



01.2007

ANALYSE DE L'ENQUÊTE CLIENTS HOTELA 2006

SONDAGE

L'intérêt fût grand lors de l'enquête clients HOTELA réalisée en octobre 2006. Environ 500 entreprises ont répondu au questionnaire, ce qui représente un taux de retour d'environ 22%.

EVENTAIL DE L'ÉCHANTILLONNAGE / PARTICIPATION

L'éventail de l'échantillonnage des plus de 2'000 questionnaires envoyés par mail ainsi que les réponses reçues reflètent le portefeuille de HOTELA. Le résultat est donc représentatif.

Nos clients pouvaient s'exprimer sur des sujets comme les prestations de services et les produits, l'orientation client ainsi que sur notre site Internet.

RÉSULTATS

L'index de satisfaction client global s'élève à 75 (sur une échelle de 100). Ceci représente une amélioration de 5 points par rapport à l'étude effectuée en 2000. Environ 96% des entreprises questionnées sont généralement contentes avec HOTELA. L'index de loyauté client élaboré s'élève à 95, c'est-à-dire que 95% des clients conseilleraient HOTELA à des tiers.

La manière d'être de nos collaborateurs à l'égard de nos clients (serviabilité, amabilité) a reçu le meilleur score (80) de ce sondage. Ceci montre que les valeurs HOTELA véhiculées par les collaborateurs sont aussi ressenties par le client. Cependant, la fréquence de contact et les modalités de traitement dans certains domaines révèlent un potentiel d'amélioration.

Nos clients apprécient les aspects qualitatifs (qualité des réponses et du conseil) ainsi que nos prestations de services et les informations sur notre site Internet.

TENDANCES

86% trouvent que HOTELA a évolué positivement pendant les 3 dernières années (prestations de services et produits, service à la clientèle). 80% au lieu de 60% en 2000 connaissent aujourd'hui le concept HOTELA (toutes les assurances sous un seul toit).

La nouvelle plate-forme de prestations de services MIRELA devrait répondre au souhait de nos clients d'élargir notre concept. De plus amples informations se trouvent sur notre site www.mirela.ch.

Nous remercions tous nos clients ayant répondu à l'enquête pour l'intérêt apporté à ce sondage et l'échange y relatif fort constructif. Les résultats sont une motivation pour nous d'élargir notre qualité des prestations de services et des produits, et de les adapter à la demande de nos clients.