

## AVIS D'EXPERTS

Anne CHANCEAULME - DANONE PRODUITS FRAIS France – JUIN 2011

*Anne Chanceaulme est Responsable de la cellule consommateurs Danone Produits Frais France depuis 2009.*

**DANONE a mis en place depuis plusieurs années un service consommateur pour les marques de DPFF. Quelles sont les missions de ce dispositif ?**

Le service consommateur Danone fête cette année ces 15 ans d'existence.

Au cours de ces années, nous avons pu constater une évolution dans le comportement de nos consommateurs : Ils nous demandent toujours plus de transparence, de réactivité, de service afin que s'installe une relation de confiance avec la marque.

C'est pourquoi, notre mission première est de traiter 100% des contacts reçus quelque soit le canal utilisé par le consommateur.

Cette richesse d'informations est ensuite analysée et transmise aux différentes directions concernées pour adapter notre offre produit.

Nos valeurs au sein de la cellule consommateur peuvent se résumer en 4 mots : Proximité (avec nos consommateurs), Ecoute (de nos consommateurs), Ambassadeur (de nos consommateurs au sein de DPFF), Contributeur (de la stratégie DPFF).

**Les échanges directs entre consommateurs au travers des médias sociaux connaissent un véritable essor. Comment appréhendez-vous ce nouveau phénomène ?**

Nous avons à cœur de créer une vraie relation de proximité et de confiance avec nos consommateurs. C'est pourquoi, DPFF s'est adapté à la demande de nos consommateurs et s'est positionné de manière forte au travers des médias sociaux.

Une vraie réorganisation s'est opérée en interne via :

- L'adaptation de nos sites marques avec des relais forts sur les pages Facebook de chacune d'entre elles (ex : Danette)
- La mise en place de la plateforme Participative « Entre Nous » sur le site [www.danoneetvous.com](http://www.danoneetvous.com) afin d'intégrer les insights consommateurs au cœur de notre réflexion stratégique.
- La mise en place de community manager pour échanger et prendre en compte l'avis de nos consommateurs dans la construction de nos marques et produits.

**Votre service consommateur est au cœur de votre stratégie de fidélisation. Avec quels indicateurs pilotez-vous la relation directe entre DANONE et ses consommateurs ?**

Nous avons plusieurs niveaux d'indicateurs, pilotés à l'échelle de la journée, de la semaine et du mois, avec un partage mensuel systématique en comité de direction.

- Indicateurs nous permettant de comprendre les besoins et attentes de nos clients (analyse de la volumétrie et des motifs de contacts)
- Indicateurs reflétant la qualité et la rapidité de traitement des contacts (délai de réponse)
- Indicateurs mesurant la satisfaction de nos consommateurs sur le traitement de son contact (Enquête de satisfaction)