



Communiqué de Presse

Butagaz lance, jeudi 15 mars, sa 2^e Journée Bleue sur le thème de la rencontre entre ses collaborateurs et ses clients.

Créée en 2017, la Journée Bleue est un événement d'entreprise destiné à marquer l'engagement de chacun vis-à-vis du client.

LEVALLOIS-PERRET, le vendredi 16 février 2018 – Butagaz, acteur multi-énergies de référence, place la confiance et la proximité de ses 5 millions de clients au cœur de sa stratégie. Désireuse d'illustrer cet engagement avec une journée spéciale, la marque à l'Ours bleu renouvelle pour la seconde fois son événement d'entreprise « La Journée Bleue ». L'objectif est que chacun se sente encore plus concerné et, surtout, engagé dans la réussite de l'expérience client.

En 2017 Butagaz promettait à ses clients de leur rendre la vie plus bleue en s'appuyant sur leur très grande satisfaction : en effet, chez Butagaz, 95 % des clients sont satisfaits* ! En 2018, l'entreprise va plus loin en organisant des rencontres entre ses collaborateurs et ses clients.

Pour voir la vie en bleu, il suffit de belles rencontres

À l'occasion de la Journée Bleue, Butagaz propose à tous ses collaborateurs à participer à des ateliers dédiés à l'expérience client et à aller à leur rencontre de différentes façons : en écoutant des appels téléphoniques au sein du Service Client, en accompagnant des chauffeurs en tournées de livraison ou encore en participant à des rendez-vous commerciaux sur le terrain.

Par ailleurs, les managers de l'entreprise sont invités à contacter des clients ayant récemment appelé Butagaz, afin de recueillir leurs impressions sur la prise en charge de leurs besoins, évaluer leur niveau de satisfaction et collecter leurs idées.

De plus, le 15 mars prochain, Butagaz convie des clients à découvrir les sites de l'entreprise : les bureaux du siège, plusieurs sites industriels et le siège de l'un des distributeurs régionaux. Les clients pourront visiter les locaux, voir les chaînes de production, échanger avec les collaborateurs, voir le Service Client en action, et découvrir les métiers.

100 % engagés pour ses clients

Il y a trois ans, Butagaz se dotait d'une Direction de l'Expérience Client visant à mettre leur satisfaction au cœur des activités de l'entreprise.

L'ambition de Butagaz d'être 100 % engagé au quotidien pour ses clients se traduit par une série d'initiatives inédites visant à renforcer la proximité qu'ils entretiennent avec la marque : cette nouvelle édition de la Journée Bleue bien sûr, mais aussi l'invitation de clients à la conférence de presse d'annonce de son lancement dans le gaz naturel et

l'électricité et, au second semestre 2018, le dévoilement d'un programme régulier de rencontres insolites.

À propos de Butagaz

Fournisseur multi-énergies, le groupe Butagaz a pour mission d'assurer le confort au quotidien de ses clients. Filiale du groupe irlandais [DCC](#), il est en France un acteur majeur et de confiance du marché du propane et du butane. Ayant pour ambition d'offrir toujours plus de confort et de liberté de choix à ses clients, le groupe Butagaz propose également du gaz naturel, de l'électricité aux particuliers et aux professionnels sur tout le territoire ainsi que des granulés de bois. Depuis janvier 2017, le groupe Butagaz a été rejoint par Gaz Européen, fournisseur français d'électricité et de gaz naturel pour les professionnels, présent sur l'ensemble du territoire grâce à ses 7 entités régionales.

L'innovation, pierre angulaire de sa promesse de marque, l'amène à diversifier ses activités et à proposer son propre programme d'accélération de start-up – Zagatub – qui soutient des initiatives entrepreneuriales au service du confort de la maison et facilite l'industrialisation de ces innovations produit.

Ce sont près de 5 millions de clients qui font aujourd'hui confiance à Butagaz et plus de 95 % d'entre eux se sont déclarés satisfaits des solutions et services proposés*

Pour plus d'informations : www.butagaz.fr – Suivez notre actualité sur Twitter : @BUTAGAZ

Contact presse

Élodie Londas Hoarau
01 86 21 51 42
elodie.londas@elaneldelman.com

* Source : Étude « la voix du Client » – juin 2016