

## 1<sup>ère</sup> étude Social CRM dédiée à l'e-commerce réalisée par e-acticall avec l'outil DIGIMIND

A l'occasion du salon e-Commerce 2011, e-Acticall, filiale digitale du Groupe Acticall, publie les résultats de sa 1<sup>ère</sup> étude de relation client digitale spéciale e-commerce. Le bilan de l'étude sera détaillé lors d'une conférence métier « *Comprendre les enjeux de la relation client sur les médias sociaux. Présentation du Baromètre e-réputation & relation client spécial E-commerce* ».

Quand les e-consommateurs donnent leur avis à propos d'un site e-commerce, où s'expriment-ils ? Comment les acteurs de l'e-Commerce peuvent-ils exploiter les médias sociaux pour renforcer l'attachement des e-consommateurs à leur site e-commerce ?

Pour y répondre, les consultants d-e-Acticall, filiale digitale du Groupe Acticall, ont mené une enquête, du 1<sup>er</sup> juin et 30 août 2011, sur un échantillon représentatif de 600 conversations de relation client (uniquement à connotation négative, témoignant d'une insatisfaction client), en s'appuyant sur la technologie Digimind.



### Où s'expriment les e-consommateurs ?

Quand l'e-acheteur parle d'un site e-commerce, il utilise en priorité les forums communautaires, puis Twitter et ensuite Facebook. Ainsi, entre le 1<sup>er</sup> juin et le 31 août 2011, **37%** d'entre eux se expriment sur **les forums**, **32% sur Twitter**, et **31% sur Facebook**.

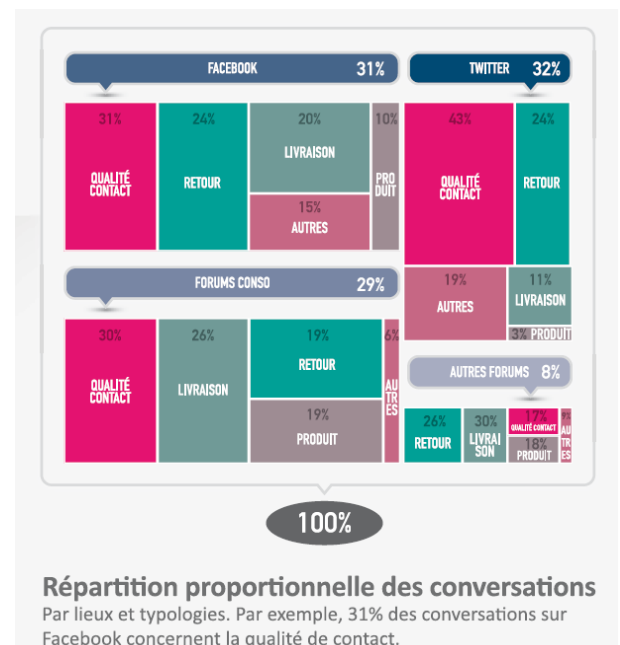
L'analyse des conversations a permis de distinguer les médias sociaux en fonction de l'expression client :

- Facebook, le média le plus utilisé pour entrer en relation directe avec la marque
- Twitter, le canal de la dénonciation et du « coup de gueule »
- Forum, le canal le plus exploité par les utilisateurs pour la recherche d'information et de conseils...

### De quoi parlent-ils ? : « la qualité du contact », sujet de conversation n°1

Chaque conversation peut traiter d'une ou plusieurs typologies :

- **Qualité du contact** : joignabilité du service client, temps d'attente, coût du contact, suivi du dossier client ...  
Représente **43% des conversations sur Internet**
- **Retours produits** : procédure, coût postal, délais pour les retours de produit, délais de remboursements ...  
Représente **30% des conversations sur Internet**
- **Livraison** : délais ou non-livraison, détérioration du colis, relation avec le livreur ...  
Représente **27% des conversations sur Internet**
- **Produit** : déception produit, erreur d'article, commande incomplète ...  
Représente **16% des conversations sur Internet**
- **autres** : prise de commande, accessibilité du site, questions diverses ...  
Représente **15% des conversations sur Internet**



**Découvrez tous les résultats de l'étude et les enseignements exhaustifs**

au Salon e-Commerce 2011 (Porte de Versailles, Pavillon 7)

**le mercredi 14 septembre, de 16h à 16h45, en salle S4**

**le jeudi 15 septembre, de 11h à 11h45, en salle S10**

et sur demande (stand E7)



## Communiqué de presse

13/09/2011

Contact :

Hélène BURY

01 53 56 70 44

[h.bury@acticall.com](mailto:h.bury@acticall.com)

**Groupe ACTICALL**

50 – 52, Boulevard Haussmann  
75009 PARIS

---

### A propos d'Acticall

Acticall est un prestataire de services spécialisé dans la gestion de la relation client à distance. Avec 129 M€ en 2010 et une prévision de 158M€ en 2011, le Groupe Acticall compte près de 5300 salariés répartis sur 14 sites, dont 12 en France et 2 au Maroc (Casablanca). Acticall propose à ses clients grands comptes, privés ou publics (American Express, BNP Paribas, Bouygues Telecom, Canal+, EDF, GDF SUEZ, Ministère de la Santé, Orange, SFR, Toyota...), des solutions d'externalisation de leurs plateformes de relation clients multicanal (appels, mails, courriers) en flux entrants et sortants. Structurée autour de solutions innovantes, industrielles et qualitatives, le positionnement du Groupe repose sur 3 axes : une forte expertise métier avec une logique « clients premium », un accompagnement technologique en amont et en aval des projets ainsi qu'un positionnement éthique et qualitatif fort. Acticall est, depuis 2005, doublement certifié NF Service - 345 - Centre de Relation Client (norme européenne NF EN 15 838) et Label de Responsabilité Sociale. [www.acticall.com](http://www.acticall.com)