



Communiqué de Presse

En France, deux études indépendantes placent LeasePlan parmi les entreprises les plus performantes

Deux études récemment publiées illustrent l'attention portée à la relation client chez LeasePlan en France :

- **Etudes TNS de satisfaction clients et conducteurs : des indicateurs en hausse générale**
- **Etude HCG : LeasePlan en France dans le Top 10 de la satisfaction, tous secteurs confondus**

La satisfaction client est une préoccupation quotidienne pour LeasePlan et deux études récentes mettent l'accent sur les effets de cette valeur d'entreprise. En tant que fournisseur de solutions de mobilité et acteur majeur de la location longue durée, LeasePlan doit gérer des spécificités liées au métier de la LLD : dans de nombreux cas, les décisionnaires en matière de constitution de flotte (acheteurs, responsables de parc, gestionnaires de flotte) et les utilisateurs des véhicules ne sont pas les mêmes personnes.

Le défi est donc d'apporter une double satisfaction, qui soit la meilleure pour tous, clients et conducteurs n'ayant pas les mêmes attentes et les mêmes exigences. Cette particularité a notamment été traitée par **TNS**, organisme d'études qui a mené parallèlement les études « *Client Loyalty Survey* » et « *Driver Satisfaction Survey* » en 2016.

« Nous avons, en effet, chez un même client deux typologies de contacts que nous devons servir avec la même exigence et le même niveau de performance. Nous pouvons donc être satisfaits des bons résultats obtenus dans ces deux études menées par des experts indépendants et sur des cibles différentes. » explique **Jean-Loup Savigny, Directeur Commercial et Marketing de LeasePlan en France**.

Les sondés de TNS évaluent leur fidélité vis-à-vis d'une marque selon 4 dimensions de la relation client (qualité de service, recommandation, volonté de ré-achat et avantage concurrentiel) d'une part, et à chaque étape de la vie du contrat d'autre part.

Le client au cœur des stratégies

Selon TNS en 2016, **toutes les notes de LeasePlan affichent des progressions par rapport à 2015**, parfois de manière spectaculaire.

(cf. infographie jointe et annexe : récapitulatif des résultats des Etudes TNS CLS et DSS 2016).

« Nous nous réjouissons de ces résultats qui affichent tous des améliorations très significatives et replacent notre entreprise parmi les meilleures filiales LeasePlan en matière de satisfaction, en Europe et dans le monde. Au-delà des chiffres, ces études démontrent que le client est au cœur de nos préoccupations et de notre stratégie, dans tous les domaines » analyse **Dirk Pissens, Président de LeasePlan en France**, avant de préciser : « Ces études, réalisées avec le plus grand sérieux, nous apportent des indications pertinentes pour continuer à progresser et s'imposer comme la référence dans notre domaine d'activité que ce soit en France ou au niveau international. »

LeasePlan accède au Top 10

Tous les ans, depuis plus d'un quart de siècle, **The Human Consulting Group France (HCG France)**, cabinet indépendant, publie le palmarès des « bons » et des « moins bons élèves » de la relation client. 200 entreprises françaises sont passées au crible de trois millions de tests réalisés sur tous les canaux de communication : appels, courriers, mails, formulaires en ligne, réseaux sociaux, etc.

L'étude HCG se concentre donc pour sa part sur la qualité et la rapidité des réponses apportées aux requêtes par l'entreprise, formulées par les clients ou clients potentiels, via les multiples points de contacts.

La toute récente production de HCG France place **LeasePlan à la 10^e place de l'étude, avec une note de satisfaction globale de 14,7/20**. Cette entrée de LeasePlan dans le Top 10 représente une progression de deux places par rapport à l'année précédente.

« Chez LeasePlan, qu'il s'agisse de nos clients ou de nos collaborateurs, nous accordons beaucoup d'importance à l'humain et ces enquêtes montrent notre volonté de mesurer en profondeur la satisfaction de nos clients et ainsi de bien figurer dans des classements comme celui de The Human Consulting Group France. Une étude qui par ailleurs vient confirmer les excellents résultats obtenus dans les enquêtes de CLS et DSS. » conclut **Jean-Loup Savigny**.

À propos de LeasePlan

LeasePlan est une société internationale de gestion de flottes de véhicules et de mobilité conducteur, d'origine néerlandaise. L'offre se compose de services de gestion de flottes automobiles répondant aux besoins d'une clientèle diversifiée. Établie en 1963, la société est devenue un leader mondial de la gestion de flottes et de solutions de mobilité conducteur. Elle gère plus d'1,7 million de véhicules multimarque et fournit des services dans 32 pays. LeasePlan a prouvé sa capacité à se renforcer sur les marchés matures jusqu'à y devenir un acteur majeur. LeasePlan capitalise sur sa présence mondiale et son réseau international en proposant des produits innovants et en offrant un service de très grande qualité répondant aux besoins de ses clients nationaux et internationaux.

Contacts Presse

LeasePlan en France

Sabrina Berrier | Chargée de Communication interne et externe

Tél : 01 56 84 22 67

sberrier@leaseplan.com

Agence acommauto / Les Communicants

Thomas Mesnil
Vivien Michelet

Tél : 01 40 89 92 80

t.mesnil@acommauto.com

v.michelet@acommauto.com

Annexe : Etudes TNS CLS et DSS 2016 - Récapitulatif des résultats :

ETUDES TNS	CLS LeasePlan en France		DSS LeasePlan en France	
Echantillon (n)	300		536	
Score de satisfaction client TRI*M Index de TNS⁽¹⁾ (progression vs. 2015, score LeasePlan monde)	74	+7 70	62	+11 66
Qualité de service	95 %	+5	87 %	+4
Recommandation	97 %	+2	90 %	+5
Intention de ré-achat	96 %	+1	91 %	+6
Avantage concurrentiel	84 %	=	80 %	+4

« C'est plus simple avec LeasePlan »				
Assez / totalement d'accord	72 %	+4	60 %	+5
Gain de temps	82 %	=	61 %	=
Efficacité	90 %	+3	83 %	+8

(1) Les études TNS, « Client Loyalty Survey » (CLS, étude de la fidélité client) et « Driver Satisfaction Survey » (DSS, étude de satisfaction des conducteurs) se basent sur l'indicateur TRI*M Index de TNS et sur l'évaluation par les sondés de l'atteinte de la promesse de marque via les avantages en termes de temps, d'efficacité et d'économies le cas échéant, qu'ils tirent de leur relation avec LeasePlan.

L'indicateur TRI*M Index de TNS, basé sur des questionnaires complets permet de classer les réponses aux multiples questions des sondés selon les 4 dimensions de la relation client (qualité de service, recommandation de la marque, intention de ré-achat et avantage concurrentiel), permet d'analyser la relation à la marque et la satisfaction perçue.

Les études CLS et DSS sont menées tous les ans, dans l'ensemble des filiales du groupe, ce qui permet aussi à LeasePlan en France de comparer son évaluation à celle de LeasePlan au global.