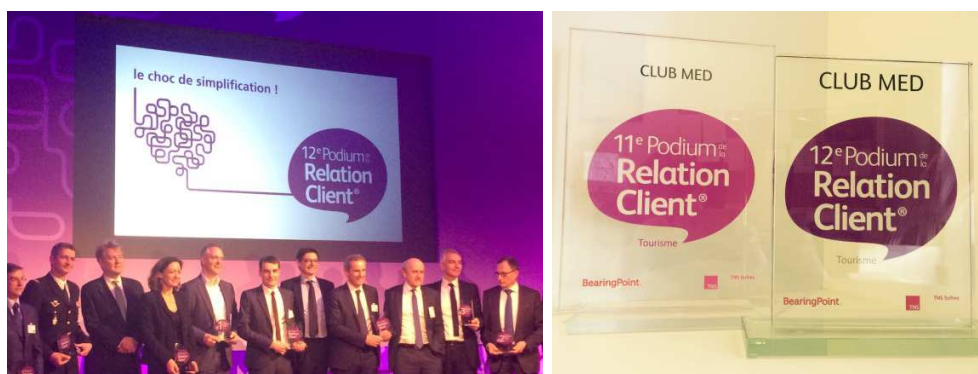


Club Med remporte pour la 2^{ème} année consécutive le Prix de la Relation Client – Secteur Tourisme



Le 9 février 2016, BearingPoint et TNS Sofres ont dévoilé le palmarès du Podium de la Relation Client. La remise des prix a eu lieu hier soir à Paris, devant plus de 200 professionnels issus du milieu du marketing et du commerce.

Club Med, leader mondial des vacances premium Tout Compris, a reçu pour la 2^{ème} année consécutive le prix de la Relation Client dans la catégorie Tourisme.

Club Med récompensé : une relation client innovante et personnalisée

Le Club Med s'est distingué parmi les plus grandes entreprises du Secteur Tourisme par sa capacité à créer et entretenir une relation client innovante et personnalisée avant, pendant et après le séjour de ses clients.

Une relation client:

- ✓ **plus simple** : une simplification pensée pour être au service du client, pour lui apporter une valeur ajoutée personnalisée, un vrai plus qui sera, in fine, un critère de préférence de la marque.
- ✓ **plus digitale** : la création d'outils e-CRM a permis de personnaliser la relation avec une communication plus affinitaire et une accessibilité accrue (Twitter, Facebook, emails, agences, téléphone...)
- ✓ **de plus grande proximité** : un réseau d'agences renforcé (développement de corners, nouveau concept d'appartement-boutique des Champs-Élysées...) offrant ainsi aux clients des espaces plus premium, plus confidentiels et plus digitaux. En Village, les GOs participent à cette expérience client plus personnalisée : une relation de proximité pour assurer aux clients des vacances premium sans contrainte.

A l'occasion de la cérémonie de remise du prix, Sylvain Rabuel, Directeur Général France, Benelux, Suisse et Nouveaux Marchés Europe-Afrique du Club Med s'est exprimé : « *Nous sommes très fiers de voir que spontanément, et pour la deuxième année consécutive, notre relation client est appréciée et reconnue. L'année dernière, c'était déjà pour nous un succès. Cette année, c'est un vrai challenge que de conserver cette 1^{ère} place.*

Ce prix vient récompenser le travail des équipes notamment sur la digitalisation de la relation client et sur la responsabilisation et l'implication de nos commerciaux et de nos GOs en village. Chaque année au Club Med, nous innovons pour être non seulement à la hauteur - mais surtout pionnier - dans la relation avec nos clients, pour offrir toujours plus de service et la meilleure expérience client, créatrice d'émotion. »

Le Podium de la Relation Client, une reconnaissance pour les entreprises

Le Podium de la Relation Client, véritable référence en la matière, depuis sa création en 2003 par BearingPoint et TNS Sofres, récompense les entreprises pour la qualité de leur service de relation client.

L'enquête a été réalisée par BearingPoint et TNS Sofres en novembre 2015 auprès d'un échantillon de 4 000 clients et usagers de plus de 150 entreprises et administrations, représentatifs de la population française, dans 9 secteurs : assurance, automobile, banque, distribution spécialisée, entreprise de services, grande distribution, services publics, tourisme, transport.

Expérience client :
le choc de simplification !



Plus d'informations sur les produits Club Med

www.clubmed.fr

Contacts Presse Club Med

Caroline Bruel – Directrice de la communication

Julie-Marlène Pélissier – Responsable des relations presse - julie-marlene.pelissier@clubmed.com – 01 53 35 35 08

Sophie Reinach - Attachée de presse – sophie.reinach@clubmed.com – 01 53 35 35 87

Pierre-Antoine Chassagne – Service Presse – pierre-antoine.chassagne@clubmed.com - 01 53 35 38 01