

Renault renouvelle sa confiance à Qualimetric pour la mesure de son expérience client jusque 2024.



En 2007, Renault confiait à Qualimetric la mesure de son expérience client en France.

En 15 ans de collaboration, ce ne sont pas moins de 600 000 visites mystères qui ont été réalisées, complétées de benchmarks européens ou encore d'études sur diverses thématiques, telles que l'impact carbone.

Ces quinze années ont vu Qualimetric bien grandir, passant de 40 à 200 collaborateurs, multipliant son CA par 4, atteignant les 70 000 mesures Mystery Shopping dans le motors en Europe en 2021.

Parmi les clés de sa réussite : un savant mélange d'audace et d'innovation, illustré notamment avec le lancement en 2020, en pleine crise sanitaire, de CX First. Cette plateforme SaaS qui permet aux enseignes de croiser et de centraliser sur un outil unique l'ensemble des données collectées à l'occasion de visites mystère, d'enquêtes NPS, de sondages ou d'avis partagés sur les réseaux sociaux. Renault a d'ailleurs été l'un des premiers à exploiter CX First, avec des résultats probants. En 2021 : 6 900 utilisateurs / +75 000 sessions / 300 000 pages vues.

Une qualité et une constance qui porte ses fruits : en 2022, Renault renouvelle sa confiance à Qualimetric en réenclenchant une collaboration sur les 3 prochaines années.

CONTACT PRESSE

Presse & Cie | Laetitia Munoz
lmunoz@presse-cie.com | 06 20 49 90 39