

Communiqué de presse n° 2922
23 mars 2021

BMW Group France remporte le Prix Excellence Client 2021 décerné par l'Académie du Service, Ipsos et Trusteam Finance, pour la deuxième année consécutive.

Paris. Pour la deuxième année consécutive, BMW Group France remporte le Prix Excellence Client 2021, parmi les 10 entreprises de 9 secteurs d'activités, récompensées dans cette 4ème édition du Prix. Dans une année impactée par la crise sanitaire, ce prix prend tout son sens face à l'enjeu de maintenir le lien avec les clients, dans un nouvel équilibre à trouver entre points de vente physiques et contacts digitaux.

Le baromètre Européen Satisfaction Client Ipsos-Trusteam* examine la capacité de l'entreprise à ancrer une culture client solide au sein de l'organisation tandis que Trusteam Finance évalue les moyens opérationnels et financiers nécessaires à une bonne mise en œuvre de la stratégie client.

Vincent Salimon, président du directoire de BMW Group France, se réjouit : « BMW Group prend des initiatives constantes pour améliorer l'accompagnement du client et le personnaliser tout au long de son parcours d'achat jusqu'au service après-vente. Plus que jamais, en cette année singulière, la relation client a été l'une de nos priorités stratégiques. Ce prix récompense une nouvelle fois l'engagement quotidien des équipes de BMW Group France et de notre réseau de concessionnaires que je félicite ».

Dans tous les départements de l'entreprise, le client est une priorité pour BMW Group France. Au Comité Exécutif, les sujets abordés et les projets présentés font systématiquement l'objet d'une évaluation quant à leurs bénéfices clients et cette dimension prend de plus en plus d'importance dans les décisions finales. En outre, les collaborateurs sont invités chaque trimestre à formuler des propositions d'amélioration du service client. Chacune des propositions sélectionnées est intégrée à la stratégie client. Cette mobilisation de l'ensemble de l'entreprise autour du client est un important facteur de réussite sur un marché automobile très concurrentiel.

Cyril Jacquin, directeur du département services à la clientèle, qui a reçu ce prix lors de la cérémonie le 18 mars, déclare « l'année que nous venons de vivre nous a encouragés à accélérer notre transformation vers une personnalisation accrue et une digitalisation plus étendue de nos interactions avec nos clients. Ce prix récompense les capacités de résilience et d'innovation des collaborateurs de BMW Group France et de son réseau de concessionnaires. »

***Baromètre Ipsos-Trusteam de la Satisfaction client** : évaluation des scores de satisfaction et de recommandation (NPS – net promoter score**) de plus de 900 marques par un panel de 100 000 clients interrogés, soit plus de 1 000 personnes sollicitées dans 16 secteurs et dans 5 pays.

****Net promoter score** : indicateur de la satisfaction et de la fidélité client introduit en 2003 par le consultant Fred Reichheld de Bain & Company. Il est calculé à partir des réponses données à la question suivante aux clients d'une marque : « Recommanderiez-vous la marque X à un ami ou un collègue ? » On propose aux répondants une échelle de 0 à 10 pour s'exprimer ; 0 signifiant que l'interviewé déconseille la marque, 10 signifie au contraire qu'il la recommande fortement. Selon la note donnée, le client est classé comme promoteur (note de 9 ou 10), passif (7 ou 8) ou détracteur (0 à 6). Le NPS est la différence entre le pourcentage de clients promoteurs et le pourcentage de clients détracteurs.

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Maryse Bataillard
Chef du Service Communication Corporate
Tél : 01 30 03 19 41
E-Mail : maryse.bataillard@bmw.fr

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre pièces de rechange et accessoires international) et Miramas (centre d'essais techniques international).

BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution près de 6.000 salariés en France. En 2020, BMW Group France a immatriculé 67 359 automobiles des marques BMW et MINI et 18 081 motos et scooters de la marque BMW Motorrad.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers français et fournisseurs en France s'élève à 3,5 milliards d'Euros. Parmi eux, citons Valeo, Michelin, Plastic Omnium, Sogefi. Dans le cadre de sa stratégie électromobilité, BMW Group offre une large gamme de modèles de voitures et deux-roues électriques et hybrides rechargeables. Plus d'un demi-million de voitures électrifiées circulaient déjà sur les routes, fin 2019.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des acteurs culturels de renom tels que les Rencontres de la Photographie, Arles, Paris Photo et Gobelins, l'école de l'image où se tient la Résidence BMW pour la photographie émergente. Depuis plus de 30 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs.

L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi dans le sport français, notamment à travers son partenariat avec la Fédération Française de Golf (FFG).

www.bmw.fr

Facebook: www.facebook.com/BMWFrance

Twitter: www.twitter.com/BMWFrance

Instagram: www.instagram.com/bmwfrance et www.instagram.com/bmwgroupculture_fr

YouTube: www.youtube.com/BMWFrance

Linkedin: www.linkedin.com/company/bmw-group-france

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 15 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

En 2020, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de 2,3 millions d'automobiles et plus de 169 000 motos. En 2020, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 5,222 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 98,990 milliards d'euros. Au 31 décembre 2020, les effectifs de BMW Group étaient de 120 726 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable. C'est pourquoi l'entreprise a inscrit, dans sa stratégie, la durabilité écologique et sociale tout au long de la chaîne de valeur, ainsi que la pleine et entière responsabilité vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

**BMW
GROUP**

Communication et relations publiques



www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: www.twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup

LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw