



L'ACTU du LabRC

A la une de cette newsletter :

Un nouveau site, des résultats et la reprise des réunions en présentiel.

Le LabRC a mis en ligne un nouveau site, venez le découvrir <https://www.lelabrc.com/>

Cette newsletter vous présente une **synthèse les résultats la 4^{ième} vague de notre baromètre des 18/30 ans face à la relation client**, étude réalisée en février dernier avec le concours des étudiants de l'ESUP Paris.

Cette année une nouveauté, le volet emploi et attente vis-à-vis des employeurs s'est étoffé pour devenir une étude en soi qui fera désormais l'objet d'un rapport dédié qui sera publié en mai prochain.

Programme de ce premier semestre 2022 :

Réunion plénière le mardi 14 juin portant sur le management d'équipes relations client et sa dimension à distance. Présentation d'un parcours blended learning conçu par Learning by Doing.

La plénière se tiendra en présentiel quartier Montparnasse. Plus de détails dans les semaines à venir.



Nos partenaires



l'ecoleemploi Paris



LE BAROMETRE DES 18-30 ANS

Comportement et attentes vis-à-vis de la relation client

Synthèse de la vague 2022

Depuis 2019 le Lab RC et les étudiants de l'ESUP suivent de manière glissante la génération des 18/30 ans

Et ce, sur deux thèmes :

- Son comportement, attitudes et attentes vis-à-vis des services de relation client,
- et depuis 2020, sa relation à l'emploi et à l'entreprise

Enquête menée par internet auprès de 450 répondants âgés de 18 à 30 ans.

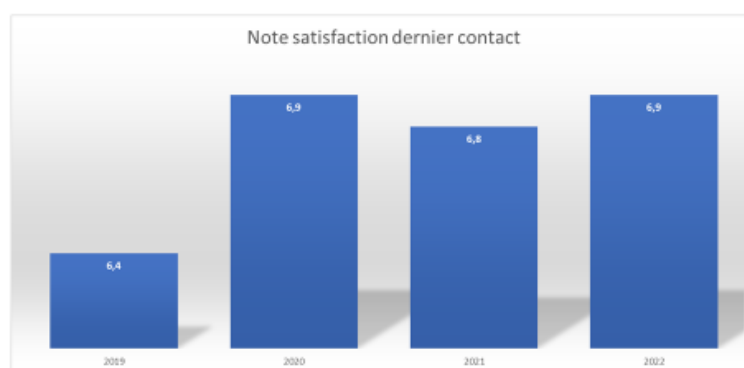


Quelques éléments marquants de cette quatrième vague :

- Une génération plus exigeante avec les services de relation client, qu'elle ne contacte que lorsqu'elle a un problème, privilégiant le self care et les avis pour s'informer
 - Une génération qui est critique vis-à-vis de la relation client avec une note moyenne de satisfaction sur 10 qui est stable à seulement 6,9 sur 10.
 - Une génération à la consommation très digitalisée mais toujours très attachée à l'expérience physique en magasin, choisie et non plus subie .
 - Une génération dont la hiérarchie des canaux de contact reste encore traditionnelle, privilégiant très largement le téléphone, puis l'email et ensuite le chat et les réseaux sociaux.
 - Des influenceurs (ainsi que la publicité) ne semblant pas en avoir beaucoup auprès de cette population
 - Apparition avec un impact significative de l'achat responsable avec la notion d'écologie, de provenance du produit
-

Quelques graphiques

Note de satisfaction globale dernier contact



La note de satisfaction globale de cette population (6,9/10) visiblement plus exigeante reste stable et toujours moins bonne que celle de la population Générale

Utilisation du self care

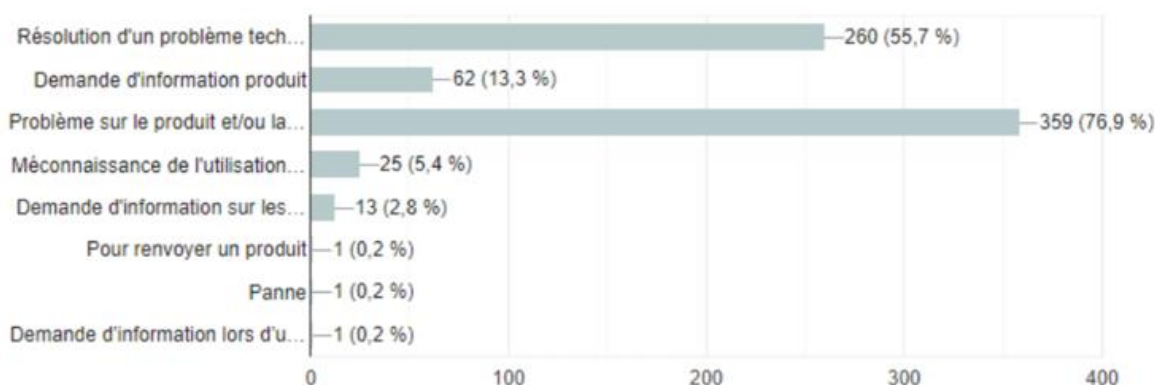
Avant de contacter un service client, pensez-vous à consulter les FAQ de la marque ?

463 réponses



Motif de prise de contact

Le service client est pour cette generation le service réclamation client.

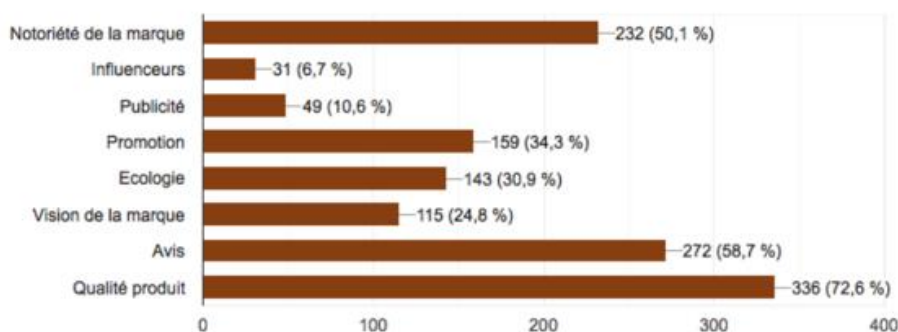


Influences achats

• *Le rapport qualité/prix puis les avis et les promotions*

Quels critères vont influencer vos achats ? (3 réponses maximum)

463 réponses



Recevez l'ensemble des résultats ici



Événements

Venez partager avec vos pairs

Programme du premier semestre 2022

- Avril : publication de l'étude 18/30 ans et relation client
- Mai : publication de l'étude 18/30 ans et emploi
- Mardi 14 juin : plénière « *le management d'équipes relations client et sa dimension à distance* » à Montparnasse
- Jeudi 23 juin, réunion conviviale « Pétanque et relation client » suivie d'un dîner

Adhésion

Pour participer aux échanges et soutenir l'association.

Rejoignez-nous comme membre individuel ou entreprise

Formulaire d'adhésion ci-dessous



Le Lab RC
Association 1901
10 Bd HEROLD
92000 Nanterre

Email : contact@le-lab-rc.com

