

**Décalage entre les usages des consommateurs et les investissements en entreprises :**

## **200 milliards de dollars\* perdus en relation client**

**Les entreprises perdent de l'argent en proposant des moyens de communication en inadéquation avec les canaux de communication utilisés**

### Relation Client 200 Milliards de dollars perdus\*

...par les entreprises,  
qui proposent des moyens de communication  
en décalage avec les usages d'aujourd'hui.

Paris, 26 octobre 2015

**Dimelo, éditeur de logiciels de Relation Client en mode SaaS, présente en une infographie les décalages existants entre les investissements des entreprises dans les différents canaux de communication et les différents usages des consommateurs.**

**Lien pour télécharger l'infographie :**

\*A l'échelle mondiale, 77% des budgets sont alloués à la téléphonie par les entreprises alors que seulement 22% des usagers l'utilisent : 77-22=55%. Il existe 14,5 millions de conseillers téléphoniques au monde (source Gartner), donc 55% de ces conseillers, soit près de 8 millions sont des agents superflus. Le salaire annuel moyen d'un conseiller étant de 25,000 dollars :  $8 \times 25.000 = 200$  milliards de dollars perdus par les entreprises.

### **Déclin du téléphone et explosion des réseaux sociaux**

Le canal téléphonique est de moins en moins utilisé par les consommateurs et totalement en déclin pour la génération des plus jeunes (16-24 ans). Mais de leur côté, les entreprises continuent d'investir en moyenne 77% de leur budget dans ce mode de communication. Un gap qui s'élève ainsi à près de 200 milliards de dollars dépensés en pure perte.



Paradoxalement, seulement 3% des budgets des entreprises sont consacrés aux réseaux sociaux. Un décalage évident alors que les consommateurs l'utilisent à plus de 17% pour communiquer.



Les entreprises consacrent en moyenne 3% de leur budget aux réseaux sociaux alors qu'ils représentent 17% des moyens de communication utilisés par les consommateurs.

### La messagerie instantanée à la traine

Symboles des nouveaux usages, les messageries instantanées sont en plein essor chez les consommateurs et utilisées à plus de 26%. Mais du côté des entreprises, ces canaux de communication ne représentent que 4% des investissements dans leur relation client.



Les systèmes de messagerie instantanée tels que WhatsApp ou Facebook Messenger sont de plus en plus utilisés par les consommateurs. Pourtant les entreprises investissent peu sur des systèmes similaires en Relation Client (live chat, applications mobiles interactives...).

### N°1 : l'emailing

L'email est utilisé à 35% par les consommateurs et reste aujourd'hui le canal de communication le plus important. C'est également le cas pour les entreprises qui consacrent à l'emailing 13% de leur budget.



L'email reste un canal de communication très utilisé, particulièrement dans le cadre professionnel. Dans un contexte de Relation Client, l'email est difficile à gérer efficacement, que soit pour les entreprises ou les utilisateurs.

## La fin du papier...

Chez les consommateurs, le papier a totalement disparu des usages de communication. Malgré tout, les entreprises persistent à utiliser ce canal obsolète avec 3% d'investissements.



## Pour télécharger l'infographie : Lien

### A propos de Dimelo

Créée en juillet 2006 par Stéphane Lee et Eric Dos Santos, Dimelo est un éditeur français de logiciels en mode SaaS. Dimelo permet de centraliser sur une interface unique l'ensemble des canaux digitaux. Présent à Paris et Munich, Dimelo simplifie la relation clients digitale, pour plus de 160 clients et grandes marques : SNCF, Bouygues Telecom, Orange, Canal+, BNP Paribas, Axa, Leroy Merlin, etc. Les solutions Dimelo permettent de réduire considérablement les coûts des services clients, tout en améliorant le taux de satisfaction et l'image de marque.

Plus d'informations : <http://www.dimelo.fr/>

### CONTACT PRESSE

Gildas Piquet-Friboulet - [gildas@buzzpress.fr](mailto:gildas@buzzpress.fr) - Tél. : +33 6 19 93 58 32