

BMW Group France remporte le Prix Excellence Client 2020 décerné par l'Académie du Service, Ipsos et Trusteam Finance.

Paris. BMW Group France remporte le Prix Excellence Client 2020, parmi les 10 entreprises de 9 secteurs d'activités, récompensées dans cette 4^{ème} édition du Prix. Le **baromètre Européen Satisfaction Client Ipsos-Trusteam*** examine la capacité de l'entreprise à ancrer une culture client solide au sein de l'organisation tandis que Trusteam Finance évalue les moyens opérationnels et financiers nécessaires à une bonne mise en œuvre de la stratégie client.

Vincent Salimon, président du directoire de BMW Group France se réjouit : « BMW Group prend, depuis de nombreuses années, des initiatives constantes pour améliorer l'accompagnement du client et le personnaliser tout au long de son parcours d'achat jusqu'au service après-vente. La relation client est l'une de nos priorités stratégiques, et ce prix récompense l'engagement quotidien des équipes de BMW Group France et de notre réseau de concessionnaires ».

BMW Group France est ainsi reconnu pour sa stratégie d'expérience client créée il y a dix ans. Le groupe a organisé la transversalité de l'information au service du client, avec une équipe de « Flying doctors » pouvant aller prêter main forte à l'une des 186 concessions ou points de service. L'expérience digitale du client est aussi au centre des préoccupations et la synchronisation des initiatives permet d'obtenir une information fiable et coordonnée entre les différents départements (après-vente, commercial, pièces détachées...). Une grande attention est également apportée à l'analyse des verbatims des clients, afin de pouvoir agir sur l'amélioration du service. Enfin, tous les collaborateurs de l'entreprise sont financièrement intéressés à l'évolution de la satisfaction client.

Cyril Jacquin, directeur du département services à la clientèle, qui a reçu ce prix lors de la cérémonie le 3 mars, déclare « ce prix vient récompenser notre vision vertueuse de la satisfaction client. Outre notre dispositif de Comités Clients qui se tiennent mensuellement au siège de BMW France et dans chacune de nos concessions, nous avons créé l'Expérience Client Award, doté d'un budget significatif, qui récompense chaque année les 20 concessionnaires ayant initié les projets les plus innovants en matière d'orientation client. Nous sommes ainsi dans une recherche conjointe et constante avec notre réseau de la meilleure expérience client ».

***Baromètre européen de la satisfaction client Ipsos-Trusteam** : évaluation des scores de satisfaction et de recommandation (NPS – net promoter score**) de plus de 900 marques par un panel de 100 000 clients interrogés, soit plus de 1 000 personnes sollicitées dans 16 secteurs et dans 5 pays.

****Net promoter score** : indicateur de la satisfaction et de la fidélité client introduit en 2003 par le consultant Fred Reichheld de Bain & Company. Il est calculé à partir des réponses données à la question suivante aux clients d'une marque : « Recommanderiez-vous la marque X à un ami ou un collègue ? » On propose aux répondants une échelle de 0 à 10 pour s'exprimer ; 0 signifiant que l'interviewé déconseille la marque, 10 signifie au contraire qu'il la recommande fortement. Selon la note donnée, le client est classé comme promoteur (note de 9 ou 10), passif (7 ou 8) ou détracteur (0 à 6). Le NPS est la différence entre le pourcentage de clients promoteurs et le pourcentage de clients détracteurs.

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 6.000 salariés en France. En 2019, BMW Group France a immatriculé 85 909 automobiles des marques BMW et MINI et 17 791 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme 15 modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un demi-million de voitures électrifiées circulaient déjà sur les routes, fin 2019.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. Depuis plus de 30 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs. L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

www.bmw.fr

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance/?hl=fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw-group-france?trk=top_nav_home

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2019, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2 520 307 automobiles et plus de 175,162 motos. En 2018, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,81 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 97,48 milliards d'euros. Au 31 décembre 2018, les effectifs de BMW Group étaient de 134 682 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw