



# Action

°29  
Janvier 2008

La lettre des actionnaires de Schneider Electric

[www.schneider-electric.com](http://www.schneider-electric.com)



“Le client  
au cœur de  
nos priorités”

## Madame, Monsieur, Cher actionnaire,

2007 marquera à n'en pas douter un nouveau record de croissance pour votre Groupe. Je saisis cette opportunité pour vous remercier de la confiance que vous nous témoignez en investissant dans Schneider Electric et vous souhaiter une excellente et heureuse année 2008.

Au cours de ces six dernières années, Schneider Electric a mené un profond repositionnement de son portefeuille d'activités qui lui a permis de doubler son marché accessible, de diversifier son exposition aux marchés finaux et de transformer son profil de croissance. Votre Groupe a ainsi développé des positions uniques dans de nouvelles activités en croissance forte et structurelle, comme l'Energie Sécurisée, la Gestion de l'Energie, les Services et les automatismes dans toutes les applications. Il a également renforcé sa présence sur des marchés moins sensibles aux cycles économiques, tels que les Infrastructures et les Centres de Données.

Schneider Electric a désormais la capacité d'offrir des solutions plus complètes afin de répondre aux nouveaux besoins de ses clients et à leur degré d'exigence accru.

Pour leur assurer en permanence le plus haut niveau de qualité et de rendement, les collaborateurs sont invités à adopter une attitude centrée sur le client. Nous leur permettons ainsi de devenir au quotidien les partenaires du développement et de la performance au client.

Cette orientation prioritaire donne une cohérence évidente à la contribution de nos collaborateurs.

Elle est l'une des raisons principales de la performance de votre Groupe qui se veut, pour vous comme pour ses clients, une société à l'écoute et un partenaire fiable ■

Jean-Pascal Tricoire  
Président du Directoire

> Comprendre  
La satisfaction clients  
**P.2**

> Vous & nous  
Le carnet  
de l'actionnaire  
**P.4**

> N°vert  
**0800 2055 14**  
(appel gratuit depuis un poste fixe)

## Schneider Electric Suède élu "Fournisseur de l'année"



Schneider Electric Suède a reçu pour la première fois le prix du "Fournisseur de l'année", attribué par le groupe Scandinave Ahlsell, distributeur spécialisé dans les équipements pour le chauffage, la plomberie, l'électricité et l'aération.

Cette distinction est le fruit de la "priorité absolue et totale à la satisfaction des clients" définie par Schneider Electric. Elle récompense la qualité de son service, sa logistique et la forte mobilité de ses équipes pour répondre aux attentes des clients. Schneider Electric est l'un des premiers fournisseurs de Ahlsell dont les dirigeants commentent : "Notre collaboration est essentielle puisqu'elle contribue pour l'un comme pour l'autre au développement de chacune de nos activités".

# ahlsell

### La "customer centric attitude" : un état d'esprit

Les clients sont une partie prenante essentielle pour Schneider Electric. C'est pour cette raison que leur "satisfaction avant tout" est l'un des défis majeurs que s'est fixé le Groupe, en faisant de l'excellence commerciale une des priorités de son programme d'entreprise new<sup>2</sup> lancé en 2005.

Dans ce cadre, Schneider Electric s'est donc fixé un double objectif de progrès : augmenter de 30% la part de ses clients très satisfaits et baisser de 50% la part des clients insatisfaits entre 2005 et 2008.

L'augmentation du nombre de clients très satisfaits est un élément essentiel de la croissance du Groupe car ce sont eux qui font la différence. Ils recommandent leur fournisseur à d'autres entreprises et sont les premiers à essayer les nouveaux produits et services. Ils constituent finalement une base solide et fidèle qui évaluent la qualité de leurs relations avec Schneider Electric sur de nombreux critères et permettent au Groupe de s'améliorer.

La réussite de ce challenge repose avant tout sur ce qui est appelé chez Schneider Electric la "customer centric attitude", par laquelle chaque collaborateur du Groupe doit par sa réactivité, sa capacité à prévenir et à anticiper, et son professionnalisme, contribuer à la satisfaction du client. Il faut s'assurer que toutes les actions et décisions aient comme unique objectif d'apporter de la valeur au client et de répondre de façon exhaustive à ses besoins. "La pérennité des performances de notre entreprise dépend de notre capacité à créer de la valeur ajoutée pour nos clients au travers de l'innovation et de la satisfaction totale de leurs attentes. Dans le contexte économique global actuel, ce sont ces éléments qui sont la clé de la différenciation", explique Serge Goldenberg, Directeur Qualité de Schneider Electric.

"Nous devons nous poser sans cesse deux questions", ajoute Michel Crochon, Directeur Général Clients & Marchés, "quel est l'impact de nos actions sur la vie de chacun de nos clients, sachant qu'ils sont tous différents, et qu'est-ce que je peux faire, là où je suis, pour améliorer leur performance". Pour un commercial, par exemple, ce sera chercher à comprendre le besoin réel du client, au-delà de son besoin exprimé, et entretenir une vraie proximité avec lui ; au marketing

# Comprendre

## Satisfaction clients : de la performance à l'excellence

et à la technique, ce sera concevoir toute offre en termes de bénéfices clients ; à la production, ce sera ne pas hésiter à affecter toutes les ressources nécessaires aux problématiques de qualité des produits.

### De nouveaux plans d'actions

Mais au-delà de cet état d'esprit, Schneider Electric doit aussi identifier les principaux axes d'amélioration de la gestion des clients et déployer de nouveaux plans d'actions.

Le Groupe a pour cela mis en place deux outils principaux de suivi de la satisfaction clients permettant d'appréhender les principaux leviers de conquête et de fidélisation de la clientèle et de mesurer les progrès accomplis.

Tous les deux ans, une étude BIS (*baromètre image et satisfaction*) permet d'interroger de 250 à 800 clients et prospects dans 45 pays, sur la notoriété des marques, l'intention d'achat, le niveau de satisfaction et les forces et faiblesses du Groupe. L'enquête trimestrielle de satisfaction permet quant à elle d'évaluer régulièrement l'efficacité de nos plans d'actions en matière de satisfaction clients.

Il ressort de ces mesures que la logistique, l'information et les services sont les axes de progrès qui doivent aujourd'hui concentrer l'essentiel des efforts de Schneider Electric. Le Groupe a ainsi identifié trois priorités dans son programme d'entreprise new<sup>2</sup> sur lesquelles des plans d'action sont déployés :

- développement de l'information proactive aux clients : retard de livraison, évolution du produit, formation...
- amélioration de la gestion des réclamations et des requêtes,
- développement de la prévention des défauts logistiques et techniques.

### Trois nouvelles initiatives pour la satisfaction clients

Schneider Electric a publié pour la première fois des directives de politique commerciale. Ce document est dorénavant diffusé à tous les directeurs opérationnels, aux directeurs commerciaux et aux directeurs du marketing.

L'accent a par ailleurs été mis sur la formation des équipes et le développement de leurs compétences, avec la création, au sein de l'Université Schneider Electric, de l'Institut des ventes et du marketing. Plus de 5 300 commerciaux et marketeurs du Groupe ont suivi les programmes de cette nouvelle formation en 2007.

Enfin, pour nouer un contact privilégié avec ses clients et les informer de la diversité de son offre et celle de ses partenaires, Schneider Electric a lancé en 2005 des salons professionnels privés, nommés « Initi@tive ». Ces salons proposent des stands présentant l'offre des principales marques du Groupe et de ses partenaires, ainsi qu'un programme de conférences spécialisées. Un accent particulier est mis sur les nouveautés : l'exemple le plus récent est celui des produits, services et solutions en matière d'efficacité énergétique. Aujourd'hui, face à l'augmentation du prix de l'énergie, les clients attendent de notre part des solutions pour optimiser leurs coûts énergétiques. En 2007, les 6 salons organisés dans le monde entier – en Europe, à Nice et Varsovie ; aux Émirats Arabes Unis, à Dubaï ; en Chine, à Chengdu ; en Inde à Hyderabad ; au Brésil – ont attiré environ 13 500 visiteurs ■

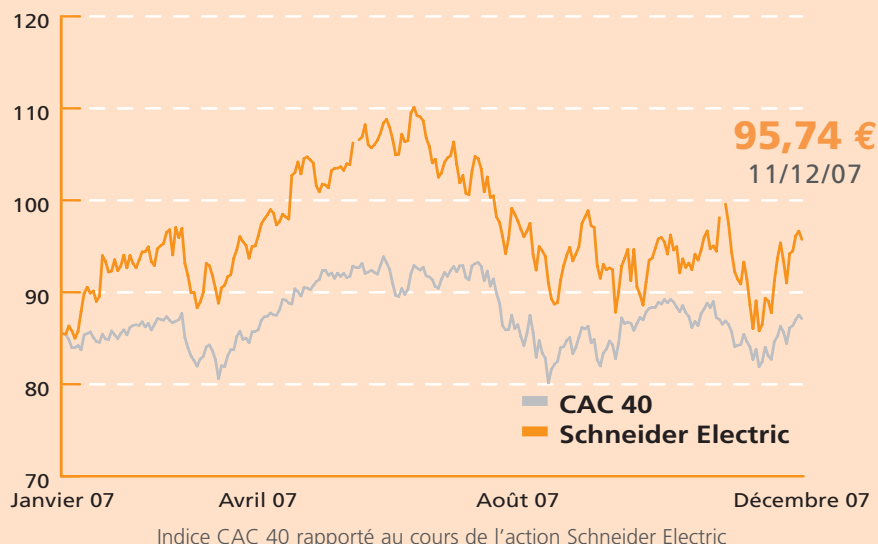


Augmenter de **30%** le taux de clients très satisfaits

Diminuer de **50%** le taux de clients insatisfaits

# Entre nous

## Le carnet de l'actionnaire Schneider Electric



## L'action Schneider Electric et le CAC 40

- Actions en circulation : 245 270 879 (30 novembre 2007)
- Code ISIN : FR0000121972
- Code société : SU ou SCHN
- Négociation : premier marché
- Capitalisation boursière : 23,2 milliards d'euros

## La Fondation Schneider Electric pour le partage de l'énergie



L'objectif mondial pour l'énergie est de produire mieux, de favoriser son accès à tous et de gérer de façon acceptable le changement climatique. En créant sa Fondation d'entreprise dédiée à apporter sa contribution à la survie de notre planète, Schneider Electric s'inscrit dans le temps. Le message de la Fondation est de promouvoir la fourniture et l'utilisation durables de l'énergie pour le plus grand bien de tous.

La Fondation Schneider Electric se fixe pour objectif de transmettre les compétences et partager l'énergie :

- en accompagnant les plus démunis pour leur permettre l'accès à l'énergie : mise en conformité au Cameroun des installations électriques d'ateliers électrotechniques d'un lycée technique ;
- en aidant les jeunes pour leur insertion professionnelle dans les métiers de l'énergie : attribution

de bourses à 50 étudiantes turques en génie électrique et électronique ;

- en transmettant le savoir : participation au Bénin à des travaux d'électrification de plusieurs villages et à la mise en place d'éclairage extérieur tout en formant les villageois pour l'entretien quotidien du réseau ;

Par ailleurs, la Fondation vise à promouvoir la responsabilité des hommes et des femmes et l'engagement pour sauver la planète : fourniture de lots de distribution électrique, de gestion technique du bâtiment et d'éclairage pour la nouvelle base de recherche en Antarctique en partenariat avec la Fondation Polaire Internationale.

Pour en savoir plus :  
[www.fondation.schneider-electric.com](http://www.fondation.schneider-electric.com)

## Vos rendez-vous avec Schneider Electric

**22 janvier 2008**

Chiffre d'affaires  
du 4<sup>ème</sup> trimestre 2007

**20 février 2008**

Résultats annuels 2007

**21 avril 2008**

Chiffre d'affaires  
du 1<sup>er</sup> trimestre 2008  
Assemblée Générale  
(CNIT Paris la Défense – à 15h)

**30 avril 2008**

Paiement du dividende

**1<sup>er</sup> août 2008**

Résultats semestriels 2008  
& chiffre d'affaires  
du 2<sup>ème</sup> trimestre 2008

**22 octobre 2008**

Chiffre d'affaires  
du 3<sup>ème</sup> trimestre 2008

## Une question ? Une suggestion ? Retrouvez-nous :

Par téléphone :  N° Vert **0 800 20 55 14** (appel gratuit depuis un poste fixe)

Sur Internet : [www.schneider-electric.com](http://www.schneider-electric.com)

Par courrier : Schneider Electric SA  
43-45 boulevard Franklin Roosevelt  
92500 Rueil-Malmaison