Comment Éram s’appuie sur les avis clients pour améliorer ses services ?

Goodays

Relations client : Avec Goodays, Éram active le mode conversationnel

Depuis le début de sa collaboration avec Goodays, Éram, leader français de la distribution de chaussures en centre-ville et centres commerciaux, **collecte les avis clients en envoyant un e-mail après qu'ils aient réalisé leur achat en ligne ou dans l'un des 208 magasins connectés à la plateforme Goodays.**

Grâce à la simplicité de l'interface du questionnaire de Goodays, Éram peut analyser la nature des commentaires laissés par ses clients : 80 % de compliments, 9% de problèmes, 10% de suggestions et 1% de questions. Cette classification permet ainsi d'analyser et de prioriser les conversations à engager avec les clients.

En renforçant l'écoute de ses clients grâce à Goodays, Éram a gagné **+2 points** sur son Net Promoter Score **(NPS)**, indicateur de référence.

65% des clients insatisfaits peuvent être récupérés si l'entreprise résout le problème lors de la première interaction.

"Nous pouvons désormais identifier les clients déçus ou insatisfaits par leur expérience d'achat. Nous accordons une importance toute particulière à nos détracteurs, leur répondant de manière ultra personnalisée. C'est une chance de pouvoir sauver un client voire, de faire d'un détracteur un ambassadeur !"

Tiphaine Chateigner, Responsable expérience client d'Éram

Goodays

goodays.co

Faire savoir diffuser la voix du client à l'échelle de l'entreprise

La plateforme Goodays permettant de **centraliser les avis clients**, Éram partage désormais facilement "la voix du client" auprès de tous les services de l'entreprise.

Depuis deux ans, cette approche "customer centric" berce le quotidien de toute l'entreprise.

- Analyse hebdomadaire des données afin de **prioriser les actions à mettre en place** ;
- Partage de la synthèse des résultats chaque lundi en CODIR ;
- **Aperçu de la satisfaction client en temps réel** grâce au back office Goodays accessible aux Directeurs de magasins ;
- **Présentation interne du bilan semestriel** consacré aux chantiers intitiés par les feedbacks clients.

Grâce à Goodays :

30 % des clients d'Éram sont interrogés par e-mail après leur achat en ligne ou en boutique.

Les avis clients sont captés via **3 parcours d'e-mail post achat** : en boutique, en ligne avec retrait en magasin, en ligne avec livraison.

L'enseigne collecte plus de 1200 feedbacks clients par trimestre.

Les équipes **traitent 100% des remarques** avec un temps de réponse moyen de 8h04.

"L'écoute client ne doit pas uniquement être l'affaire du service client ou du service études. Les clients sont souvent donneurs d'idées et celles-ci peuvent nourrir ou conforter nos réflexions autour de nos axes d'amélioration. Grâce à l'animation faite en interne via Goodays, toutes les équipes ont compris l'importance d'écouter les clients et sont fédérées autour de ce projet. ,"

Tiphaine Chateigner, Responsable expérience client d'Éram

Faire valoir : Éram active des chantiers sur la base des avis clients

En s'appuyant sur les avis collectés et analysés via Goodays, **l'enseigne initie chaque trimestre les projets prioritaires pour améliorer ses services et la qualité de ses produits**.

- Après avoir **identifié un problème sur les livraisons**, l'enseigne a revu le process de contrôle de ses colis. **Résultat : une baisse significative du nombre de commentaires mentionnant ce sujet.**
- Éram permet désormais à ses clients, nombreux à l'avoir suggéré, de commander un produit qui n'est plus disponible en magasin.