

Méthodologie

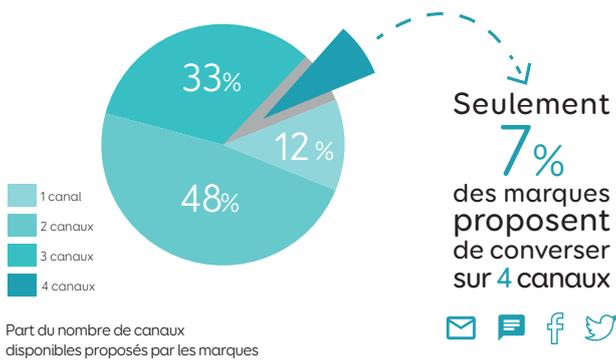
Les conversations engagées par les marques sur le digital sont-elles de qualité ? Pour répondre à cette question, Eptica a réalisé une enquête mystère (février-mars 2017) qui vise à mesurer la qualité des conversations clients engagées par 42 marques françaises de 4 secteurs d'activités (assurance, banque, e-commerce, transport & tourisme). Les conversations avec ces marques ont été évaluées sur la base des 5 critères de qualité ci-contre.

- Rapidité
- Pertinence
- Contextualisation
- Personnalisation
- Empathie

1- Trop de questions de clients restées sans réponse



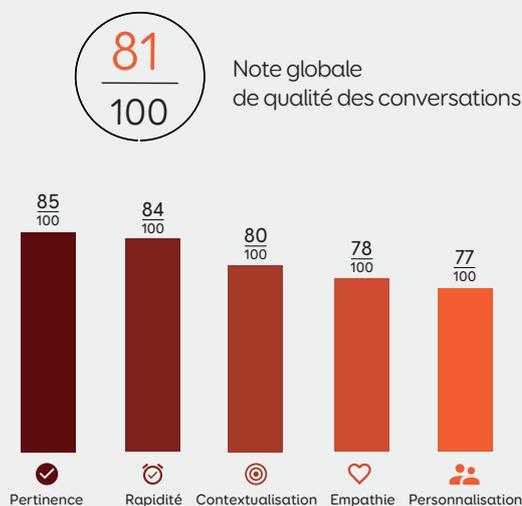
2 - Le multicanal n'est pas la norme



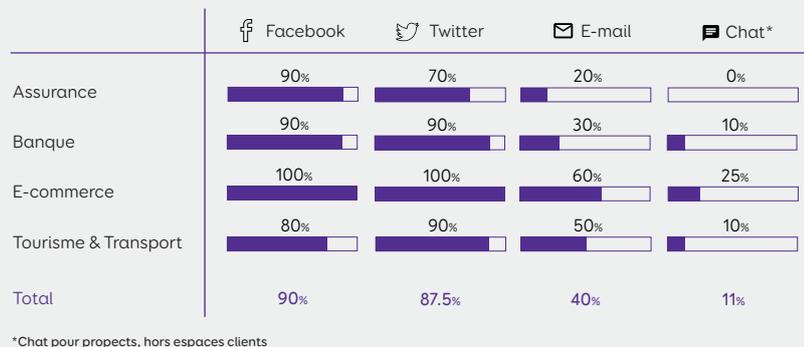
3 - Un manque évident de cohérence



4 - Des réponses pertinentes mais pas assez de personnalisation



5 - Part de canaux disponibles par secteur



6 - Note de qualité des conversations par canal

