

## **Europcar Mobility Group remporte la « Palme de la Transformation par l'Expérience Client » décernée par l'AFRC**

**Eric Dadian, Président de l'AFRC (Association Française de la Relation Client), a remis hier à Christophe Carrère, Directeur de l'Engagement client d'Europcar Mobility Group, la « Palme de la Transformation par l'Expérience Client ». Chaque année l'AFRC récompense les acteurs les plus performants et les initiatives les plus innovantes en matière de stratégie client à l'occasion de l'événement incontournable des Palmes de la Relation Client.**

Parmi les lauréats 2020 : FNAC Darty, EDF, Etablissement Français du Sang et Europcar Mobility Group, qui s'est vu décerner la « Palme de la Transformation par l'Expérience Client ».

Dans un secteur historiquement « car centric » plutôt que « customer centric », Europcar Mobility Group a fait le choix de placer l'orientation client au cœur de sa transformation : une transformation à la fois culturelle et organisationnelle pour un service client « sans couture ».

L'impulsion a été donnée par le Directoire : avec notamment, l'inscription de l'orientation client parmi les 4 valeurs du Groupe et la définition d'un objectif de progression du NPS (Net Promoter Score), année après année, pour l'ensemble des marques du Groupe.

La démarche s'est ensuite centrée sur l'identification des axes d'amélioration de l'expérience client, de la réservation jusqu'à la restitution du véhicule en passant par les contacts avec les centres de Relation Client d'Europcar, pendant ou après le voyage. Cette démarche s'est voulue co-constructive, en impliquant un grand nombre de clients et collaborateurs du Groupe (70 workshops, plus de 75 visites et entretiens, 850 clients de la communauté Europcar consultés...).

Fort de cette écoute, le Groupe a mis en place de nouveaux modes opératoires. A titre d'exemples : création d'une Direction de l'Engagement Client, refonte des services de Relation Client, désignation de « champions satisfaction client » dans les différents pays du Groupe et mise en place de variables indexés sur la satisfaction client pour les collaborateurs, lancement de nouvelles applications mobiles et refonte des parcours digitaux en stations...

En outre, un certain nombre d'outils ont facilité le développement de l'agilité et de la réactivité des équipes – dont la mise en place de l'outil de CRM Salesforce et l'utilisation de chatbots ou d'enquêtes de satisfaction post-contacts.

Ce nouveau dispositif a notamment permis à Europcar de garantir la continuité de son activité de support clients tout au long de la crise sanitaire liée au COVID-19, dans des conditions de sécurité et de qualité optimales.



Résultats : l'ensemble de ces initiatives a permis une évolution significative du NPS de la marque Europcar ; de 49,6 début 2017 à 58 à fin 2019, un des scores les plus élevés dans le secteur du voyage et des loisirs.

*« Les choix forts que notre Groupe a faits il y a maintenant quelques années sont aujourd'hui payants et vont être la base d'une amélioration en continue de l'expérience client que nous voulons délivrer : avec la marque Europcar, comme avec toutes les autres marques du Groupe. C'est pourquoi nous sommes fiers de ce prix, qui récompense la mobilisation de nos collaborateurs et nous encourage à aller plus loin »* précise Christophe Carrère, Directeur de l'Engagement Client Europcar Mobility Group.

#### **A propos d'Europcar Mobility Group**

Europcar Mobility Group est l'un des principaux acteurs du secteur de la mobilité et est une société cotée sur Euronext Paris. Europcar Mobility Group a pour mission d'être la « mobility service company » préférée des clients, en offrant des solutions alternatives attractives à la possession de véhicules, avec une large palette de services de mobilité : location de voitures et utilitaires, services chauffeur, autopartage (car-sharing), et « private hire vehicle » (PHV – location de véhicules à des chauffeurs de type « Uber »).

La satisfaction des clients est au cœur de la mission du groupe et de l'ensemble de ses collaborateurs et cet engagement vient nourrir le développement permanent de nouveaux services. Europcar Mobility Group opère à travers différentes marques pour répondre aux besoins spécifiques et cas d'usage de chaque client, que ce soit pour une heure, une journée, une semaine ou plus longtemps ; ses 4 marques majeures étant : Europcar® - le leader Européen de la location de véhicules, Goldcar® - la plus importante société de location de véhicules lowcost en Europe, InterRent® – marque « mid-tier » à destination des clients loisirs et Ubeeqo® – leader européen du car-sharing (BtoB, BtoC). Europcar Mobility Group propose ses différentes solutions et services de mobilité dans le monde à travers un vaste réseau dans plus de 140 pays (incluant 18 filiales en propre en Europe, 1 aux USA, 2 en Australie et Nouvelle Zélande, ainsi que des franchisés et des partenaires).

Plus d'informations sur :

[www.europcar-mobility-group.com](http://www.europcar-mobility-group.com)

#### **A propos de l'AFRC**

L'AFRC rythme la transformation des entreprises et de l'économie par l'expérience client et collaborateur. Au service de l'écosystème, elle stimule l'intelligence collective, valorise les réussites et identifie les meilleures pratiques là où elles se trouvent, engage les acteurs et promeut des standards d'excellence et d'éthique relationnelle. Enfin, elle réaffirme la contribution de l'expérience client dans l'économie française. Par ces actions conjuguées, l'AFRC fait de l'Expérience Client une discipline instituée qui fonde une économie d'expériences dans laquelle l'entreprise crée de la valeur et donne du sens, avec toutes ses parties prenantes. En 2020, la communauté compte plus de 3 500 membres et 290 entreprises issues de 23 secteurs d'activité.

[www.afrc.org](http://www.afrc.org)