

Enquête boutiques de téléphonie mobile

ENQUÊTE AL EN BOUTIQUES, RÉALISÉE DU 23 NOVEMBRE AU 7 DÉCEMBRE 2024 (789 LIEUX ENQUÊTÉS)



PRÉAMBULE



PRATIQUES DE
SURVENTE



SERVICE CLIENT



CONCLUSIONS

Plan du rapport

Le scénario de l'enquête

Les enquêteurs se sont rendus en boutique pour s'informer sur un forfait mobile destiné à leur petit-enfant/enfant de 12 ans qui va avoir son premier smartphone pour son anniversaire. Il s'agissait seulement d'acheter un forfait nu sans téléphone. Les autres informations étaient données seulement en cas de questions du vendeur :

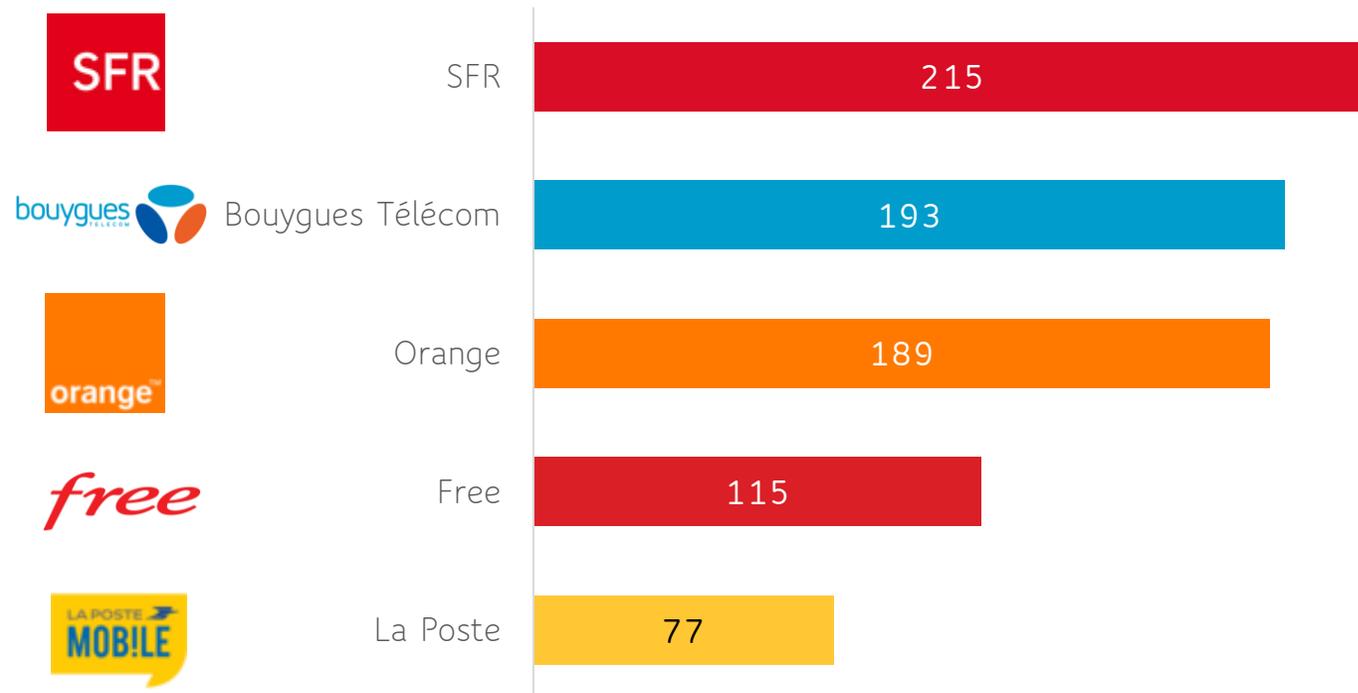
- L'enfant n'a pas besoin d'internet, car c'est un premier téléphone et il a le wifi pour accéder à internet à la maison. Il doit juste pouvoir téléphoner et envoyer des SMS/MMS.
- L'acheteur n'est pas client de l'enseigne dans laquelle il réalise l'enquête.

L'enquêteur devait se mettre dans la peau d'un novice qui vient avec une demande mais qui écoute les conseils du vendeur. Autant que possible, l'enquêteur devait laisser croire qu'il allait réaliser la vente le jour même.

L'âge moyen des enquêteurs est de 69 ans.

Près de 800 boutiques enquêtées, au moins 75 par enseigne

Nombre de boutiques enquêtées par enseigne



789 boutiques ont été enquêtées dans 68 départements.

Les 3 opérateurs les mieux implantés sur le territoire (SFR, Bouygues et Orange) indiquent chacun posséder environ 500 boutiques. Plus d'un tiers d'entre elles ont donc été enquêtées.

Pour Free qui revendique 200 boutiques, ce taux de magasins enquêtés dépasse même 50%.

La Poste disposant de milliers d'agences, les 77 bureaux enquêtés n'en représentent qu'un petit échantillon, mais suffisamment important pour tirer des enseignements.

Offres disponibles dans chaque enseigne au moment de l'enquête

L'enquête se concentre sur les forfaits les moins chers. Free se distingue avec son forfait à 2€. En revanche, son offre suivante atteint directement 20€ (10€ pendant 1 an). La Poste est le deuxième moins cher, avec un forfait à 5€, et son forfait avec plus de 100 Go est 2 à 3 fois moins cher que chez ses concurrents.

Bouygues Télécom et SFR ont des gammes de prix assez proches, avec un premier forfait à 7€ chez Bouygues et 6€ chez SFR. Le forfait le moins cher avec internet est à 15€ chez Bouygues et 16€ chez SFR.

Orange est le plus cher avec son offre la moins onéreuse à 9€, puis un 1^{er} forfait avec internet à 18€.

Opérateur	50-100 Mo	1 Go	5 Go	20-40 Go	100-150 Go	Plus de 150 Go
Orange	8,99€			17,99€	24,99€	35,99€ - 40€
SFR	5,99€			15,99€		19,99€
Bouygues		7€	15€	16,99€	35,99€	45,99€ - 59,99€
Free	2€				19,99€	19,99€
La Poste	4,99€				10,99€	14,99€ - 19,99€

Forfaits adaptés à la demande

Note : Il s'agit des prix finaux, hors promotion appliquée durant les X premiers mois.



PRÉAMBULE



PRATIQUES DE
SURVENTE



SERVICE CLIENT

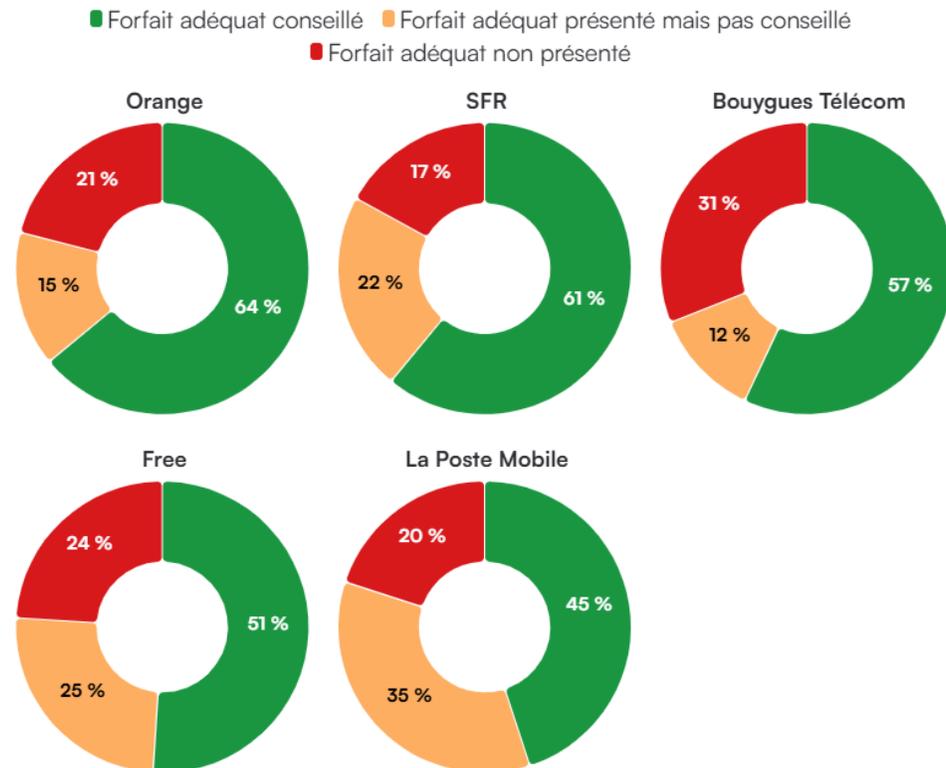


CONCLUSIONS

Plan du rapport

Moins de 60% des enquêteurs se sont vu conseiller le forfait adéquat

Part des vendeurs ayant conseillé le forfait le plus adapté à la demande



Les enquêteurs demandent un forfait pour un enfant n'ayant pas besoin d'internet hors de son domicile, le forfait le plus adapté était donc le moins cher, celui n'incluant pas ou peu de données mobiles. Mais à peine plus d'un vendeur sur deux a effectivement conseillé de se tourner vers ce forfait (58%). Dans une boutique sur 4, ce forfait le moins cher n'a même pas été évoqué par le vendeur.

C'est chez La Poste que ce forfait sans internet a le moins souvent été conseillé (45%), suivi par Free (51%).

Chez Bouygues Télécom, la part des boutiques n'ayant même pas présenté le forfait le moins cher, grimpe à presque une sur 3.

Les forfaits moins chers en ligne évoqués dans quelques boutiques Bouygues

Dans une dizaine de boutiques Bouygues Télécom, le vendeur a évoqué les offres en ligne B&You, la version low-cost et en ligne du groupe. Un forfait y est en effet proposé à 2€, bien moins cher que les 7€ minimum pour un forfait en magasin. Un geste à saluer car chez Orange et SFR, qui proposent également une offre low-cost en ligne, Sosh n'a été évoqué que dans 2 boutiques Orange, et Red ne l'a jamais été chez SFR.

Voici quelques exemples de témoignages d'enquêteurs chez Bouygues Télécom :

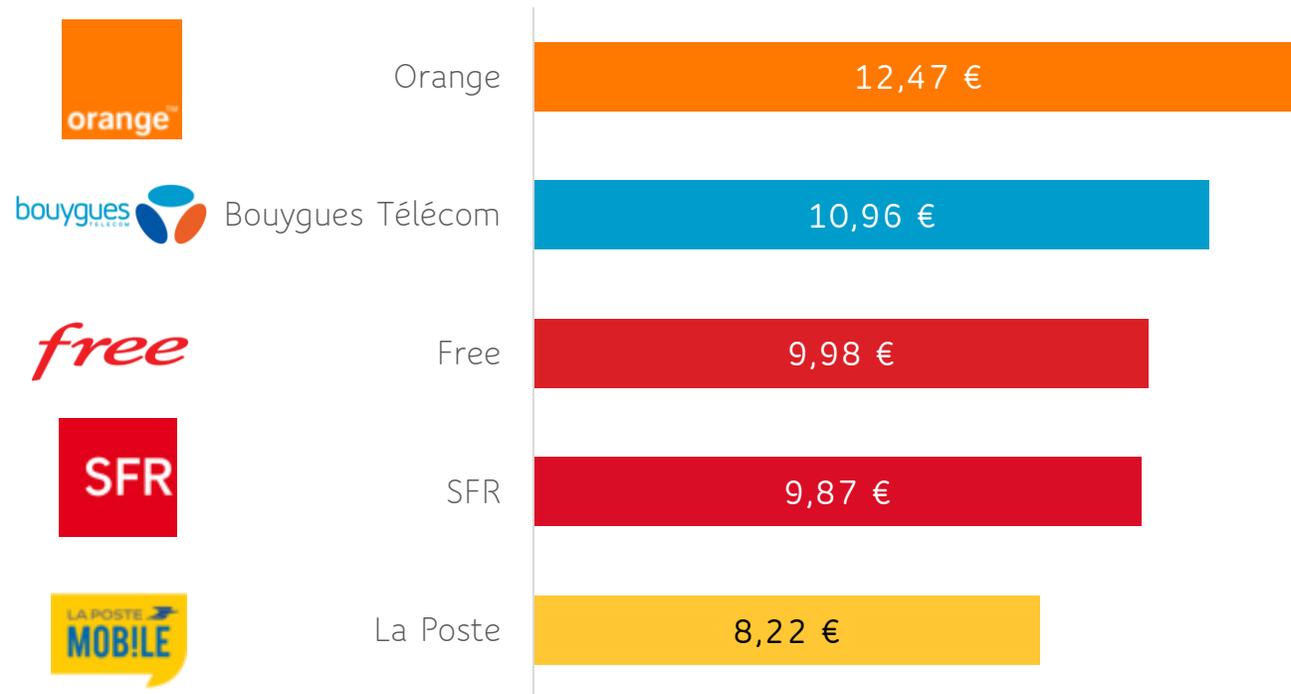
Pour bénéficier du forfait le moins cher 1,99€, il m'a orienté vers leur site B&You

Il m'a conseillé d'aller voir sur Internet les forfait B&You plus concurrentiels sur ce type de forfait.

Le vendeur m'a conseillé de voir avec B&you

Le forfait conseillé plus cher chez Orange

Prix moyen du forfait conseillé



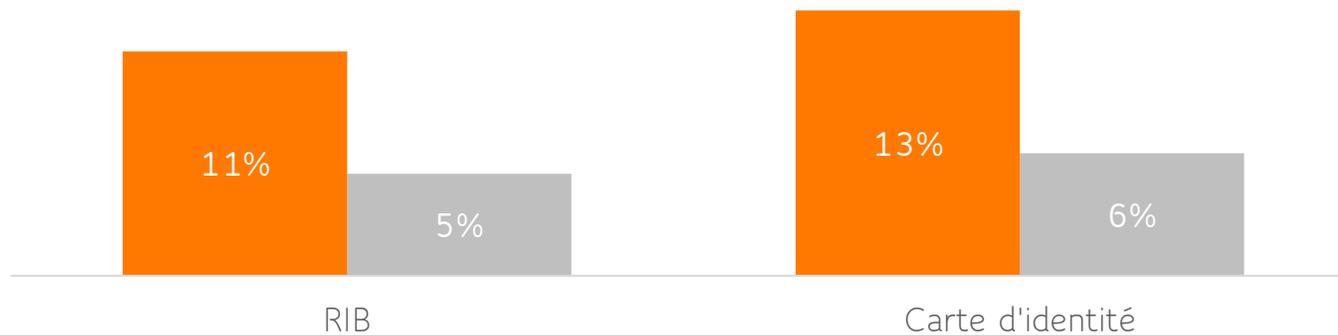
Même si les vendeurs Orange ont moins pratiqué de survente que leurs concurrents, les forfaits y sont si chers que le prix moyen du forfait conseillé par le vendeur est plus élevé que dans les autres enseignes.

A l'inverse, La Poste affiche le prix moyen le moins élevé malgré les pratiques de survente car ils proposent des forfaits nettement moins chers que les autres enseignes.

Le RIB parfois demandé en amont de la demande

Documents demandés avant la présentation des offres

■ Autres enseignes ■ Orange

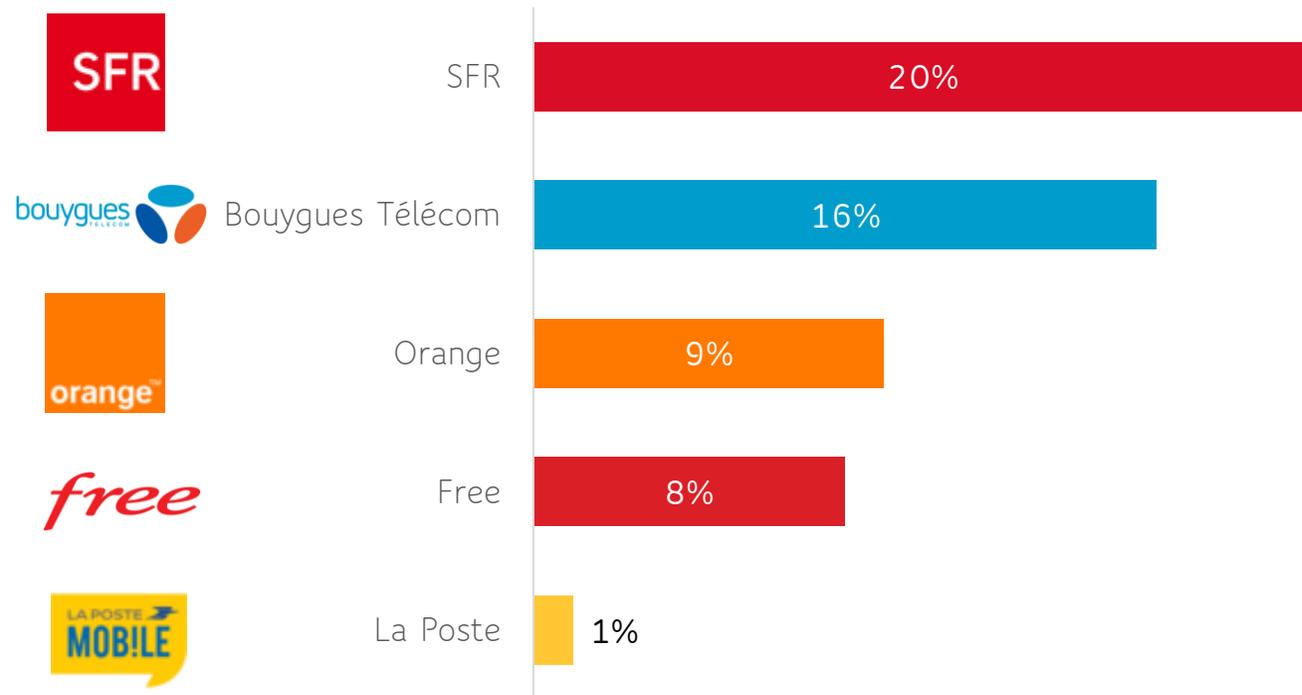


Même si la pratique reste très minoritaire, une soixantaine d'enquêteurs ont fait face à un vendeur demandant un RIB ou une carte d'identité avant toute présentation des forfaits.

La pratique semble moins occasionnelle chez Orange, où 13% des enquêteurs se sont vu demander leur carte d'identité et 11% leur RIB.

13% des vendeurs suggèrent l'acquisition de Box quand on se renseigne pour un forfait mobile !

Part des vendeurs ayant tenté de vendre une box



13% des enquêteurs qui étaient venus seulement pour un forfait mobile ont vu le vendeur essayer de leur vendre une box fibre ou ADSL. Ils s'appuient pour cela sur des prix de forfaits mobiles proposés moins chers aux abonnés box de l'enseigne.

Cette pratique reste donc minoritaire mais elle est nettement plus présente chez Bouygues Télécom et SFR. Dans cette dernière enseigne, cela a concerné un client mystère sur 5.



PRÉAMBULE



PRATIQUES DE
SURVENTE



SERVICE CLIENT



CONCLUSIONS

Plan du rapport

Des temps d'attente parfois très importants

Si le phénomène n'est pas majoritaire, certains enquêteurs ont pu faire face à des délais d'attente très importants. C'est particulièrement le cas chez Orange, où la prise de rendez-vous était parfois conseillée.

Le Poste de Versailles : je suis passée à 16h30, et il y avait beaucoup de monde

Orange Aubenas : Vendeur assez aimable qui m'a reçu après plus de 45 min d'attente.

Orange Châtelleraut : L'attente a été un peu longue (3/4h) avant de voir un conseiller.

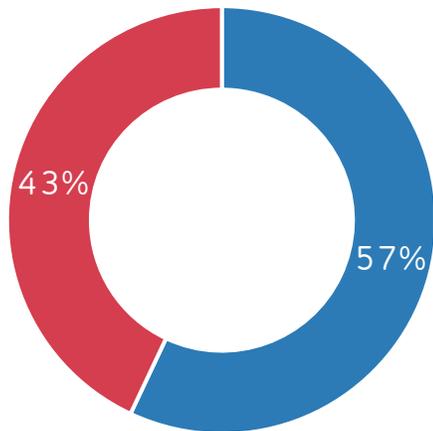
Bouygues de Guérande : l'attente initiale a été longue (45 mn)

SFR Longuenesse : Plus de 30 min d'attente, un seul vendeur dispo le matin à 10h30

Des prises d'information sur les besoins loin d'être systématiques

Le vendeur s'est-il renseigné sur les besoins d'internet de l'enfant ?

■ Oui ■ Non



Dans plus de 4 cas sur 10, le vendeur ne s'est pas renseigné sur les besoins d'internet de l'enfant destinataire du forfait. Cela semble pourtant être une question indispensable pour conseiller un forfait.

Cette part est assez similaire quelle que soit l'enseigne, elle monte juste légèrement à 5 sur 10 chez Free.

Si le fait de s'être renseigné améliore légèrement la pertinence du forfait conseillé, 39% des vendeurs s'étant renseignés ont malgré tout conseillé un forfait qui n'était pas le plus adapté (contre 47% pour les autres).

Un désintérêt pour la demande ressenti par plusieurs enquêteurs

Dans toutes les enseignes exceptée La Poste, une quarantaine d'enquêteurs ont fait part en commentaire du désintérêt du vendeur après avoir expliqué ne venir que pour un forfait, de surcroît sans internet :

Free St Clément de Rivière : le vendeur m' a semblé peu intéressé par ma demande dans la mesure où je n'étais pas un client Free et que je ne souhaitais pas changer de fournisseur

Orange Nantes : Au moment où je lui ai dit non pour le smartphone, il a prétexté qu'il avait beaucoup de monde

Orange Fougères : Au vue de la demande je n'étais pas une cliente très intéressante pour Orange

Bouygues d'Aubenas : Vendeur peu aimable à partir du moment où j'ai dit que je cherchais un "petit" forfait.

SFR Tours : Vendeur aimable mais peu motivé à ne vendre que le forfait

SFR Aix les Bains : La vendeuse ne semblait pas très motivée pour répondre à ma demande

Chez Free, des bornes plutôt que du conseil humain

Plusieurs enquêteurs s'étant rendus chez Free racontent que le vendeur les a renvoyés sur une borne avec peu ou pas d'accompagnement. L'intérêt de se rendre en magasin par rapport à une consultation du site web apparaît donc assez faible :

Free Paris 1^{er} : Le "vendeur" n'avait qu'un rôle, me diriger vers un ordinateur de la boutique pour que je me débrouille seule

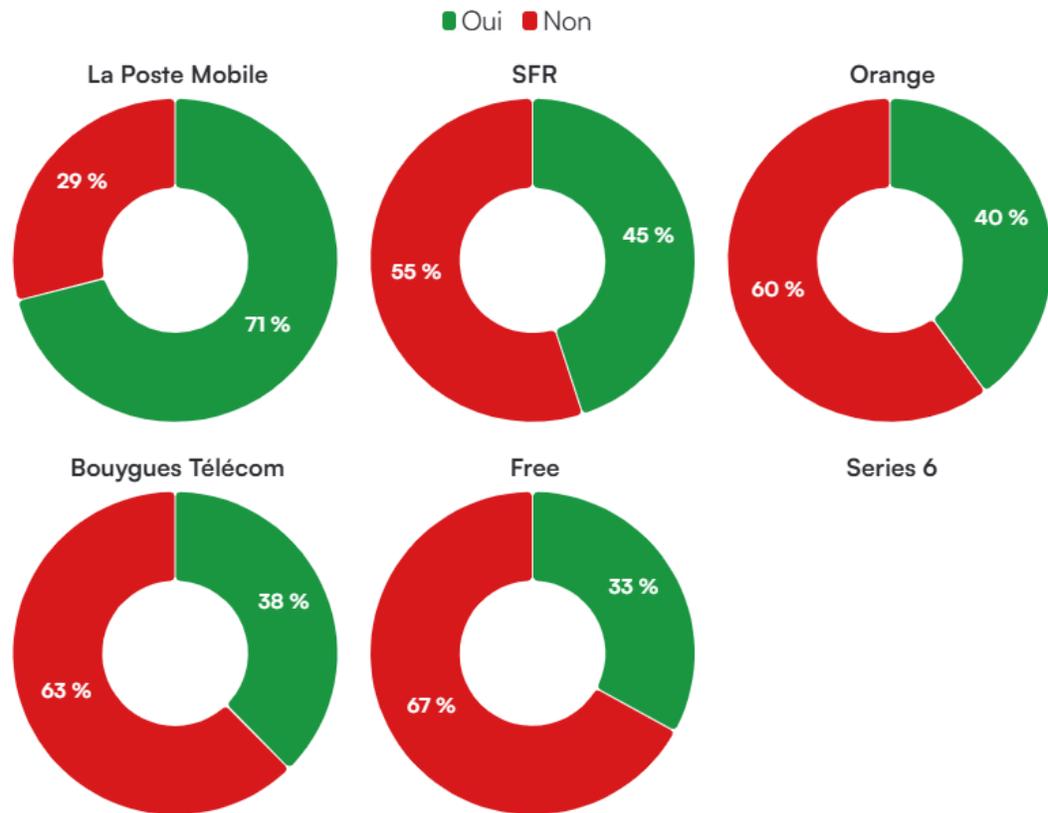
Free Labège : La vendeuse ne m'a donné aucun renseignement, elle m'a planté devant une machine pour les renseignements

Free Montpellier : Entretien expéditif. Le vendeur m'a installé devant une borne où étaient présentées deux offres

Free Liévin : on est orienté vers une borne où il y a les forfaits avec les prix et on se débrouille

Le prix de la carte Sim non indiqué dans la majorité des cas

Part des vendeurs ayant indiqué le prix de la carte Sim



Dans 57% des cas, le vendeur n'a pas évoqué le prix de la carte SIM.

La Poste fait exception, avec 70 % des enquêteurs ayant obtenu le tarif de la carte SIM.

Enseigne	Prix carte Sim
Orange	10€
SFR	10€
Bouygues Télécom	5€
Free	10€
La Poste Mobile	14,90€

Qualité du service client : Free et Bouygues déçoivent

Environ 4 enquêteurs sur 5 ont été satisfaits par l'intérêt que le vendeur a porté à leur demande et par la qualité de ses explications. Concernant l'amabilité de celui-ci, la satisfaction dépasse 90%. Mais des différences entre les enseignes émergent.

Free fait figure de mauvais élève, avec à peine 7 enquêteurs sur 10 satisfaits de l'implication du vendeur et ses explications. Bouygues fait légèrement mieux mais reste nettement en dessous de ses concurrents.

SFR, Orange et La Poste affichent des résultats très proches, mais La Poste se distingue par un taux de personnes très satisfaites un peu plus élevé et un quasi sans faute sur l'amabilité.

Opérateur	Intérêt porté à la demande	Qualité des explications	Amabilité
Orange	84% ★★	84% ★★	93% ★★★★★
SFR	82% ★★	85% ★★	95% ★★★★★
Bouygues	75% ★	73% ★	90% ★★
Free	69% ■	71% ★	90% ★★
La Poste	84% ★★	81% ★★	99% ★★★★★



PRÉAMBULE



PRATIQUES DE
SURVENTE



SERVICE CLIENT



CONCLUSIONS

Plan du rapport

Principaux enseignements

- L'enquête révèle que des pratiques de survente sont bien à l'œuvre dans les boutiques de téléphonie mobile, puisque 42% des vendeurs ont conseillé un forfait avec internet contrairement à ce qui était souhaité.
 - Conséquence de cette survente et des prix élevés pratiqués par la plupart des enseignes, le prix moyen du forfait conseillé dépasse 10€, alors que des forfaits avec appels, SMS et MMS illimités existent à 2€.
- La satisfaction vis-à-vis du service client est plutôt élevée même si le bât blesse un peu sur l'intérêt porté à la demande.
 - Ce manque d'intérêt peut se lire dans l'absence de questions posées sur les besoins d'internet dans presque un cas sur deux.
 - Le prix de la carte Sim est également une information importante qui n'a pas été indiquée par la majorité des vendeurs.

Comparatif des enseignes

- Les vendeurs de La Poste ont plus qu'ailleurs poussé à prendre un forfait avec internet. C'est le seul critère qui pénalise l'enseigne, car elle bénéficie sinon de forfaits moins chers, de vendeurs jugés particulièrement aimables, et ayant indiqué plus souvent le prix de la carte Sim.
- SFR obtient plutôt de bons résultats, avec des forfaits proposés plutôt adéquats, pas trop chers et une satisfaction élevée.
- Orange est pénalisé par ses prix élevés mais a de bons résultats sur les autres critères.
- Bouygues n'obtient pas de très bons résultats, il est en dessous de la moyenne sur la plupart des critères.
- Malgré le forfait à 2€, les vendeurs Free ont souvent poussé à prendre celui avec internet, coûtant 20€ à terme. Plombée par le recours aux bornes, la satisfaction est en berne et les vendeurs se sont moins renseignés qu'ailleurs sur les besoins du client.

Opérateur	Forfait conseillé		Satisfaction			Renseignements	
	Enseignes ayant conseillé le forfait adéquat	Prix moyen du forfait conseillé	Intérêt porté à la demande	Qualité des explications	Amabilité	Prix de la carte Sim indiqué	Renseignements pris sur les besoins
Orange	64% ★	12,47€	★★	★★	★★★★	■ ■	★
SFR	61% ★	9,87€	★★	★★	★★★★	■	★
Bouygues	57% ■	10,96€	★	★	★★	■ ■	★
Free	51% ■	9,98€	■	★	★★	■ ■	■
La Poste	45% ■ ■	8,22€	★★	★★	★★★★	★★	★