

BMC révèle l'infidélité chronique des consommateurs européens

BMC Software vient de publier le '*BMC Churn Index*' qui mesure le degré d'infidélité des consommateurs européens et identifie les raisons qui les poussent à changer de fournisseurs.

Ce nouveau baromètre démontre que les européens sont facilement enclins à changer de fournisseurs de services (banques, assurances, opérateurs de téléphonie mobile ou fixe, Internet?) :

- 60 % des 12 000 personnes interrogées en Europe ont changé d'au moins un fournisseur, au cours des 6 derniers mois ;
- En France, 96 % des personnes interrogées ont au moins changé une fois de fournisseur dans le passé (97 % en moyenne pour l'Europe, 95 % pour la Belgique et 99 % pour l'Allemagne).

BMC Software estime à 3,9 milliards d'euros les pertes annuelles dues à l'incapacité des entreprises à fidéliser leurs clients.

Infidèles par déception et lassitude

L'enquête montre que les consommateurs sont infidèles lorsqu'ils ont le sentiment d'être moins bien traités que de nouveaux clients et lorsque leur fournisseur ne sait pas gérer correctement leurs problèmes.

Les cinq principales raisons invoquées pour changer de prestataire sont les suivantes :

- 1 : Le fournisseur ne récompense pas la fidélité : 43 % (absence de bonus lors d'un renouvellement de contrat ?) ;
- 2 : Les nouveaux clients sont mieux traités que les clients fidèles : 39 % (promotions et remises offerts aux nouveaux clients sans que les anciens puissent en bénéficier) ;
- 3 : Les centres d'appels ignorent l'historique des problèmes : 29 % ;
- 4 : Le client n'est pas informé du suivi de son problème : 28 % ;
- 5 : De multiples interlocuteurs interviennent pour traiter un problème (discontinuité de traitement) : 26 %.

Les consommateurs français réclament en particulier une meilleure continuité lors du traitement de leurs problèmes (55 %) et de bénéficier des mêmes avantages que les nouveaux clients de leurs fournisseurs (58 %).

De la nécessité d'améliorer la politique commerciale et marketing des sociétés françaises

Le Professeur Robert East, expert du comportement des consommateurs à la Kingston Business

School (London University), ajoute : « Cette étude démontre que les entreprises françaises n'ont pas choisi d'investir dans des solutions proactives de gestion des services afin de limiter la propension de leurs clients à changer de fournisseur. »

En pratique, **70 %** des consommateurs français seraient plus fidèles, si leurs fournisseurs étaient plus proactifs pour les informer des mesures prises pour résoudre leurs problèmes.

En effet, deux tiers des consommateurs français (63 %) seraient plus fidèles à leurs fournisseurs, s'ils proposaient des systèmes de résolution des problèmes en libre-service ? plutôt que de leur imposer de contacter des centres d'appels très peu appréciés.

Pour Robert East : « La perte de clientèle est devenue le premier défi pour les entreprises. Celles-ci doivent disposer de systèmes de gestion des services métier pour résoudre intelligemment les problèmes liés à leurs services. Il est dommage de constater que 97 % des consommateurs changent de fournisseur alors que si l'on prenait soin d'eux, 96 % resteraient fidèles. Cette étude de BMC rappelle que les processus métier les plus importants sont ceux liés aux services en prise directe avec la clientèle. »

Enfin, il faut préciser que cette étude a été menée par le cabinet d'études indépendant Research NOW dans 12 pays européens (Allemagne, Autriche, Belgique, Espagne, Finlande, France, Italie, Pays-Bas, Pologne, Royaume-Uni, Suède, Suisse) sur un échantillon d'au moins 1000 consommateurs par pays.