



[TOURISME]

Quid de la qualité du service en ligne ?



Quels dispositifs relatifs à la relation client sont mis en place par les acteurs du tourisme ? Quels canaux sont privilégiés par les internautes dans ce secteur ? Dans une étude menée au deuxième trimestre 2015, Eptica, spécialiste des solutions multicanales de gestion des interactions clients, a décrypté la qualité du service client en ligne de 110 entreprises françaises leaders de 11 secteurs d'activité. Dispositifs de relation client mis en place, qualité des réponses apportées et cohérence omnicanale ont été analysés. Concernant l'expérience client proposée par les tour-opérateurs en 2015, le taux d'équipement en dispositifs de relation client est légèrement supérieur à la moyenne des secteurs étudiés (5,2 versus 5,07). Les canaux classiques (e-mail et téléphone) sont proposés sur 90 % des sites web, l'e-mail étant en nette progression (+30 % en un an). Quant aux médias sociaux, ils sont également en progression (100 % des sites pointant vers les comptes Facebook et Twitter de la marque). A contrario, on note un désinvestissement dans les FAQ statiques, avec 30 % de sites équipés (contre 70 % en 2014) au profit des FAQ dynamiques, avec 60 % des sites équipés (+ 30 % en un an). Enfin, l'utilisation du tchat reste anecdotique avec seulement 10 % de sites équipés.