

Brother, Élu Service Client de l'Année 2013 !

Brother, acteur clé sur le marché de l'impression et de l'étiquetage, vient d'être Élu Service Client de l'Année 2013*. Cette récompense conforte le groupe japonais dans sa philosophie « At your side. » (à vos côtés) qui traduit son approche résolument tournée vers la proximité et la satisfaction de ses clients, de ses partenaires et de ses collaborateurs.



Le service client Brother, c'est :

- 70 centres de réparation agréés à travers la France
- Plus de 150 techniciens certifiés
- Plus de 20 conseillers et techniciens hotline basés au siège social de Brother France
- Un service en ligne 24/24 et 7/7

« Nous sommes très fiers d'avoir été Élu Service Client de l'Année 2013, il s'agit pour nous d'une reconnaissance de notre savoir faire. La relation client est au centre de notre activité et repose sur une relation de confiance qui porte à la fois sur notre culture de proximité et sur des services à forte valeur ajoutée. Notre force est d'apporter des solutions rapides et durables, avec nos compétences relationnelles et notre savoir-faire. Nous allons continuer sans cesse d'avancer et d'évoluer afin de répondre toujours au plus près des attentes de nos clients », explique Joseph Ghafari, Directeur technique de Brother France.

Un service technique référent et dynamique

Avec en moyenne **13 000 appels reçus par mois**, le centre d'appel est un point essentiel de l'écoute des clients. Afin de garantir un suivi optimal et de qualité de ses clients, Brother internalise son service après-vente, situé au siège social à Roissy. Chez Brother, **les appels ne sont pas gérés par un serveur vocal impersonnel mais pris en charge par un conseiller formé** qui met tout en œuvre pour répondre aux différentes questions. La réactivité est leur priorité : le taux d'absorption des appels est de 96 % avec un **temps moyen d'attente inférieur à 1 minute**. Même credo du côté de l'atelier : testées et reconditionnées, les machines sont réparées en un temps record : 80 % des produits sont restitués à J+2.

Un accompagnement sur-mesure et quotidien

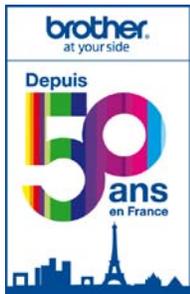
Les grands comptes et un certain nombre de partenaires agréés DAMS (Distributeur Agréé Maintenance), suite à la signature d'un contrat de service, bénéficient d'une hotline VIP et d'un support technique dédié. Les conseillers possèdent une connaissance fine de leurs partenaires, de l'historique et des spécificités du client pour fournir un service toujours plus adapté et sur-mesure.

Autant de raisons qui font du service client de Brother une référence dans son domaine : la dernière enquête de satisfaction client annuelle a fait remonter un **taux positif de 97,5 %** (95 % en 2010).

Toute une campagne de communication (web, print...) sera mise en place par Brother pour relayer cette récompense.

**Étude Inference Operations - Viséo Conseil réalisée de mai à juillet 2012 sur le principe du client mystère au moyen de 215 contacts répartis entre appels téléphoniques, e-mails et navigations Internet.*

A propos de Brother



Créée au Japon en 1908 et aujourd'hui mondialement reconnue, la marque Brother est implantée dans 44 pays. Ses produits sont vendus dans plus de 100 pays à travers le monde.

D'abord spécialiste des machines à coudre industrielles, le groupe Brother s'est développé depuis et a élargi son offre de produits et de services. Il se place aujourd'hui dans le peloton de tête mondial des constructeurs de périphériques d'impressions (imprimantes et multifonctions) et d'étiqueteuses électroniques.

Tout au long de son histoire, le Groupe a su intégrer et adapter dans sa culture d'entreprise les valeurs de son pays d'origine que sont le partage, la proximité, la solidarité, le challenge et l'évolution, avec toujours la même philosophie : "At your side." (A vos côtés).

S'appuyant sur sa politique de développement durable, baptisée « Brother Earth », Brother tient compte de l'impact environnemental de ses produits et auprès de ses partenaires. Brother France quatre associations s'investissant dans la lutte contre les inégalités et l'aide à l'enfance : « A chacun son Everest », « Caméléon », « les Enfants de l'Ovale », « Parrain par 1000 ».

L'année 2012 est haute en couleurs pour la filiale française du Groupe japonais, qui célèbre son 50ème anniversaire dans l'Hexagone.

Plus d'informations sur www.brother.fr.

Contacts presse :

OXYGEN pour Brother

Carole Da Silva : 01 41 11 35 45 / cdasilva@oxygen-rp.com
Anais Loyzance : 01 41 11 23 99 / anais@oxygen-rp.com
Sabrina Gonzalez : 01 41 11 37 82 / sgonzalez@oxygen-rp.com

Brother

Elodie Seng
Responsable communication transversale
eseng@brother.fr