

Relation clients

Brother a remporté le premier prix de l'assistance technique 2007 sur le secteur des imprimantes multifonction

Brother, acteur majeur sur le secteur des solutions d'impression s'est vu remettre le premier prix de l'assistance technique sur son domaine d'activité par TechCity Solutions le 27 septembre 2007. Cette performance est le résultat d'une stratégie commerciale et marketing orientée vers la satisfaction client et la qualité de ses services. Brother prouve une fois de plus que son slogan 'At your side' (A vos côtés) est plus qu'une promesse, une véritable ligne de conduite.

Brother, une hotline performante récompensée

Le constructeur de solutions d'impression faisait partie des 126 entreprises, leaders sur leurs secteurs d'activité benchmarkées dans le cadre du TechCity Mystery Contact Challenge (TMCC) 2007. Ce baromètre annuel mesure la qualité de l'assistance technique sur douze panels de produits ou services via trois médias de référence : le téléphone, l'e-mail et l'Internet.



TechCity Solutions, expert européen du support technique, a mis en place entre mai et juillet 2007 une méthodologie qui repose sur la production de «contacts mystères» (des personnes qui se font passer pour des utilisateurs). Sur le panel des constructeurs d'imprimantes multifonction, Brother a reçu le premier prix. Il s'est notamment distingué sur des indices d'efficacité tel que l'accessibilité des services, la qualité de la prise en charge et du diagnostic, la solution apportée ou encore la convivialité. D'après TechCity, le top 3 dont bien sûr Brother, s'est distingué « *par sa capacité d'écoute et de compréhension des problématiques soumises par le client.* »*.

La qualité de services au cœur de la stratégie Brother

Au centre des préoccupations quotidiennes de Brother, la satisfaction client s'exprime par la mise en place de prestations techniques destinées à assurer à chacun des clients une relation de proximité et des services de qualité à forte valeur ajoutée. Brother France a fait le choix d'un centre d'appel interne basé sur son site de Roissy. Son ambition est de répondre de manière efficace à tous les appels clients et d'apporter une solution aux demandes les plus pointues. Les techniciens hotline ont accès à une base de connaissance mise à jour en temps réel par les ingénieurs-systèmes et techniciens Brother.



« Pour nous, la qualité du service de la hotline passe principalement par une formation permanente de nos collaborateurs tant sur l'aspect technique que relationnel. Il est primordial qu'ils soient avisés des lancements de produits et des nouveaux environnements pour apporter les meilleures solutions aux clients et une réelle expertise. » commente Thierry Mesple, responsable hotline de Brother France.

« Par ailleurs, ils doivent être sensibilisés à la gestion d'appels et plus précisément à l'aspect relationnel. C'est pourquoi l'ensemble des techniciens suivent une formation en parallèle sur des points précis de communication, tel que la prise de recul face à un client énervé. Et pour avoir une réelle approche client et une meilleure connaissance des produits, nous leur offrons la possibilité de se rendre sur site avec nos techniciens de maintenance. Ce sont ces process de formation qui nous permettent aujourd'hui d'atteindre un tel niveau de qualité de services. » ajoute-t-il.

* : Source TechCity Mystery Contact Challenge 2007- Cahier de tendances 6^{ème} édition

À propos de Brother

Brother, groupe de dimension mondiale, créé en 1908, développe des produits et des solutions d'impression innovantes basés sur les technologies propriétaires (laser monochrome/couleur et jet d'encre). Deuxième constructeur en Europe sur l'ensemble du marché des solutions d'impression (imprimantes et multifonctions), Brother a réussi une entrée remarquable sur le marché grand public des imprimantes multifonction jet d'encre. Reconnu pour la qualité et la fiabilité de ses produits, Brother est aujourd'hui un acteur majeur sur le marché des imprimantes multifonction.

www.brother.fr

Pour toute Information complémentaire, vous pouvez contacter :

Fleishman-Hillard

73, boulevard Haussmann
75008 Paris

Rosa TOME

01 47 42 92 79
tomer@fleishmaneuropa.com

Kerstin STALLMANN

01 47 42 63 63
kerstin.stallmann@fleishmaneuropa.com

Brother France SAS

Parc des reflets-Paris Nord II
165, avenue du Bois de la Pie
95913 Roissy CDG Cedex

Philippe SIMON

Directeur de la Communication
01 49 90 60 81
psimon@brother.fr

Charlotte LISCHER

Relations Presse
01 49 90 61 71
clischer@brother.fr