

Dialoguer avec les internautes, une valeur mal partagée

Il y a des entreprises ouvertes aux échanges avec les consommateurs et d'autres qui ne le sont vraiment pas. Tel est le constat dressé par la société Teletech International qui a mené l'enquête auprès d'un demi-millier de sites Internet. Les surprises sont au rendez-vous.

C'EST À LA SUITE d'une mésaventure personnelle qu'Emmanuel Mignot a eu l'idée de créer un baromètre unique en son genre qu'il a baptisé « Y a kelk'l ? ». Cette question, orthographiée à la manière des ados sur Internet, résume l'esprit de cette enquête réalisée par sa société, Teletech International. « J'ai acheté un appareil photo sur un site anglais, raconte-t-il. Le prix était intéressant mais je n'ai rien reçu. C'était un site bidon qui se contentait d'encaisser l'argent et qui, au mieux, envoyait des produits défectueux ou d'occasion. À l'époque, je n'avais même pas songé à appeler le numéro de téléphone qui y figurait. Si je l'avais fait, j'aurais constaté que ce numéro était faux. »

« **Les numéros surtaxés, "c'est un peu la double peine : on a un souci et, en plus, on doit payer".** »

LA CRAINTE DE L'ARNAQUE

La crainte de l'arnaque n'est pas la seule raison qui conduit les internautes à souhaiter pouvoir entrer en contact avec une personne physique. Certains peuvent simplement avoir besoin de confirmer le caractère effectif d'une tran-

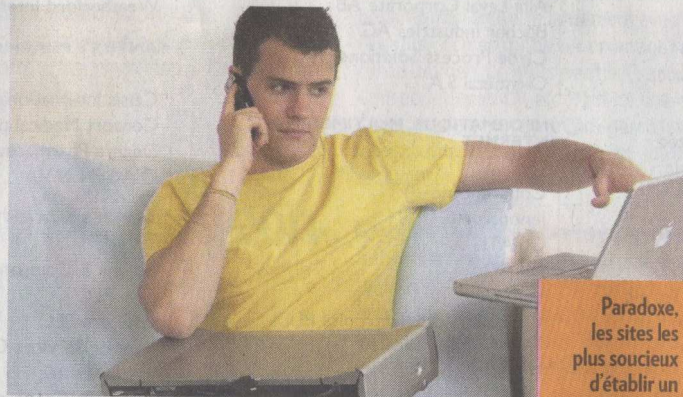
saction ou d'une inscription quand leur ordinateur a « planté » au moment clé. D'autres veulent pouvoir se renseigner sur les modalités d'une livraison.

Teletech International a donc regardé la façon dont près d'un demi-millier de sites français (*) permettait ou non aux internautes d'entrer en contact direct avec un représentant de l'entreprise.

Premier constat : dans près d'un site sur quatre, l'internaute peut bien

chercher une adresse e-mail, il n'en trouvera pas. S'il préfère téléphoner, cela se présente un peu mieux : 83 % des sites mettent en évidence un numéro d'appel.

Mais attention, dans un cas sur trois, il s'agit d'un numéro surtaxé... « C'est un peu la double peine, on a un souci et en plus on doit payer pour obtenir le renseignement dont on a besoin ! » s'exclame Emmanuel Mignot, dont l'entreprise est spécialisée dans les centres d'appels. À noter que, parmi les 17 % qui ca-



WILFRIED MASY / REA

Paradoxe, les sites les plus soucieux d'établir un contact autre que virtuel avec les internautes ne sont pas, de loin, les plus consultés.

chent bien leur numéro de téléphone voire qui n'en laissent apparaître aucun figurent des champions de la vente en ligne : Opodo, Cdiscount et Priceminister.

LE MONDE À L'ENVERS

C'est d'ailleurs le constat le plus intéressant de ce baromètre. Les sites les plus soucieux d'établir un contact autre que virtuel avec les internautes ne sont pas, de loin, les plus consultés. En s'appuyant sur plusieurs critères (temps de réponse à un e-mail envoyé et à un appel téléphonique), Teletech International a établi une sorte de podium.

Dans le secteur des transports de personnes et/ou de

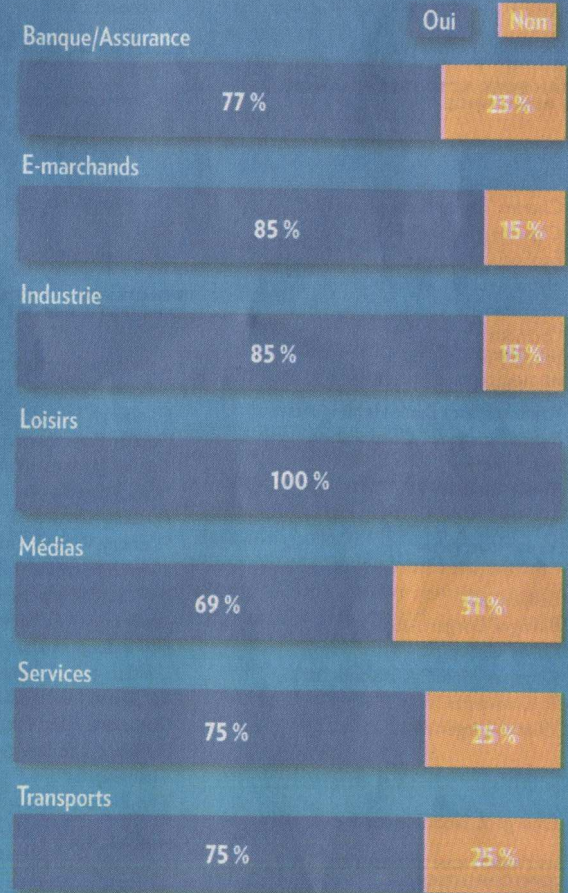
marchandises, par exemple, l'opérateur postal Adrexo arrive en tête, devant la RATP et voyages-sncf.com. Du côté des distributeurs en ligne, c'est L'Homme Moderne et Princesse Tam-Tam qui font la course en tête. Mais le plus surprenant tient dans la liste des sites qui n'ont ni téléphone ni e-mail. On y trouve notamment Nissan et Kia.

PIERRE KUPFERMAN

(*) L'étude porte sur 445 entreprises disposant d'un site Internet marchand ou non marchand s'adressant aussi bien au grand public qu'aux professionnels.

La présence d'un numéro de téléphone sur les sites marchands

En %, par secteur d'activité



Source : Baromètre de l'accessibilité des sites Internet - Y a kelk'l ?

