

La satisfaction de la clientèle est la priorité absolue

Pour Swisscom, la satisfaction des clients est la priorité absolue. Les résultats des classements nous incitent à nous améliorer en permanence. Nous ne disposons toutefois pas d'informations assez détaillées sur le classement des opérateurs de télécommunication réalisé par le magazine Bilanz afin de pouvoir prendre position en toute connaissance de cause. Depuis de nombreuses années, nous réalisons régulièrement des enquêtes représentatives en appliquant des méthodes de mesure fiables et stables afin de déduire des mesures d'amélioration à partir des résultats. Ces enquêtes montrent que nos clients sont très satisfaits, même si l'on compare avec les niveaux de satisfaction internationaux, et confirme notre succès sur le marché.

La méthode de l'enquête est inconnue, les résultats sont donc difficilement explicables

Swisscom peut difficilement expliquer les résultats car nous ne connaissons pas la méthode de l'enquête. Nous ne savons pas comment les critères ou leur pondération ont été définis et ces informations ne nous ont pas été fournies malgré notre demande. Le classement 2016 des opérateurs de télécommunication est réalisé par le magazine Bilanz auprès de clients commerciaux depuis plusieurs années. Les changements parfois importants d'année en année sont surprenants. Certains fournisseurs de produits de niche qui arrivent en tête une année sont totalement absents l'année suivante.

Les grands clients sont très satisfaits

Nos grands clients nous ont attribué la note de 8 sur 10 au premier semestre 2016 lors de notre sondage annuel sur la satisfaction de la clientèle. Le Net Promoter Score (indiquant dans quelle mesure nos clients sont prêts à nous recommander) est de 8,1 et nos clients attribuent la note 8,6 à la probabilité d'un nouvel achat. Les collaborateurs contribuent considérablement à la satisfaction de la clientèle sur le marché B2B. Nos clients apprécient notre comportement professionnel, nos compétences techniques, notre fiabilité et le fait que leurs demandes soient prises au sérieux. L'Account Management et les Customer Service Managers sont particulièrement bien notés aux points de contact avec les clients. Nous pouvons nous améliorer en ce qui concerne les supports d'information, les prestations, les offres, les factures et le rapport qualité/prix.

Une méthode stable constitue la base des améliorations continues

Dans le secteur des clients privés, nous mesurons la satisfaction de la clientèle deux fois par an dans tous les segments. Nous conservons la même méthodologie et les mêmes questions afin de pouvoir comparer les résultats. L'enquête qui suit permet une analyse détaillée. Nous analysons les résultats, définissons des mesures et les réalisons. Les clients privés nous ont attribué la note de 7,9 sur 10 au premier semestre 2016 lors de notre sondage semestriel sur la satisfaction de la clientèle. Le Net Promoter Score (indiquant dans quelle mesure nos clients sont prêts à nous recommander) est de 8. De plus, nous complétons ces enquêtes représentatives à l'aide du feedback que nous recueillons juste après le contact. Dans le segment des clients privés, nous pouvons nous améliorer dans le domaine de la stabilité du réseau, du débit Internet et du rapport qualité/prix.

Berne, le 9 septembre 2016