



Communiqué de presse
Le 18/11/2022

DPD France Élu Service Client de l'Année dans la catégorie Distribution de plis et de colis, récompensé pour la 3^e année consécutive



L'Élection du Service Client de l'Année (ESCDA) dévoilait hier soir ses lauréats. DPD France en fait partie pour la 3^{ème} année consécutive, récompensée dans la catégorie Distribution de plis et de colis*. Cette élection met en lumière les engagements du spécialiste du transport de colis au service de la satisfaction client.

Filiale française de GeoPost/DPDgroup, premier réseau de livraison de colis en Europe, spécialisée dans le transport de colis de moins de 30 kilos, DPD France est organisée en un réseau de 68 agences et 5 centres de tri nationaux assurant **chaque jour le traitement et la livraison de plus de 385 000 colis.**

Une transformation engagée depuis 5 ans

Depuis 5 ans, DPD France s'emploie à **transformer le parcours client** avec l'implication de ses collaborateurs. Cet engagement a été particulièrement fort pendant la crise Covid, synonyme de croissance majeure du e-commerce pendant cette période, et plébiscité avec l'obtention du titre "Élu Service Client de l'Année" 2021 puis 2022.

« Cette nouvelle victoire à l'Élection du Service Client de l'Année, pour la troisième fois consécutive, est la concrétisation de notre volonté de mettre le client au centre de nos enjeux. Nos clients nous challengent tous les jours et les équipes DPD France démontrent à nouveau toute leur implication pour y répondre. C'est une très belle récompense pour l'ensemble de nos collaborateurs.», souligne **Samuel Gangnant, Directeur général de DPD France.**



Une transformation marquée par la mise en place d'un CRM dédié

La transformation du parcours client engagée par DPD France depuis 5 ans est passée par 2 grandes étapes. Pour commencer en 2017 avec la création de la Direction de la Relation Client. Puis en 2022, l'entreprise se dote d'un outil de gestion de Relation Client afin de centraliser l'ensemble des informations de son service client et d'uniformiser ses processus.

« La notion de service a pris le pas sur l'offre de livraison en elle-même La relation client et son amélioration constante sont des enjeux majeurs pour DPD France qui se positionne à la fois comme un intermédiaire et un tiers de confiance.», ajoute **Nathalie Nahmias, Directrice Relation Client de DPD France.**



*Catégorie Distribution de plis et de colis – Étude BVA – Viséo CI – Plus d'infos sur [escda.fr](https://www.esdda.fr)

À propos de DPD France

Créé il y a plus de 25 ans en France, DPD France fait partie de DPDgroup, réseau international de livraison de colis de GeoPost, n°1 sur le marché européen et filiale du Groupe La Poste.

Au service des entreprises, DPD France s'appuie sur un réseau de 68 agences et 5 centres de tri nationaux animés par plus de 2 600 collaborateurs qui assurent chaque jour le traitement et la livraison de plus de 385 000 colis en France. Avec ses offres DPD CLASSIC Europe et DPD CLASSIC Intercontinental, DPD France permet également à ses clients de se développer à l'exportation en s'appuyant sur la force et la qualité du réseau de DPDgroup.

DPD France dispose de 3 grands atouts pour accompagner ses clients : une forte proximité reposant sur des équipes commerciales et de service client implantées dans chacune de ses 68 agences, son offre DPD relais de livraison hors domicile avec ses 8 500 relais Pickup partenaires en France ainsi que le service de livraison interactif Predict qui permet au destinataire de reprogrammer sa livraison selon ses besoins et ses contraintes personnelles.

En 2021, DPD France a livré 100 millions de colis.

Pour en savoir plus : www.dpd.fr

Contacts presse :

Agence Becoming

Chrystel Libert - chrystel.libert@becoming-group.com - 06 52 49 31 30

DPD France

Marie-Hélène Liard - Responsable communication - marie-helene.liard@dpd.fr