VERSION OCTOBRE 2025

POLITIQUE EXPERIENCE CLIENT DE LEGRAND

CONTEXTE

Le modèle de Legrand est fondé sur l'importance de ses positions de leadership et sur sa volonté d'être une référence en matière d'expérience client. Il est donc stratégique de proposer en permanence la meilleure expérience possible à ses clients.

Cette politique définit les priorités du Groupe pour permettre aux clients de vivre une expérience réussie, répondant à leurs besoins et garantissant la qualité et la sécurité des produits et des solutions.

PRINCIPALES THEMATIQUES DE LA POLITIQUE

1. Dispositif d'enquêtes de Satisfaction Client

Legrand a mis en place un dispositif mondial d'enquête relationnelle annuelle de satisfaction de l'ensemble de ses clients, couvrant un large nombre de critères comme la qualité et la fonctionnalité de ses produits, la qualité de la relation commerciale et du processus de commande, de facturation et de livraison ou encore du support avant et après-vente. Ce dispositif est complété par des enquêtes transactionnelles couvrant des moments du parcours client comme les sites web, les formations, les produits & services.

2. Analyse et Actions Basées sur les Retours Clients

Les résultats des enquêtes réalisées, dont l'enquête de satisfaction clients, sont analysés, les clients réinterrogés quand cela est nécessaire, et des plans d'actions d'amélioration sont ensuite mis en œuvre et suivi au sein d'un processus de « Customer Room » invitant le suivi et la résolution des irritants au niveau pays, zone géographique puis consolidé à niveau du Groupe Legrand.

3. Formation et Sensibilisation

Des sessions de formation sont organisées pour les équipes Legrand, pour les sensibiliser à l'importance de l'expérience client. Ces formations sont notamment animées par des experts du programme expérience clients de Legrand (nommé « Best of Us ») et couvrent divers aspects de la satisfaction client. Un réseau interne d'experts sur l'expérience client a été ainsi mis en place progressivement, identifié comme « Champions CX ». L'empathie client des collaborateurs du Groupe est mesurée annuellement, au-travers d'une enquête « Voix du client au travers des employés »

4. Gestion des Irritants Clients

Une méthodologie de résolution des points irritants pour les clients (*pain points* en anglais) est déployée pour chaque irritant client identifié, impliquant les différentes parties prenantes de l'entreprise pour répondre aux problèmes rencontrés par ses clients.

5. Partage d'informations et Meilleures Pratiques

Une plateforme interne "Best of Us" est disponible pour l'ensemble des employés du Groupe, dont les « Champions CX » (les équipes de Legrand référentes en matière d'expérience clients), pour faciliter l'échange rapide d'informations et le partage des meilleures pratiques en matière d'expérience client.

6. Indicateurs de Performance

Le suivi de l'indicateur de la satisfaction client est inclut dans la Feuille de Route RSE de Legrand et représente un élément clé de cette politique. Il se fait via les indicateurs suivants : NPS, CSAT et CES. (NPS = Net Promoter Score mesure la fidélité et la recommandation ; CSAT = Customer Satisfaction mesure la satisfaction client; CES = Customer Effort Score mesure la facilité des interactions client-entreprise)

7. Engagement pour la Qualité et la Sécurité

La qualité et la sécurité des produits de Legrand tout au long de leur cycle de vie est un élément déterminant de la satisfaction de ses clients. Legrand renforce constamment son organisation et ses process qualité et met en œuvre des plans d'amélioration continue pour garantir la qualité de ses produits. La politique qualité du Groupe est disponible en suivant ce lien : Politiques Qualité - Santé & Sécurité - Environnement_FR.

8. Protection des Données

Legrand s'engage à protéger les données personnelles de ses clients en conformité avec les réglementations en vigueur, telles que le loi européenne RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données). Le Groupe adopte le principe de « *privacy by design* » dès l'étape de conception des produits, en ne recueillant que les données strictement nécessaires et en appliquant les exigences de l'ISO 27001.

OBJECTIFS ET ENGAGEMENTS

- Suivre le critère de Maturité CX composé de 25 items (tels que la satisfaction relationnelle et transactionnelle, la définition de profiles client ou « personas », description des parcours clients type, acculturation aux principes de centricité client des équipes Legrand,..)
- Améliorer de 4 points tous les ans le *CX Maturity score* de de chaque entité.
- Suivre et publier les indicateurs de performance tels que le NPS et le CSAT.
- Respecter les normes de sécurité les plus élevées, y compris les normes IEC et CENELEC, pour assurer la protection de tous les utilisateurs.
- Protéger les données personnelles des clients en conformité avec les réglementations en vigueur, telles que le RGPD, et adopter du principe de « *privacy by design* » dès l'étape de conception des produits.

RESPONSABILITES ET PERIMETRE D'APPLICATION

La Direction Digitale, rattachée à la Direction de la Stratégie, des Marques et du Digital, et les « Champions CX » locaux sont responsables de la mise en place de la Politique Satisfaction clients et de son déploiement dans les entités du Groupe Legrand, avec le soutien de la Direction Qualité Groupe Legrand.

Toutes les entités du Groupe Legrand, couvrant les clients *Business to Business (B2B)* et les consommateurs finaux sont couverts par cette politique.

Benoît Coquart - Directeur Général

Octobre 2025