Communiqué de presse – Thermor Élu Service Client de l'Année 2027*

Un service client 100 % basé en France et internalisé, distingué dans la catégorie « Bricolage, rénovation et agencement de la maison », avec une note globale de 16,64/20 et 99 % d'appels aboutis.

Thermor, marque française du confort thermique et partenaire des professionnels de la rénovation énergétique, a reçu le 19 novembre 2026 le titre Élu Service Client de l'Année 2027*. Pour la 20e édition de l'Élection du Service Client de l'Année, cette distinction récompense la qualité du service client de Thermor, évaluée par Ipsos bva à travers une série de 205 tests réalisés par des clients mystères.

205 tests clients mystères sur tous les canaux

Thermor a été évaluée du 11 mai au 4 juillet 2026 par Viséo Customer Insights, au moyen de 205 tests clients mystères. Appels téléphoniques, e-mails, navigation sur le site internet et réseaux sociaux : chaque canal a été mis à l'épreuve.

Le trophée a été remis le jeudi 19 novembre 2026, lors de la cérémonie de la 20e édition de l'Élection du Service Client de l'Année.

Une relation client 100 % française et 100 % internalisée

Chez Thermor, aucun appel n'est délocalisé ni sous-traité. Service clients, avant-vente, après-vente, service consommateurs, formation et intervention technique : toutes les équipes sont basées en France et salariées de l'entreprise. Ce choix a déjà été reconnu en janvier 2025 par la marque de garantie « Relation Client 100 % France – Service France Garanti ».

Pour les professionnels, ce modèle se traduit concrètement :

- **Des conseillers experts** qui connaissent les produits fabriqués dans les usines françaises de la marque ;
- **Un diagnostic de panne** accompagné de l'envoi de pièces détachées sous 24 heures à l'artisan ou remplacement du produit directement chez le distributeur ;
- **Une équipe d'environ 200 collaborateurs** dédiée au conseil et à l'accompagnement au quotidien ;
- **Un gain de temps pour les professionnels** grâce à un accompagnement simplifié au quotidien.

Une distinction au service de toute la filière

Pour un installateur, la qualité du service fabricant pèse directement sur ses chantiers. Une pièce reçue le lendemain, c'est un client final dépanné plus vite. Un conseiller joignable et compétent, c'est un diagnostic sécurisé et un temps d'intervention maîtrisé.

« Cette distinction appartient d'abord à nos équipes. Elles répondent chaque jour, depuis la France, aux installateurs et aux particuliers qui nous font confiance. Avoir fait le choix d'un service client internalisé et basé en France, c'est garantir à nos clients une expertise produit et une réactivité que les tests clients mystères viennent aujourd'hui confirmer " explique Laurent Guillot, responsable du service client chez Thermor.

A propos de Thermor

Thermor est une marque française de référence dans le domaine du confort thermique, créée en 1931. Elle propose à ses partenaires professionnels des solutions éco-performantes, bas carbone et économes en énergie, ainsi qu'un ensemble de services pour simplifier leur quotidien. Spécialisée dans la rénovation de l'habitat, Thermor c'est une offre complète de solutions complémentaires fonctionnant à 100% à l'énergie électrique ou énergie renouvelable incluant radiateurs, sèche-serviettes, chauffe-eau électriques et thermodynamiques, pompes à chaleur et climatisations. Depuis sa création, la marque entretient une relation de proximité avec les distributeurs et entreprises d'installation, renforçant ainsi son engagement envers le secteur professionnel.

À propos de l'Élu Service Client de l'Année

Depuis 2007, l'Élection du Service Client de l'Année récompense la qualité des services clients par univers de consommation. Le concours s'est installé à l'international et est organisé en Espagne, au Royaume-Uni, au Maroc, en Tunisie, en Allemagne, en Autriche, en Suisse, au Sénégal et au Canada. Organisée par Viséo Customer Insights, cette élection se fonde sur une méthodologie reposant sur le principe du test client mystère. Les tests réalisés par Ipsos bva (205 par entreprise) évaluent la relation client sur les 5 principaux canaux de contacts à distance (téléphone, e-mail ou formulaire, sites Internet, réseaux sociaux et chat).

La qualité de la relation client délivrée est évaluée via 10 à 15 critères appliqués à l'ensemble de l'expérience client : avant-vente, vente et après-vente. Plus d'informations sur escda.fr

**Catégorie Bricolage, rénovation et agencement de la maison – Étude Ipsos bva – Viséo CI – Plus d'infos sur escda.fr*