









01 Clients et consommateurs

Clients et utilisateurs sont le centre de gravité de l'élaboration et de l'évolution de nos produits. Lorsque nous lançons une nouvelle solution, nous explorons d'abord leurs besoins et leurs attentes.

Nous le faisons avec l'aide de panels d'utilisateurs, de clients et de commerces de notre réseau d'acceptation. Nous évaluons nos solutions sur la base d'enquêtes et mesurons la satisfaction de nos interlocuteurs suite à leurs interactions avec notre service clients, tant sur le plan qualitatif que quantitatif.



Enjeu	Indicateur-clé	Ambition 2025	Résultat 2020
 Esprit de service 	Net Promoter Score	Est en cours de définition	40
	Interactions avec le service clients	-20%	1,35 interactions par utilisateur final
 Expérience personnalisée des consommateurs 	% d'utilisateurs actifs de Sodexo4You	80%	61 %
	Rating de l'application mobile Sodexo4You	4,2	2,5
 Inclusion des groupes vulnérables   	% des ménages avec une personne porteuse de handicap utilisant des titres-services	Est en cours de définition	Non mesuré
	% d'utilisateurs de chèques-repas et d'éco-chèques en dessous du salaire médian	Est en cours de définition	Non mesuré

Esprit de service

Aujourd'hui, la publication du Net Promoter Score (NPS) d'une entreprise reste inhabituelle. Cependant, comme nous jouons pleinement la carte de la transparence dans ce rapport, il n'y a aucune raison de ne pas montrer cet indicateur. Une entreprise vivant pour et par ses clients, les notions d'esprit de service, esprit de progrès et esprit d'équipe sont les valeurs-clés de Sodexo. C'est exactement la raison pour laquelle nous avons intégré le Net Promoter Score dans les objectifs collectifs de l'entreprise. Il s'agit d'un élément crucial dans le calcul de la prime annuelle de tous les collaborateurs de Sodexo. Et il motive chacun et chacune à son niveau à œuvrer à une satisfaction client encore plus grande.

Aujourd'hui, nous obtenons un Net Promoter Score (NPS) de 40 sur le segment de nos clients. Cependant, nous avons décidé de placer la barre encore plus haut : nous étendons les activités incluses dans le NPS à tous nos interlocuteurs. Nous profiterons de l'année à venir pour définir une ambition globale autour de cet indicateur. Le département Customer Experience (CX) se concentre sur les 3 questions principales sou- mises aux opérateurs de nos centres d'appels, ce qui nous aide à y apporter des solutions structur- elles. Nous étendrons ensuite le champ de notre analyse aux 10 questions principales. Notre ob- jectif final : une baisse de 20 % des interactions entrantes avec nos centres d'appel d'ici 2025.



Expérience personnalisée des consommateurs

L'époque des solutions universelles est définitivement révolue. Les attentes des clients évoluent et deviennent de plus en plus individuelles et diverses. Sodexo doit dès lors être en mesure de proposer une expérience personnalisée. C'est précisément la raison pour laquelle nous travaillons continuellement à l'évolution de notre plateforme Sodexo4You. Les utilisateurs peuvent y trouver des conseils pour adopter des habitudes d'achat saines et durables qui leur conviennent vraiment – par le canal de leur choix (application mobile, site web, e-mail) – et qui sont parfaitement adaptées à leur profil. Déjà 61 % de nos utilisateurs ont adopté la plateforme; notre ob-

jectif final est d'en convaincre 80 %. Ainsi, nous pouvons accroître l'impact de notre communication sur la consommation écologiquement responsable et contribuer ainsi à façonner un monde plus durable.

Pour atteindre notre ambition en 2025, nous travaillons selon la philosophie Mobile First et plaçons l'application mobile Sodexo4You au cœur de l'expérience de nos utilisateurs. Nous obtenons actuellement un score de 2.5 sur l'App Store, soit une évaluation plus élevée que celle de nos concurrents, mais nous ne voulons pas nous satisfaire de ce résultat. Nous visons un rating de notre app de 4.2. C'est ambitieux, mais si

nous voulons optimiser l'expérience digitale personnalisée de nos utilisateurs et les guider vers une consommation éco-responsable, il faut que nous fassions jeu égal avec les meilleurs acteurs de l'expérience numérique sur le marché.



Inclusion des groupes vulnérables

L'inclusion des groupes vulnérables constitue l'un des cinq principaux défis à relever et nous voulons promouvoir une société plus inclusive grâce à nos services. Nos produits et services devraient donc bénéficier en premier lieu aux groupes les plus vulnérables. En collaboration avec les administrations publiques et les universités, nous analysons dans quelle mesure ces groupes ont accès à nos solutions. Nous partagerons ces résultats avec les autorités fédérales et régionales. De cette façon, elles pourront mieux évaluer l'importance d'un accès démocratique à nos produits et services pour ces groupes cibles spécifiques et prioritaires.



Réalisations en 2020

Des titres-services plus conviviaux

En collaboration avec les Régions, Sodexo a lancé une toute nouvelle expérience client grâce à de nouvelles plateformes destinées à la fois aux utilisateurs finaux et aux agences de titres-services. Nous avons également introduit deux nouvelles applications mobiles : une pour les utilisateurs de titres-services et l'autre pour les aides ménagères. Grâce à l'application mobile, les utilisateurs accèdent gratuitement à tous leurs ser-

vices – il suffit de penser à la consultation des attestations fiscales, ou aux demandes d'échange ou de remboursement de chèques. Offrir une expérience sans faille a été le fil conducteur du processus, de la conception au développement – un exemple parfait de la philosophie Mobile First. En outre, Pootsy, KBC et Belfius ont intégré la gestion des comptes de titres-services dans leurs applications mobiles. Ainsi, l'écosystème que nous avons développé et affiné aide également d'autres acteurs à améliorer l'expérience client au sein de leurs propres outils.

Sodexo encore plus 4 you

Grâce à une évolution de l'application mobile Sodexo4You, les utilisateurs de chèques-repas, d'éco-chèques et de chèques-cadeaux peuvent désormais également consulter la date de validité de leurs chèques électroniques.

L'app Sodexo4You leur offre également un certain nombre de conseils judicieux et accroît la visibilité des commerces locaux. De cette manière, nous réduisons le risque que les chèques arrivent à échéance avant de pouvoir être utilisés et nous aidons nos utilisateurs à consommer de manière écologique et responsable tout en soutenant l'économie locale.

Une aide parfaitement adaptée, dès le premier appel

Avec notre service clientèle, nous voulons tout miser sur la « first-call resolution », autrement dit fournir l'aide adéquate dès le premier appel. C'est pourquoi nos équipes du service clients ont lancé le programme de transformation SoCare, qui se traduira cette année par une nouvelle intégration des outils de gestion et de suivi des dossiers.

