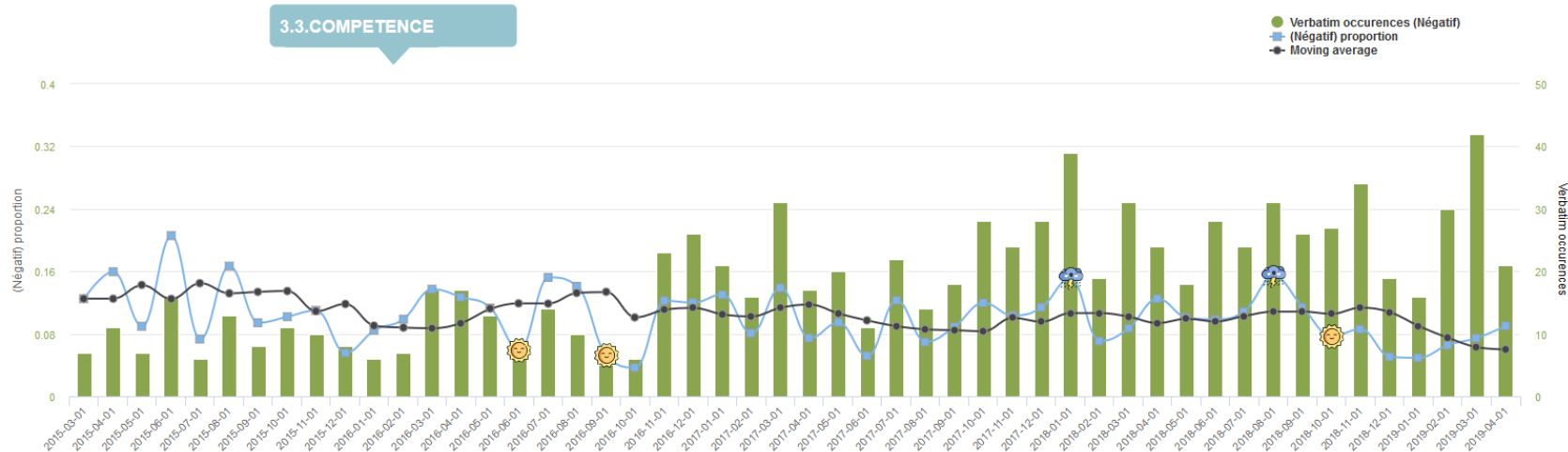
Le moins performant du marché



- ▶ Le risque de résiliation est de 17% pour l'entreprise de référence sur le secteur, contre 32% chez le moins performant.
- ▶ Un chantier **prioritaire** qui s'analyse avec les mots des clients



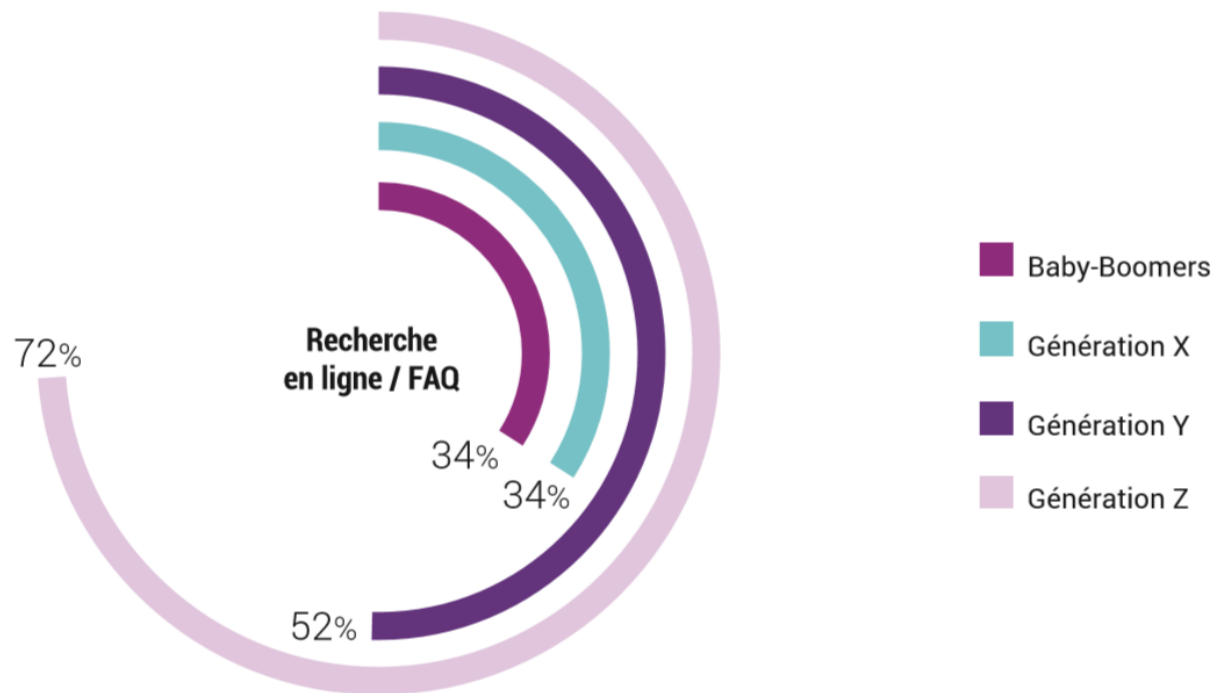
# Zoom sur insatisfaction Compétence et Tarifs...



- ▶ **Compétence :**  
Nette amélioration ressentie par les clients sur 4 ans  
(11% ⇒ 6%)



# Tendance impérative : le self care



# Conclusions de l'étude sur les avis clients

- ▶ **Les clients sont satisfaits** (stable en 10 ans) sur des **critères quasi-invariables**.
- ▶ **Avant tout la compétence**, mais « en privé » sensibilité plus forte sur **tarifs**.
- ▶ Le **risque de résiliation** est évoqué + spontanément, plus que d'autres secteurs (ex: les banques).
- ▶ **L'accès simplifié à l'information est un enjeu** (ex: accès rapide aux agents experts).

## Plus de précisions....

- ▶ Les chantiers sur les offres et des outils doivent être poursuivis (vs concurrents | nouveaux acteurs)
- ▶ L'écoute client et la culture client doivent être la priorité au quotidien
- ▶ Lors des moments de vérité être au rendez vous via de l'humain



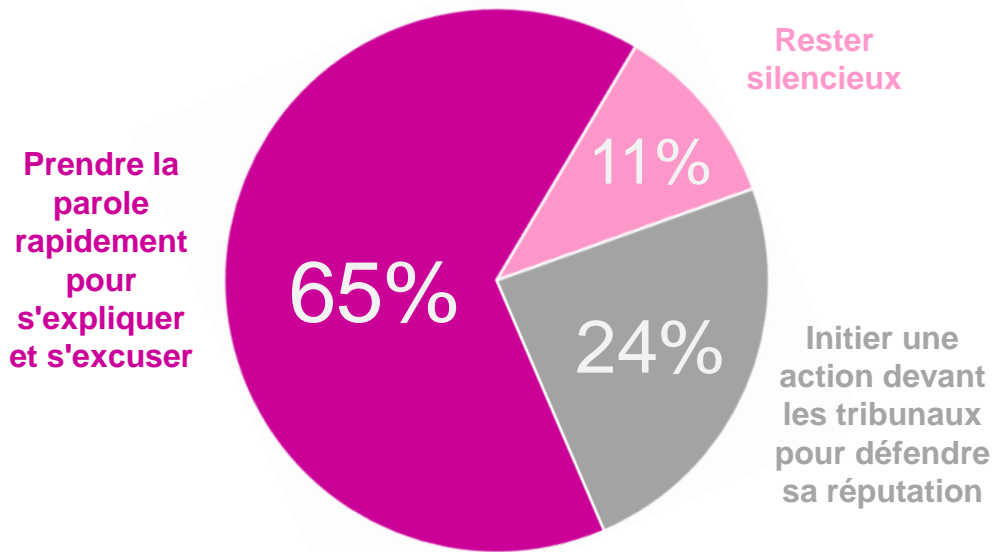
→ *Le livre Blanc vous sera remis à l'issue de la matinée*

A woman with her hair in a ponytail, wearing a blue headband and a white tank top, is sitting in a meditative lotus position on a rocky ledge. She is looking out over a vast, rugged mountain range under a clear blue sky. The scene is bathed in a soft, golden light, suggesting either dawn or dusk. The overall mood is peaceful and contemplative.

# | Focus sur le traitement de l'insatisfaction

# Ecoutez vos clients et agissez !

Souhait majoritaire : une expression rapide de l'entreprise lors d'une crise clientèle



*Quelle est l'attitude la plus efficace pour une marque / entreprise / dirigeant d'entreprise lorsqu'il faut face à une atteinte à sa réputation ou à un scandale ?*



Client insatisfait ?  
Profitez-en !



# Une énergie puissante !

L'insatisfaction prend toujours le dessus par rapport au sentiment de satisfaction.

- Colère
- Expression violente
- Vengeance ...



L'insatisfaction se nourrit plus de **l'absence de réponses** que du problème lui-même



# À retenir ... à chaque niveau !

*Vos clients les plus insatisfaits sont votre plus grande source d'apprentissage*



## Le client qui exprime une insatisfaction :

- Produit un effort
- Demande une solution
- Propose une solution
- Est « sensible » à l'échange

➔ moment de **vérité**

➔ moment de **compétence**

➔ moment de **décision**

# Gérer les insatisfaits, c'est rentable !

- ▶ ROI du traitement des alertes clients
- ▶ Entreprise récoltant 5 000 verbatim / mois, dont 4% d'alertes (fourchette basse)

## Hypothèse

Nombre de verbatim/an	60 000
Taux de clients insatisfaits	4%
Taux de conservation de clients insatisfaits	50%
Coût d'acquisition d'un nouveau client	100 euros
CA annuel moyen par client	200 euros
Nombre de clients insatisfaits détectés	2 400
Nombre de clients insatisfaits conservés	1 200

### ▶ Si l'on ne fait rien

Perte de 2 400 clients : 480 k€

Coût acquisition de 1 200 clients : 120 k€

**Total coût : 600 k€**

### ▶ Action possible :

Analyse Sémantique + rappels

**Conservation cible de 1 200 clients : 240 k€**

### ▶ Delta : 360 k€

pour financer un dispositif d'écoute et de traitement spécifique.



| **Table Ronde**

| **Détecter l'insatisfaction, gérer les clients  
insatisfaits et faire de l'amélioration continue**

# Vos intervenants



**Michèle Boyer**

*Animatrice des Formations*



**Laurence Darnaud**

*Responsable Voix du Client*



**Thomas Laffitte**

*Directeur relation adhérent*



**Catherine Rucki**

*Responsable Relations Clients*

*amarc*



# Q1 : Détecter l'insatisfaction : Quels outils, méthodes et organisation ?



**Michèle Boyer**  
*Animatrice des Formations*



**Laurence DARNAUD**  
*Responsable Voix du Client*



**Thomas Laffitte**  
*Directeur relation adhérent*



**Catherine Rucki**  
*Responsable Relations Clients*



## Q2 : Comment gérer les clients insatisfaits ?



**Michèle Boyer**

*Animatrice des Formations*



**Laurence DARNAUD**

*Responsable Voix du Client*



**Thomas Laffitte**

*Directeur relation adhérent*



**Catherine Rucki**

*Responsable Relations Clients*

*amar*





# Q3 : Comment piloter la satisfaction et mettre en place un processus d'amélioration continue ?



**Michèle Boyer**  
*Animatrice des Formations*



**Laurence DARNAUD**  
*Responsable Voix du Client*



**Thomas Laffitte**  
*Directeur relation adhérent*



**Catherine Rucki**  
*Responsable Relations Clients*



A close-up photograph of several hands stacked together in a circle, symbolizing teamwork and unity. The hands are of various skin tones and are wearing different clothing, including a blue hoodie, a white sweater, and a striped sweater. A watch is visible on one of the wrists. The image has a dark, semi-transparent overlay.

## | Conclusion



# Ce qu'il fallait retenir de la matinée

1. Vos clients vous attendent avant tout sur votre métier
2. La digitalisation change les comportements et non les attentes
3. Ecouter en permanence vos clients est une source de valeur continue

**La technologie transforme la "réclamation" en outil de pilotage :**

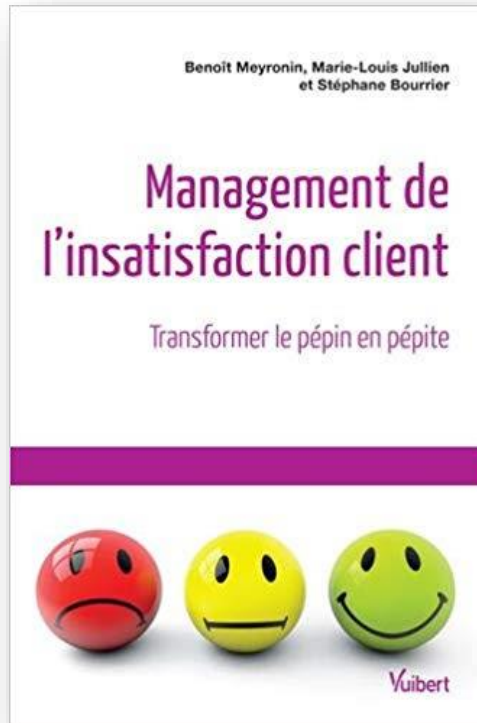
- Stratégique pour la direction
- Visibilité et attractivité pour les équipes marketing
  - Managérial pour le Service Client
- Opérationnel et commercial pour les équipes terrain



# Votre plan d'actions

- **Dès demain**
  - Faites le client mystère et appelez + email votre Service Client
  - Analysez les process actuels de la gestion de l'insatisfaction
  
- **D'ici 3 mois**
  - Faites une photo du parcours client avec les moments clés
  - Enquête auprès des collaborateurs
  - Diagnostic de l'insatisfaction via l'analyse sémantique (web, enquêtes, email...)
  
- **D'ici 9 mois**
  - Formation des équipes & autonomie des collaborateurs
  - Soyez proactif pour chercher l'insatisfaction via outil & process de traitement
  - Faire de la réclamation un moteur d'amélioration continue et de motivation

# Tirage au sort des 3 gagnants !



# Prochains événements ADOM

- **Journée Annuelle ADOM** - Vendredi 20 Mars 2020 - 09:30 - 14:00 – Paris



→ Inscriptions sur <https://www.asso-adom.fr/>

# Pourquoi Eloquant ?

## Facilitateur de votre Relation Client



Dialogue, Ecoute et Sémantique  
Expert de la Relation Client  
Engagé dans l'écosystème

## Acteur de confiance



Engagements de qualité de service  
Certifié ISO 27001  
Editeur, Opérateur & Intégrateur SaaS depuis 2001

## Relation Durable



Stabilité des équipes Eloquant  
Accompagnement dans la durée  
Nos clients sont nos meilleurs ambassadeurs !

A woman with her hair in a bun is sitting in a meditative lotus position on a rocky mountain peak. She is wearing a light-colored top and dark pants. The background shows a vast mountain range under a clear sky. The entire image has a blue color overlay.

**Eloquent**

**Spécialiste français** du mode SaaS depuis 2001

Eloquent propose toute une gamme de produits connexes basés sur **l'analyse et le traitement des flux multicanal**, et s'associe naturellement à l'émergence de **l'Intelligence Artificielle** pour accompagner les Entreprises dans leur stratégie de Relation Clients et du Digital.