

# LE BAROMÈTRE

SYMÉTRIE DES ATTENTIONS



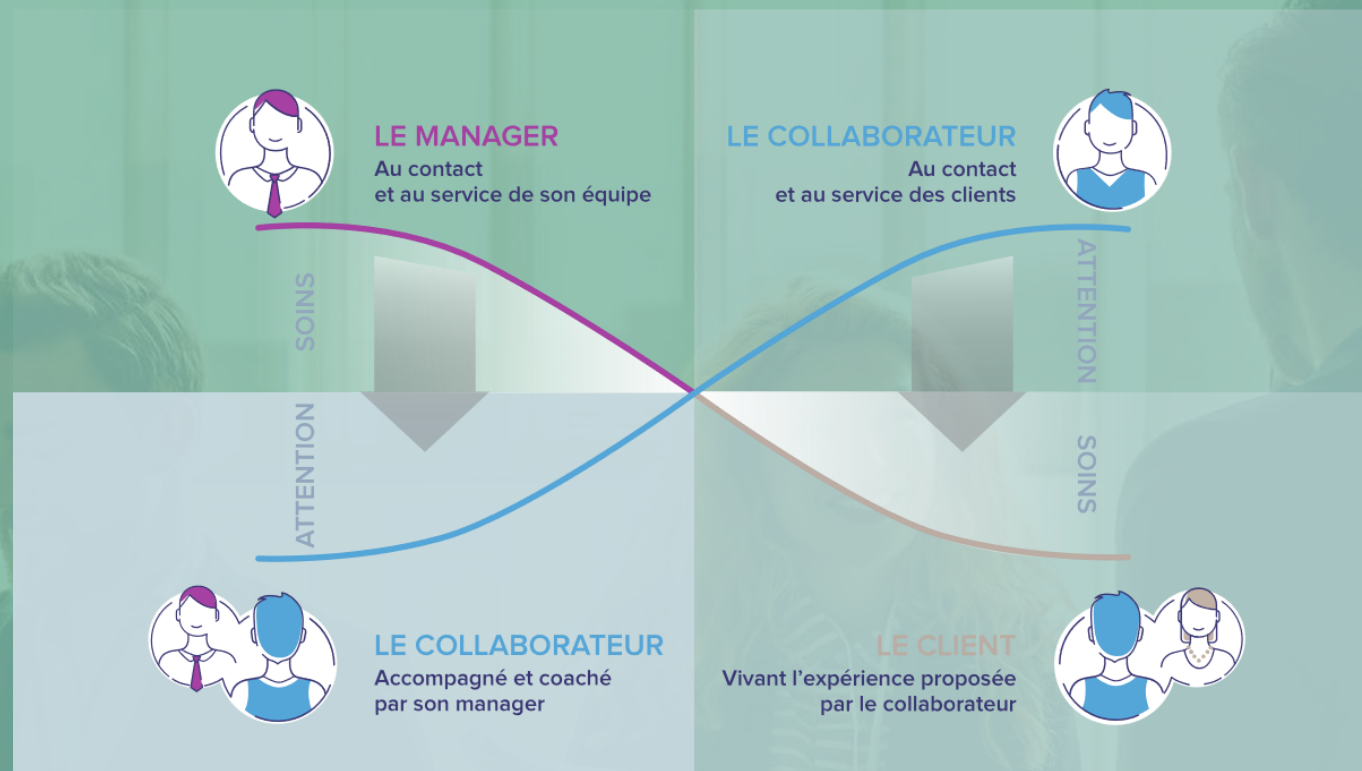
ACADEMIE DU  
SERVICE

Les grands  
enseignements 2022  
Focus sur 3 dimensions

## La première mesure de la Symétrie des attentions ©

Depuis 2014, l'Académie du Service réalise, auprès d'un échantillon représentatif de la population française, un **baromètre annuel de la Symétrie des Attentions** sur 11 secteurs majeurs de l'économie. Pour cette nouvelle édition, deux secteurs font leur apparition : les **transports de personnes et les fournisseurs d'eau et d'énergie**.

Les Français évaluent **la qualité de l'Expérience vécue** en tant que client et **l'ancrage de la Culture de Service** en tant que collaborateur.  
Les perceptions sont présentées en miroir.



La Symétrie des Attentions est la conviction, formulée par l'Académie du Service, selon laquelle **la qualité de la relation entre une marque et ses clients est symétrique de la qualité des relations au sein de l'entreprise.**



# Du baromètre national aux outils de mesure



**Une démarche  
complète et  
innovante**

La Symétrie  
des Attentions  
ne se décrète pas...

...elle se vit,  
elle se mesure !

Inspirée par **ses clients soucieux de mesurer le degré d'intégration de la Symétrie des Attentions** au sein de leur entreprise, l'Académie du Service a créé un ensemble d'outils pour évaluer la mise en œuvre de **la Symétrie des Attentions dans les organisations !**

**MON  
BAROMÈTRE**  
SYMÉTRIE DES ATTENTIONS

**INDEX ESG**  
SYMÉTRIE DES ATTENTIONS®





# NOS OUTILS POUR ÉVALUER ET MESURER LA SYMÉTRIE DES ATTENTIONS

Depuis 8 ans

## LE BAROMÈTRE SYMÉTRIE DES ATTENTIONS

### Une étude annuelle, nationale et multisectorielle

- Mesure de l'alignement de la culture client en France (11 dimensions)
- 1 panel (Étude Clients + Collaborateurs)
- 11 secteurs d'activité couverts

## MON BAROMÈTRE SYMÉTRIE DES ATTENTIONS

### Pour mesurer la Symétrie des Attentions au sein d'une organisation

- Trois enquêtes de perception en miroir
  - Clients
  - Collaborateurs
  - Dirigeants

Pour en savoir plus sur mon Baromètre



Un label pour  
valoriser  
l'excellence de  
ses résultats



Pour en savoir plus sur le label



Nouveau

## INDEX ESG SYMÉTRIE DES ATTENTIONS®

### Pour évaluer l'engagement dans la mise en œuvre de la Symétrie des Attentions

- Trois enquêtes de perception en miroir
  - Clients
  - Collaborateurs
  - Dirigeants
- Un audit vs Pratiques d'Excellence

La Symétrie des Attentions,  
une notion au cœur de la  
Responsabilité Sociale des  
Entreprises (RSE)

Pour en savoir plus sur l'Index ESG



agir sur les reseaux sociaux : #CULTURESSERVICE

- Meeting annuel, 15<sup>ème</sup> édition

 **LE  
COLLOQUE**  
CULTURES SERVICES

Troisième partie  
Faire vivre  
la symétrie  
des intentions

 **ACAD  
SER**

# Du baromètre national aux conférences



Une démarche  
de sensibilisation  
unique

## ET SI LE BAROMÈTRE ARRIVAIT DIRECTEMENT CHEZ VOUS ?



Inspirer vos décisions  
et donner du sens à  
votre action...

...faites d'une  
conférence, le  
premier pas de votre  
transformation !



Tout au long de l'année, l'Académie du Service organise des événements **physiques, digitaux et mixtes**, qui peuvent inspirer une **intervention 100% sur mesure**.

Faire le choix d'organiser une conférence ou un webinar pour votre entreprise à partir des résultats de notre **Baromètre de la Symétrie des Attentions**, c'est bénéficier d'une intervention interactive, riche d'exemples, d'inspirations et de chiffres clés pour amorcer votre transformation.

Pour en savoir plus sur nos conférences





# La méthodologie



Une étude nationale  
réalisée auprès  
d'un échantillon  
représentatif  
de la population  
française



# LE BAROMÈTRE

SYMÉTRIE DES ATTENTIONS



Analyse des données réalisée par l'institut d'études marketing indépendant OPSIO



Recueil réalisé en ligne entre le mercredi 25 août et le lundi 13 septembre 2021 pour l'étude nationale France via EASYPANEL

**2 138**  
*panélistes*  
ont été interrogés  
à cette  
occasion



**2 études France**



Clients

+



Collaborateurs



**11 secteurs étudiés**



Assurance



Automobile



Banque



Distribution spécialisée



E-commerce



Energie



Grande distribution



Immobilier



Restauration



Téléphonie / Internet



Transport de personnes



**11 dimensions analysées**

- Autonomie et initiative
- Coopération
- Compétence et soutien
- Comportement et savoir-vivre
- Considération

- Écoute et feedback
- Environnement
- Facilitation et adaptabilité
- Harmonie humain-digital
- Relation de confiance
- Valeurs



# Les scores marquants



**Restauration-  
Assurance-Grande  
Distribution et E-  
commerce sont les  
grands gagnants de  
l'expérience client  
en sortie de crise  
sanitaire**



# SATISFACTION CLIENT GLOBALE

Secteurs d'activité des répondants

SATISFACTION CLIENT GLOBALE			
	2020	2021	Evolution
Restauration	60%	62%	+2
Assurance	54%	59%	+5
Grande distribution	48%	57%	+9
E-commerce	51%	56%	+5
Automobile	55%	55%	=
Banque	52%	52%	=
<b>MOYENNE</b>	<b>50%</b>	<b>52%</b>	<b>+2</b>
Distribution spécialisée	49%	49%	=
Téléphonie	42%	46%	+4
Energie	-	46%	-
Transport de personnes	-	46%	-
Immobilier	40%	43%	+3

Une tendance positive sur la satisfaction clients, avec notamment une belle progression sur le secteur de la grande distribution. Au pire, une satisfaction qui stagne.

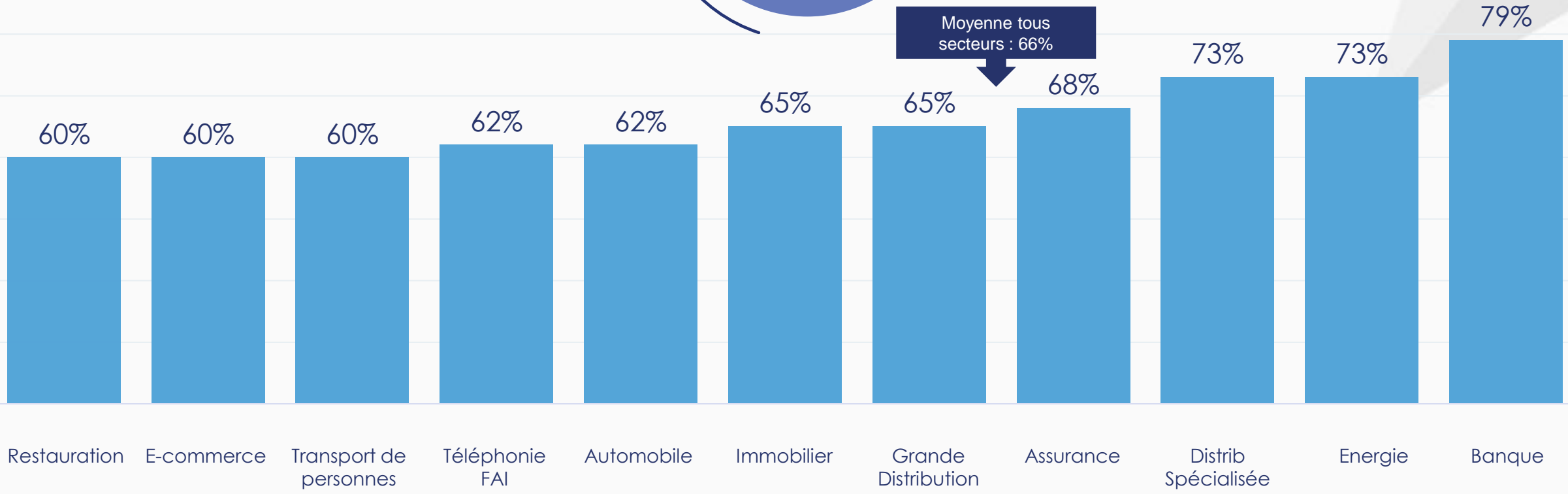
Une moyenne assez faible qui, à 52%, retrouve le niveau observé en 2019.



# SCORES DE SATISFACTION COLLABORATEUR

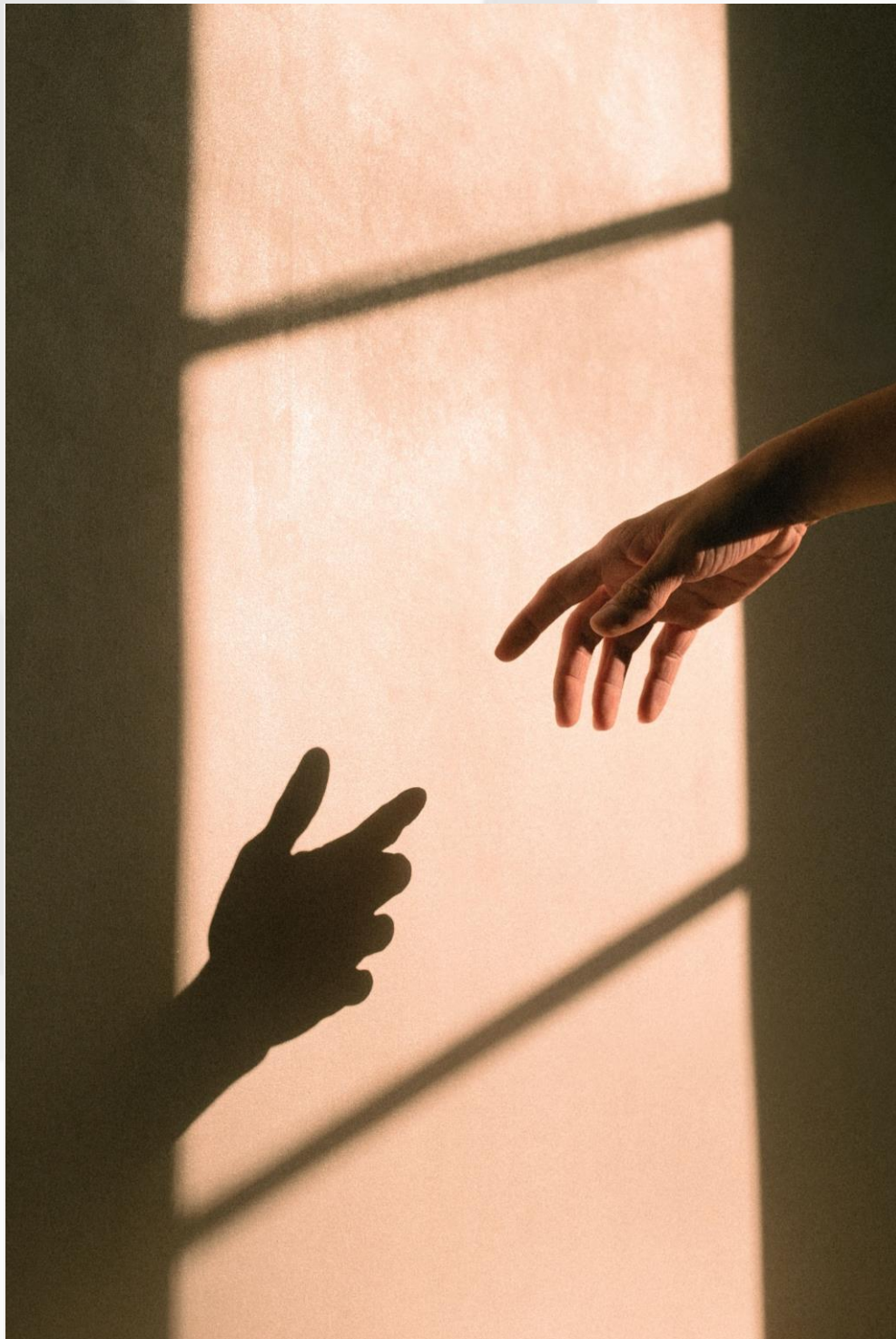
Des collaborateurs satisfaits de leur entreprise, notamment ceux travaillant dans la distribution spécialisée, l'énergie et la banque.

Moyenne tous secteurs : 66%



## VU PAR LES COLLABORATEURS

En pensant à votre expérience en tant que collaborateur, globalement vous diriez que vous êtes satisfait de votre entreprise ?



# L'écart de perception

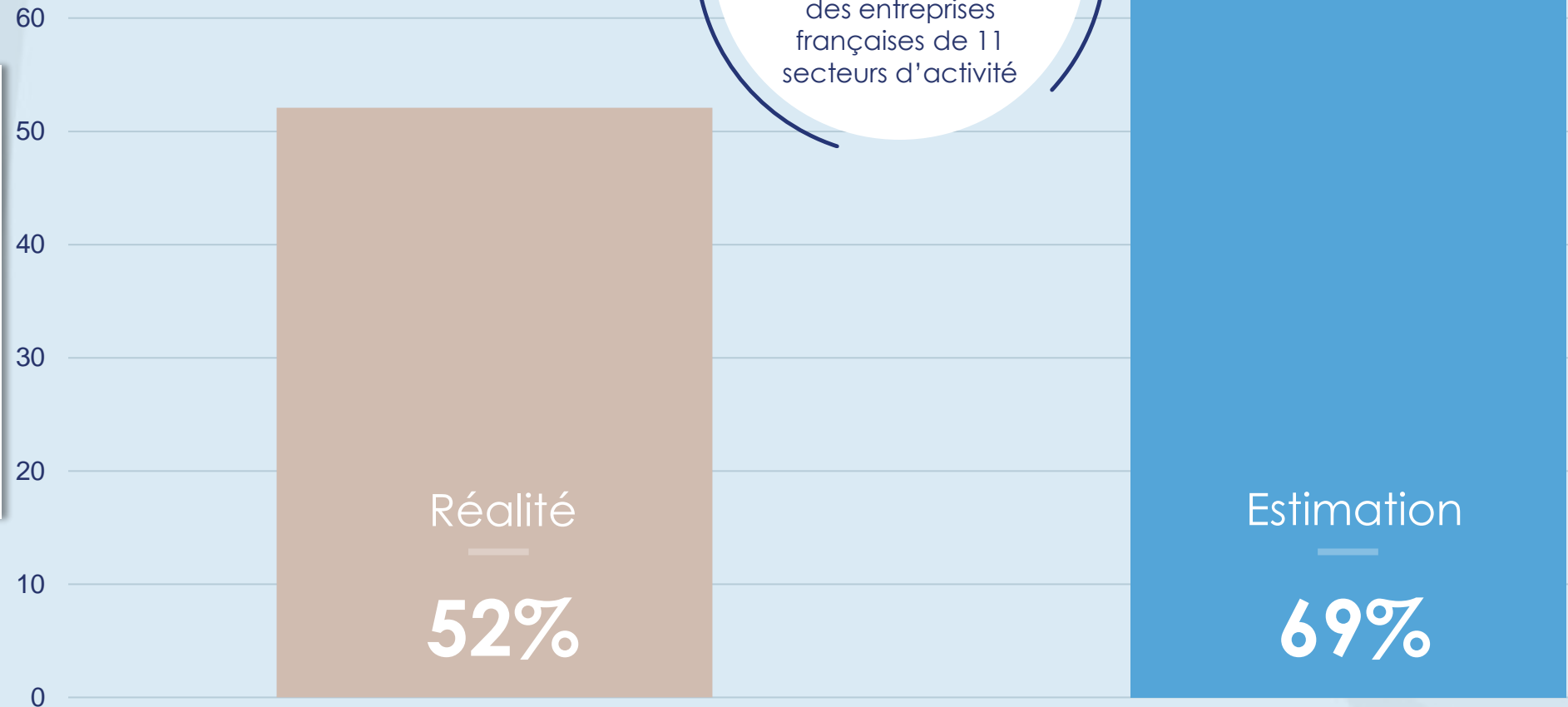


Pour les 11 secteurs  
d'activité étudiés



## ECART DE PERCEPTION TOUS SECTEURS CONFONDUS

Les  
collaborateurs  
surestiment la  
satisfaction  
client



### CLIENTS

En pensant aux expériences que vous avez avec cette entreprise, globalement diriez-vous que vous en êtes satisfait(e) ?



### COLLABORATEURS



Selon vous, quel est le niveau de satisfaction des clients de votre organisation / entreprise ?

Réponses 4 et 5 - Clients 11 secteurs – Collaborateurs 11 secteurs



# Un écart de perception dans 10 secteurs sur 11

Secteurs d'activité des répondants

	 Satisfaction <b>CLIENTS</b>	Écart de perception	 Estimation satisfaction par les <b>COLLABORATEURS</b>
Banque	52%	28	80%
Immobilier	43%	28	71%
Distribution spécialisée	49%	26	75%
Energie	46%	25	71%
Grande Distribution	57%	19	76%
Téléphonie	46%	18	64%
Automobile	55%	18	73%
<b>Moyenne 11 secteurs</b>	<b>52%</b>	<b>17</b>	<b>69%</b>
E-commerce	56%	14	70%
Transport personnes	46%	7	53%
Restauration	62%	4	66%
Assurance	59%	0	59%

Une satisfaction client globalement surestimée par les collaborateurs des entreprises françaises de 10 secteurs d'activité sur 11

Seul le secteur de l'assurance présente un alignement entre clients et collaborateurs



Notre vidéo explicative

Réponses 4 et 5 - Clients 9 secteurs – Collaborateurs 11 secteurs



# La synthèse



**Les onze dimensions  
de la Symétrie  
des Attentions  
sur l'ensemble  
des secteurs**



# PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS



- **4 secteurs économiques** parmi ceux qui se sont le plus mobilisés dans la crise sanitaire sont **récompensés par leurs clients**.
- **Les Valeurs** revendiquées par les entreprises suscitent une **adhésion des collaborateurs** mais restent **méconnues et peu ressenties par leurs clients**.
- **Clients et collaborateurs** jugent que les entreprises **n'en font pas assez** en matière d'**environnement**.
- **Un collaborateur sur deux** estime ne pas avoir la **confiance du management** et **l'autonomie nécessaire** pour **satisfaire les clients**. Un avis que partagent **2 clients sur 3**.

# SYNTHESE | COMPARAISON DIMENSIONS CLIENTS VS COLLABORATEURS

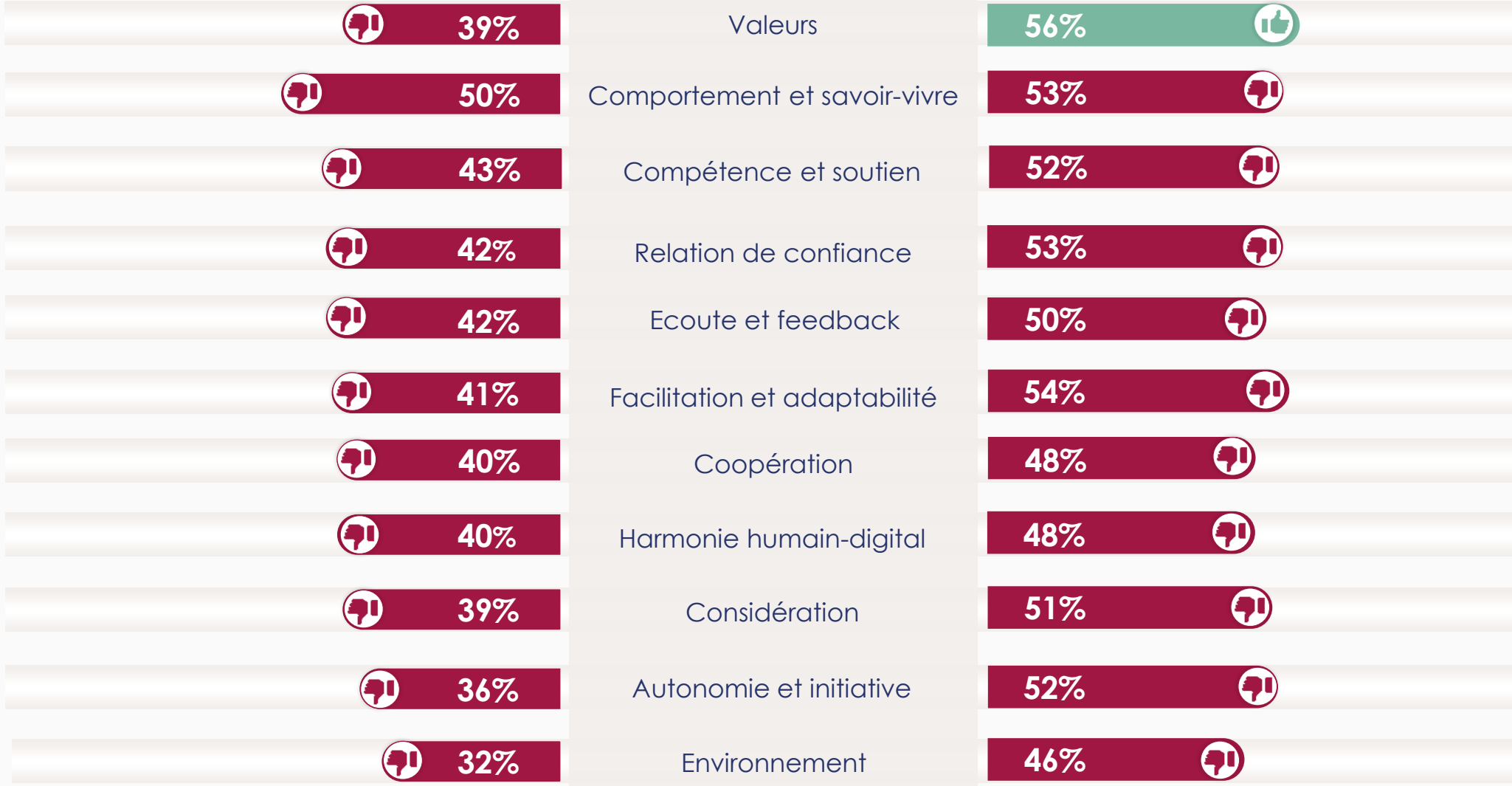


## CLIENTS

## 11 DIMENSIONS



## COLLABORATEURS



ASYMETRIE

Des dimensions quasiment toutes en symétrie négative, à l'exception de la dimension « valeurs ».

SYMETRIE NEGATIVE

Les collaborateurs comme les clients s'accordent sur ces points négatifs

Une dimension est composée d'un certain nombre de questions posées aux clients et aux collaborateurs.



Taux d'accord > à 55%



Taux d'accord < à 55%



# Focus sur 3 dimensions



Focus sur 3 dimensions  
parmi les 11 dimensions  
de notre baromètre

1. Valeurs
2. Environnement
3. Autonomie et initiative

# COMMENT LIRE CES ANALYSES ?

Dimension

Indication d'une **nouvelle question** dans cette **édition 2022**

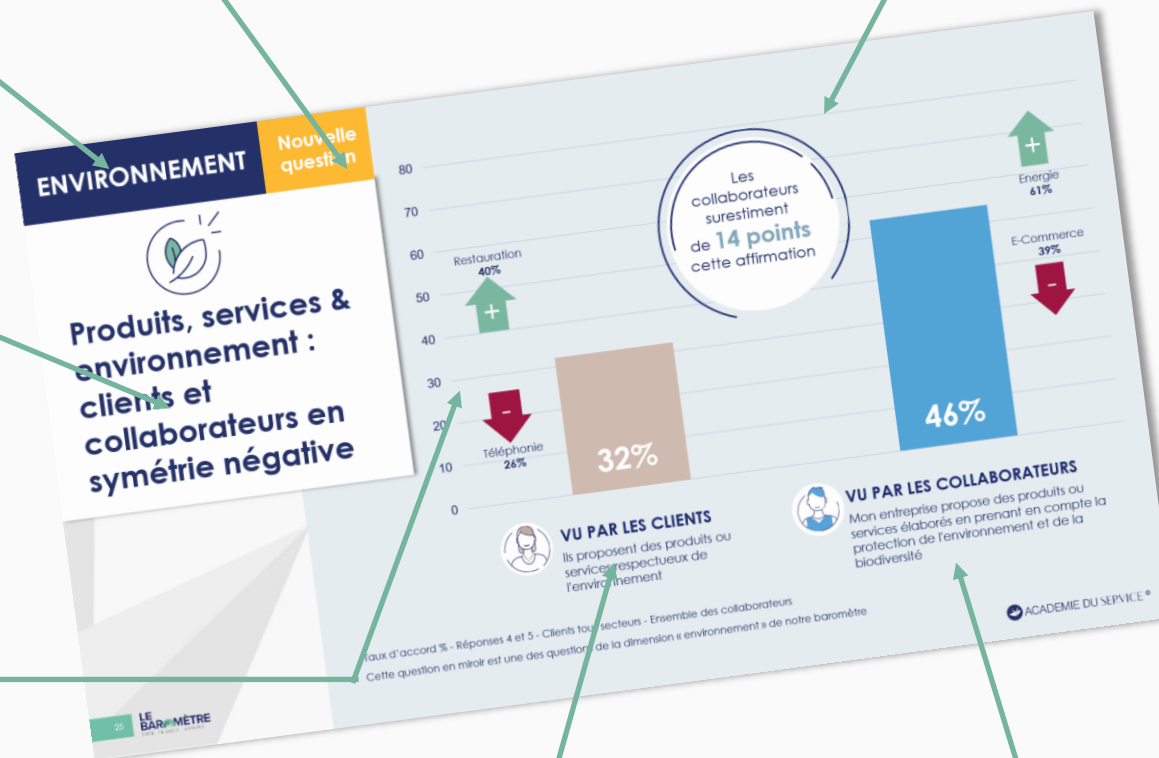
**L'écart de perception** = différence entre taux d'accord collaborateur et taux d'accord client lorsqu'il est significatif

Analyse

Indiqués par des flèches, les **meilleurs et moins bons résultats par secteur**

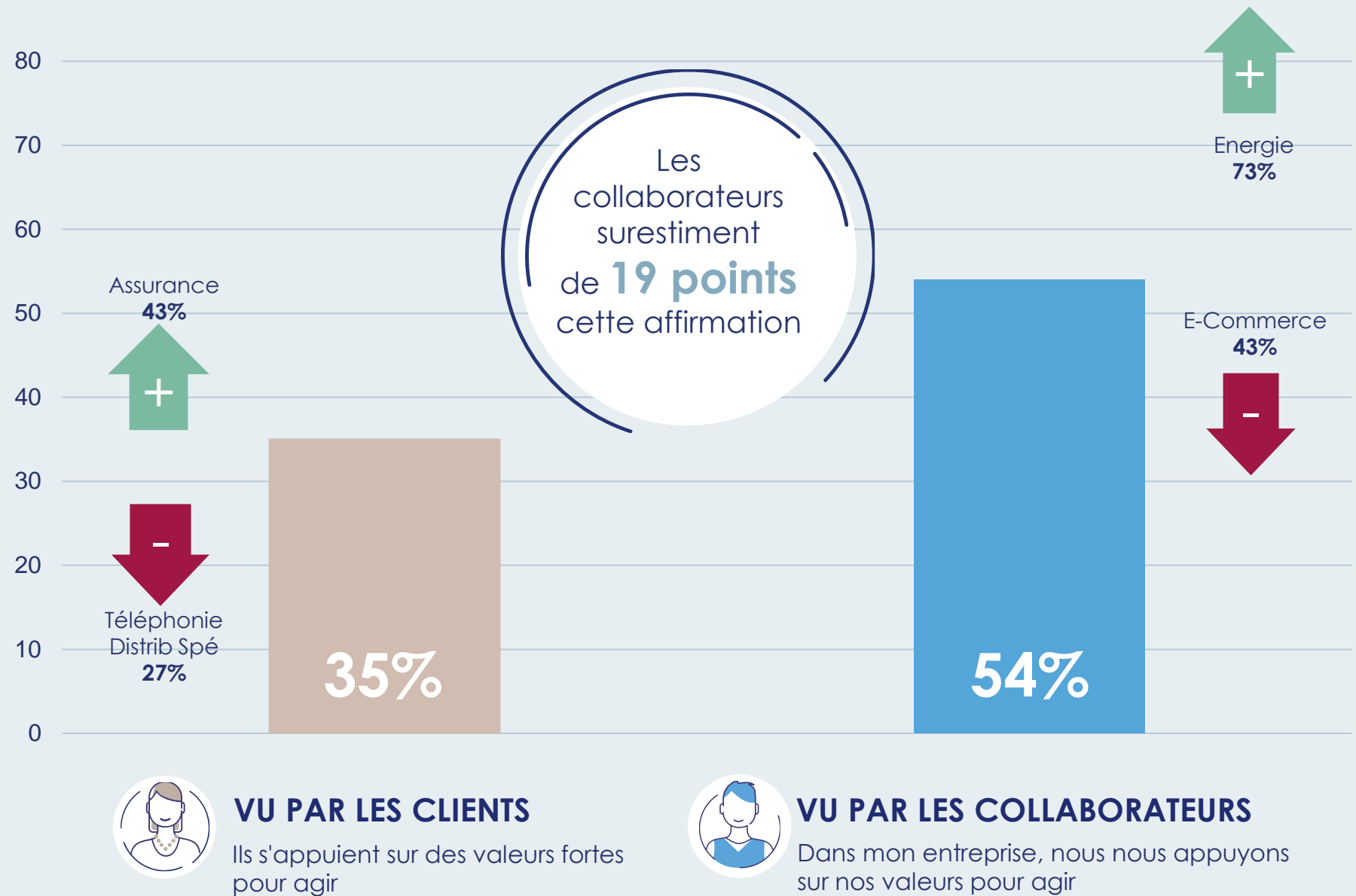
**Affirmation proposée** à un panel représentatif de clients français et son **taux d'accord associé**

**Affirmation proposée** à un panel représentatif de collaborateurs français et son **taux d'accord associé**





## Les clients ne perçoivent pas du tout les valeurs



Taux d'accord % - Réponses 4 et 5 - Clients tous secteurs - Ensemble des collaborateurs

Cette question en miroir est une des questions de la dimension « valeurs » de notre baromètre

## Classement des secteurs

Secteurs d'activité des répondants

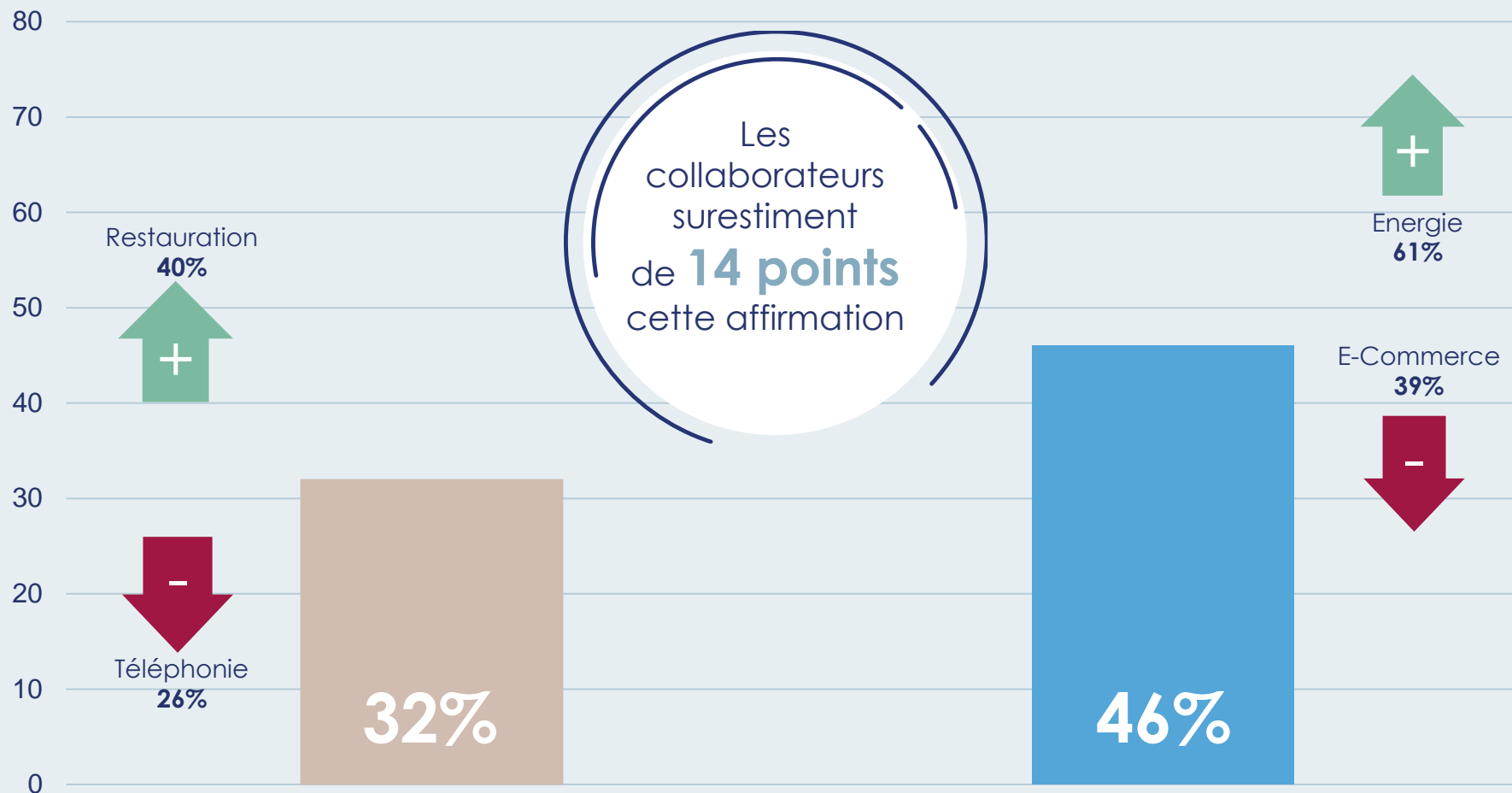
	Perception <b>CLIENTS</b>	Écart de perception	Perception <b>COLLABORATEURS</b>
Energie	29%	<b>29</b>	58%
Banque	31%	<b>24</b>	55%
Distribution spécialisée	30%	<b>22</b>	52%
Assurance	32%	<b>18</b>	50%
Automobile	37%	<b>15</b>	52%
<b>Moyenne 11 secteurs</b>	<b>32%</b>	<b>14</b>	<b>46%</b>
Immobilier	30%	<b>12</b>	42%
Transport personnes	30%	<b>11</b>	41%
Grande Distribution	37%	<b>9</b>	46%
E-commerce	30%	<b>7</b>	37%
Téléphonie	29%	<b>6</b>	35%
Restauration	37%	<b>5</b>	42%

La perception clients est à peu près égale sur l'ensemble des secteurs et tourne autour de 32%

Ce sont les secteurs dans lesquels les collaborateurs ont l'impression que les entreprises en font le plus que les écarts de perception sont les plus grands



# Produits, services & environnement : clients et collaborateurs en symétrie négative



## VU PAR LES CLIENTS

Ils proposent des produits ou services respectueux de l'environnement



## VU PAR LES COLLABORATEURS

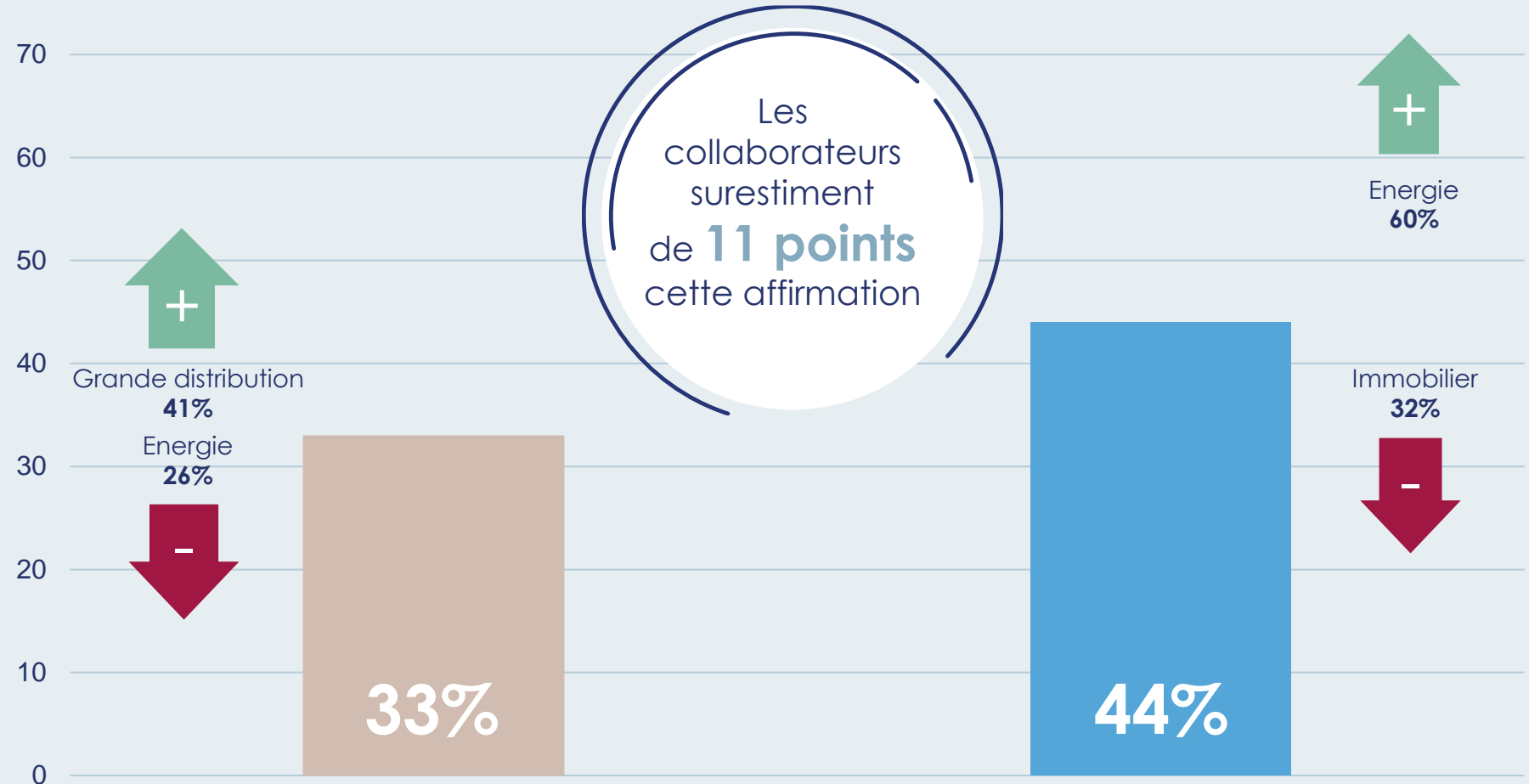
Mon entreprise propose des produits ou services élaborés en prenant en compte la protection de l'environnement et de la biodiversité

Taux d'accord % - Réponses 4 et 5 - Clients tous secteurs - Ensemble des collaborateurs

Cette question en miroir est une des questions de la dimension « environnement » de notre baromètre



**Recyclage et économie circulaire : des résultats également très bas et négatifs pour les clients et les collaborateurs**



**VU PAR LES CLIENTS**

Ils favorisent et proposent des solutions de récupération des produits usagés en vue de leur recyclage ou de leur revente en produits d'occasion



**VU PAR LES COLLABORATEURS**

Mon entreprise encourage une politique de récupération des produits usagés en vue de leur recyclage ou de leur revente en produits d'occasion

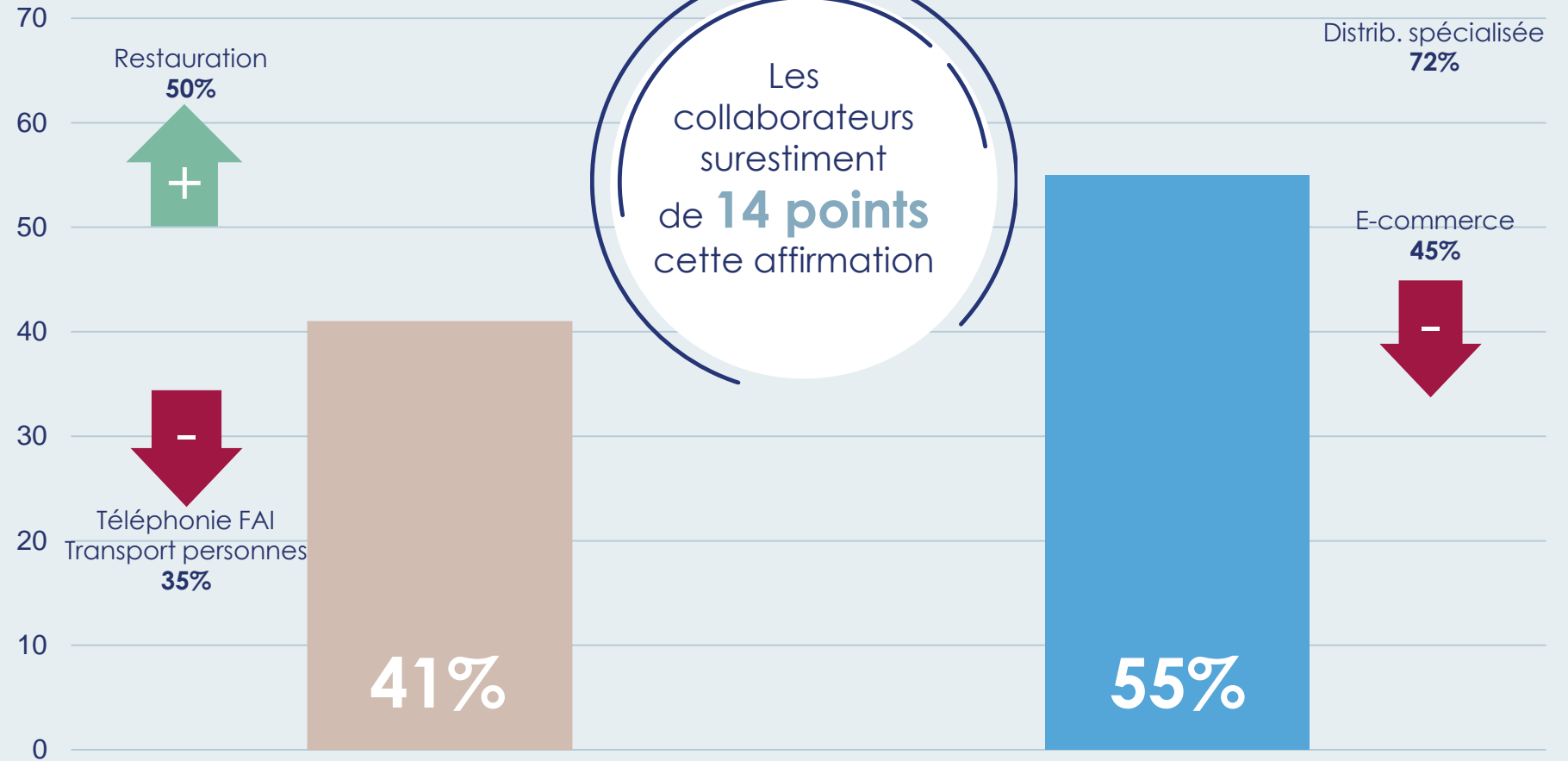
Taux d'accord % - Réponses 4 et 5 - Clients tous secteurs - Ensemble des collaborateurs

Cette question en miroir est une des questions de la dimension « environnement » de notre baromètre





Des collaborateurs qui s'estiment bien plus autonomes que ce que perçoivent leurs clients.



## VU PAR LES CLIENTS

Les personnes au contact du client ont l'autonomie nécessaire pour rendre le meilleur service



## VU PAR LES COLLABORATEURS

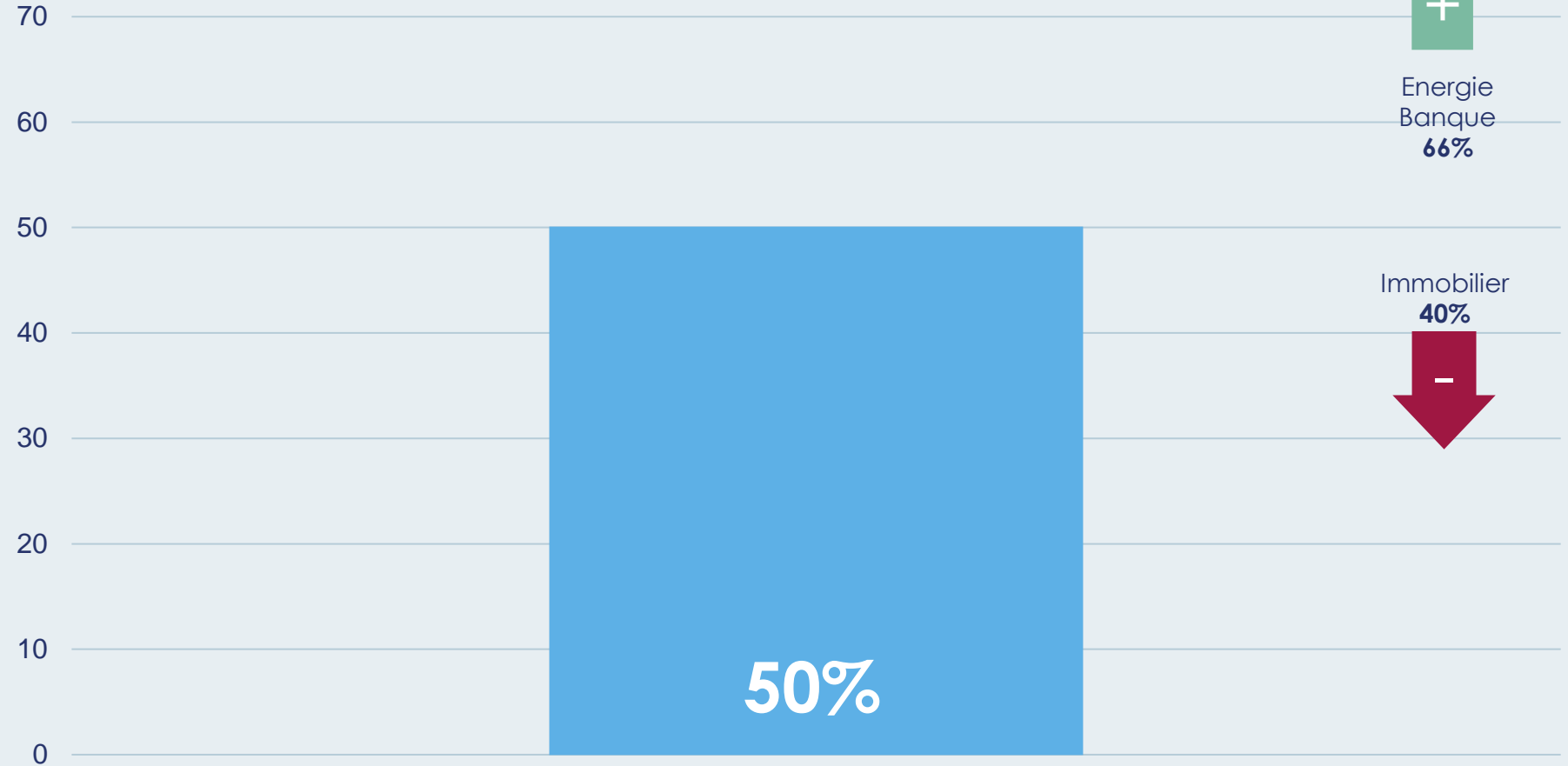
Les équipes au contact du client ont l'autonomie nécessaire pour apporter le meilleur service au client

Taux d'accord % - Réponses 4 et 5 - Clients tous secteurs - Ensemble des collaborateurs

Cette question en miroir est une des questions de la dimension « Autonomie et initiative » de notre baromètre



**Un collaborateur sur deux estime que son manager éprouve des difficultés pour lui faire confiance.**



## VU PAR LES COLLABORATEURS

Les managers savent faire confiance sans exercer un contrôle permanent

Taux d'accord % - Réponses 4 et 5 - Clients tous secteurs - Ensemble des collaborateurs

Cette question en miroir est une des questions de la dimension « Autonomie et initiative » de notre baromètre



# Les avis d'experts



De  
l'Académie  
du Service



## Jean-Jacques Gressier

Académie du Service

Leader au service de l'équipe

La performance des secteurs qui se sont montrés proches de leurs clients et de leurs collaborateurs durant la crise démontre à quel point l'évaluation de la qualité de l'Expérience est liée à la satisfaction de besoins émotionnels. L'exigence de considération est de plus en plus importante. L'analyse des 11 dimensions de la Symétrie des Attentions dans une organisation permet à chacun de débiter une réflexion sur sa relation à autrui et, quand on creuse un peu, sur sa relation à soi-même.

LE  
BAROMÈTRE  
SYMÉTRIE DES ATTENTIONS

## Thierry Spencer

Académie du Service

Directeur Associé

Le Baromètre 2022 trace le chemin étroit et exigeant de l'entreprise, une communauté humaine qui se forge sur des valeurs, les collaborateurs étant plus que jamais les meilleurs ambassadeurs de leur marque auprès de clients encore plus attentifs et sensibles aux discours comme aux preuves.



## Stanislas Conseiller

Académie du Service

Directeur Associé

L'analyse des tendances en termes de relation client et marque employeur nous montre que l'engagement des entreprises sur leur responsabilité sociale (RSE) vient nourrir la perception des clients et des collaborateurs et impactent leurs expériences respectives. C'est pourquoi nous avons fait évoluer notre Baromètre en renforçant la dimension « environnement ». Et ce que les résultats nous montrent c'est que cet engagement des entreprises en faveur de la protection de l'environnement est jugé insuffisant par les collaborateurs et surtout par les clients !





# L'Académie du Service, c'est...



## UN ADN 100% SERVICE

L'Académie du Service naît en tant que **filiale du Groupe Accor**

2004

## TOUJOURS + DE CONTENUS

L'Académie du Service **s'associe à la Fondation de France** et lance une **activité de recherche**

2016

## CRÉATION

Lancement du Studio, pour « augmenter » les missions **Expérience Client** grâce à la création de nouveaux **produits et services**

2020

2011

## UNE ENTREPRISE INDÉPENDANTE

L'Académie du Service **quitte le Groupe Accor** et est **reprise par son Dirigeant** : Jean-Jacques Gressier

2019

## INNOVATIONS

Lancement de **Loockey**, la 1<sup>ère</sup> **application de management et d'animation de l'Expérience Client** ainsi que du label de la Symétrie des Attentions « **Équipe Heureuse, Clients Heureux** »

2021

## RESPONSABILISATION

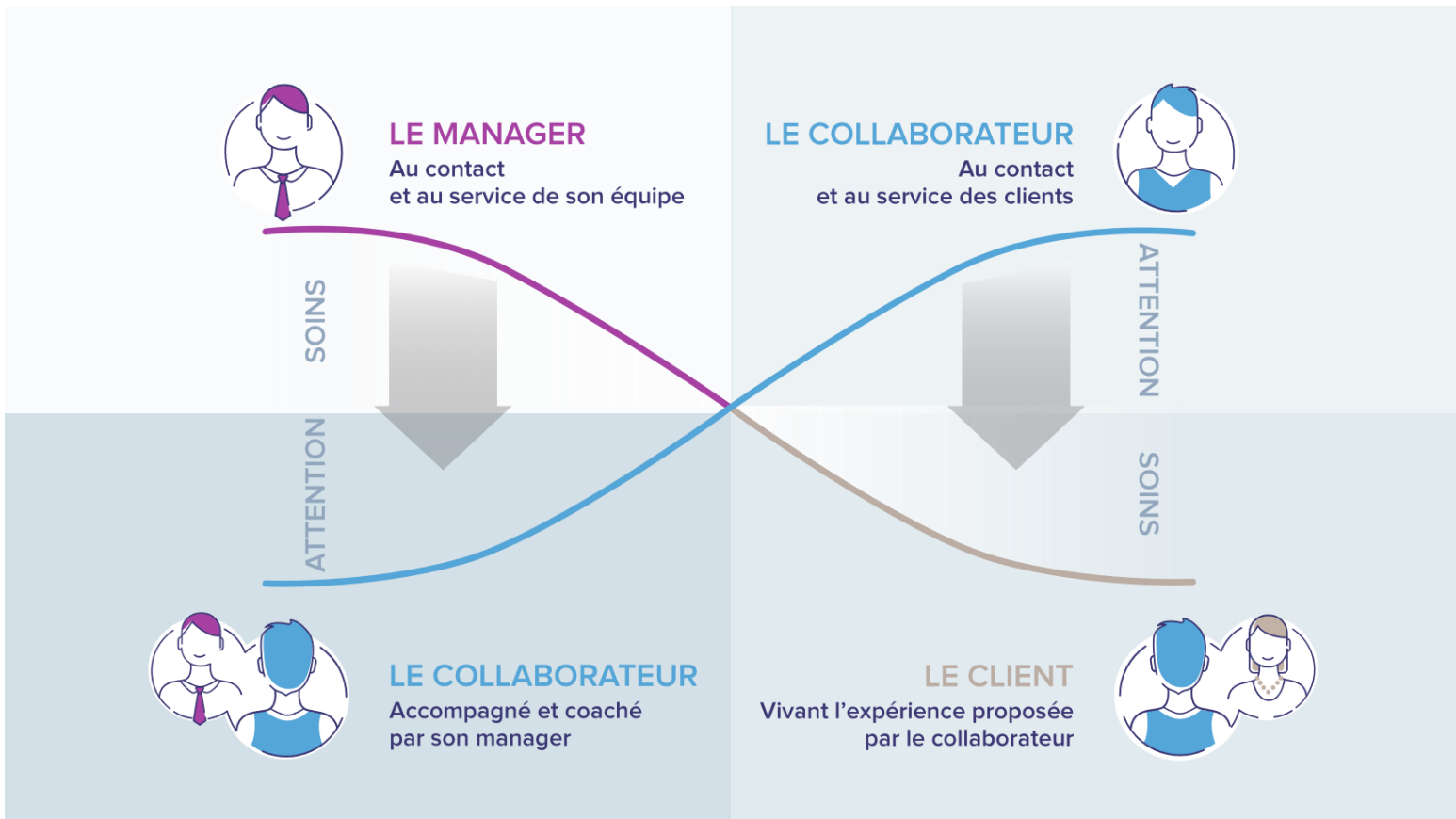
Création d'un service **Notations** à l'**Académie du Service** et lancement de l'**Index ESG de la Symétrie des Attentions**, pour nourrir les reportings RSE et optimiser les performances des entreprises.





# LA SYMÉTRIE DES ATTENTIONS®

La qualité de la **relation client** entre un collaborateur et un client est égale à la qualité de la relation entre le **management** et ses **collaborateurs**.



**LE BAROMÈTRE**  
SYMÉTRIE DES ATTENTIONS

**MON BAROMÈTRE**  
SYMÉTRIE DES ATTENTIONS



**INDEX ESG**  
SYMÉTRIE DES ATTENTIONS®



*Découvrez le Manifeste de la Symétrie des Attentions*

[www.symetriedesattentions.com](http://www.symetriedesattentions.com)



**Nous voulons incarner et faire vivre la Symétrie des Attentions au sein des organisations pour y faire grandir et s'épanouir les femmes et les hommes, individuellement et collectivement.**





CONSEIL ET FORMATION



INNOVATION



RECHERCHE



PRODUITS



FORMATIONS



ÉVÉNEMENTS



PUBLICATIONS



BLOGS





## ÉCLAIRER

#INSPIRER  
#DIAGNOSTIQUER

Nous aidons les Directions d'entreprise à s'engager dans la **transformation de leur culture de service**



## CONCEVOIR

#DEFINIR  
#DESIGNER

Nous réinventons des **expériences clients qui fidélisent et engagent** les clients et les collaborateurs de nos clients



## TRANSFORMER

#STRUCTURER  
#ORGANISER #INITIER

Nous aidons nos clients à définir leur **plan de transformation**



## FAIRE VIVRE

#DEPLOYER  
#PILOTER

Nous fournissons et créons les **outils** et les **formations** qui rendent la nouvelle expérience client concrète, vivante et vécue par les clients



# TOUTES LES CULTURES D'ENTREPRISE, TOUTES LES ORGANISATIONS, TOUS LES SECTEURS, TOUTES LES MATURITÉS...

## DISTRIBUTION SPECIALISÉE



## AUTOMOBILE TRANSPORTS



## IMMOBILIER



## BANQUE ASSURANCE



## SANTÉ



## HÔTELLERIE, RESTAURATION & LOISIRS



## ÉNERGIE



## AUTRES SECTEURS...

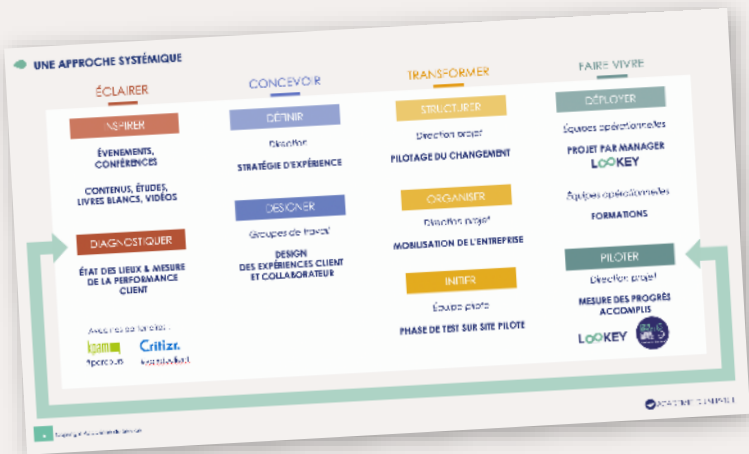




Une conviction fondatrice & une raison d'être



Un écosystème 100% Expérience Client



Une approche systémique

Une performance économique accrue grâce à une expérience client unique



ACADEMIE DU  
**SERVICE**

Expériences humaines et digitales

[www.academieduservice.com](http://www.academieduservice.com)

[www.symetriedesattentions.com](http://www.symetriedesattentions.com)



[87, boulevard Haussmann – 75008 Paris](#)



01 80 05 18 04



[contact@academieduservice.com](mailto:contact@academieduservice.com)

