



Communiqué de presse
Paris, le 20 novembre 2020

DPD FRANCE ÉLU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE 2021 : UN ENGAGEMENT RECOMPENSÉ

L'organisation de l'Élection du Service Client de l'Année (ESCCA) a décerné ce jeudi 19 novembre les palmes de sa 14^e édition mettant à l'honneur les meilleures pratiques en matière de relation et d'expérience client. Ce palmarès est devenu au fil des années une véritable référence auprès des entreprises et des consommateurs. Le spécialiste du transport de colis de moins de 30 kilos, DPD France, reçoit pour la première fois le prix « Élu Service Client de l'Année 2021 » dans la catégorie « Distribution de plis et de colis ».*

Le poids du e-commerce est de plus en plus important dans les achats des Français. Au cœur de cet essor -et encore plus en cette période particulière- le secteur très concurrentiel du transport connaît une forte croissance, qui implique une nécessaire optimisation continue de l'expérience client.

Une Direction dédiée à l'excellence de la Relation Client chez DPD France

L'entreprise a créé il y a 3 ans une nouvelle Direction de la Relation Client, dirigée par Nathalie Nahmias. Depuis lors, de nombreuses réalisations ont vu le jour, notamment la professionnalisation des dispositifs de traitement des appels et emails, la mise en place d'outils de selfcare (FAQ et chatbot), la construction de l'organisation de cette nouvelle Direction, et la création de plusieurs postes de Responsables Service Client Régionaux.

Enfin, les équipes ont bénéficié d'un véritable accompagnement afin de se perfectionner pour toujours mieux répondre aux attentes des clients, avec l'organisation de séminaires, la création d'un guide relationnel ou encore des sessions régulières de formation.

Un engagement hors du commun

Dans un contexte inhabituel lié à la crise sanitaire, les volumes progressent fortement nécessitant une mobilisation accrue des ressources. Chez DPD France, les équipes se sont pleinement investies afin de garantir une relation simple, fluide et efficace avec ses clients.

« Le client est au centre de nos actions et de nos préoccupations, au centre de nos projets et de nos investissements. Et tout autour, pour en prendre soin, pour l'accompagner, le préserver et simplifier son expérience, il y a DPD France » déclare **Georges Kipiani, Président du Directoire DPD France**

Une analyse continue pour une amélioration du Service Client

Plusieurs milliers d'enquêtes sont envoyées chaque semaine aux destinataires des colis livrés par DPD France, en les questionnant sur leur satisfaction quant à leur expérience de livraison et leur contact avec le Service Client. L'entreprise s'appuie également sur l'écoute des appels clients pour améliorer en continu l'expérience délivrée au quotidien. Coté expéditeurs, une enquête annuelle recueille leur ressenti sur les produits, les services attendus, la relation avec leur commercial dédié ainsi qu'avec leur Service Client de proximité.

« A mon sens, il est essentiel que les équipes aient accès à ces retours clients. Cette analyse permet de ne jamais perdre de vue que l'on travaille pour un seul objectif : la satisfaction de nos clients. C'est une mise en pratique de la culture de l'entreprise qui doit chaque jour se répéter pour s'ancrer, se vivre... pour la faire vivre à nos clients ! J'en profite pour remercier toutes les équipes qui gèrent notre relation client avec nos clients expéditeurs et nos clients destinataires, c'est grâce à leur engagement au quotidien que nous avons eu ce prix. » conclut **Nathalie Nahmias, Directrice de la Relation Client de DPD France.**

- FIN -

À propos de DPD France

Créé il y a 25 ans en France, DPD France fait partie de DPDgroup, réseau international de livraison de colis de GeoPost, n°1 sur le marché européen et filiale du Groupe La Poste.

Au service des entreprises, DPD France s'appuie sur un réseau de 58 agences et 5 centres de tri nationaux animés par plus de 2300 collaborateurs qui assurent chaque jour le traitement et la livraison de plus de 320 000 colis en France. Avec ses offres DPD CLASSIC Europe et DPD CLASSIC Intercontinental, DPD France permet également à ses clients de se développer à l'exportation en s'appuyant sur la force et la qualité du réseau de DPDgroup.

DPD France dispose de 3 grands atouts pour accompagner ses clients : une forte proximité reposant sur des équipes commerciales et de service client implantées dans chacune de ses 58 agences, son offre DPD relais de livraison hors domicile avec ses 6 000 relais Pickup partenaires en France ainsi que le service de livraison interactif Predict qui permet au destinataire de reprogrammer sa livraison selon ses besoins et ses contraintes personnelles.

En 2019, DPD France a livré plus de 82 millions de colis.

Pour en savoir plus : www.dpd.fr

*Étude BVA – Viséo CI – Plus d'infos sur escda.fr

Contact presse DPD France :

Agence BecomingwithsuPR !

Khéloudja SADAoui - 06 52 49 85 80 - kheloudja.sadaoui@becoming-group.com