

LA RELATION CLIENT EN FÊTE DU 3 AU 7 OCTOBRE 2022



Une semaine dédiée à l'Expérience Client
et à l'Engagement Collaborateur autour d'un thème : QUEL FUTUR ?



SOMMAIRE

Edito Eric DADIAN	p.3
Semaine de la Relation Client en fête	p.4
Les Palmes de la Relation Client 2022	p.7
Témoignages	p.9
A propos	p.11

Eric DADIAN, Président de l'AFRC



A quoi ressemblera la Relation Client du futur ?

On se souvient « des projections du cabinet Gartner, en 2030, 85 % des interactions avec les entreprises se passeront d'êtres humains. Selon la même source, en 2025, 20 % des contenus rédactionnels émis par les marques seront rédigés par des machines, lesquelles contrôleront aussi 40 % des interactions mobiles. Les agents virtuels pourront parfaitement traiter les demandes les plus basiques, standardisées, quand les êtres humains, eux, se concentreront sur les demandes les plus spécifiques ».

Nous ne pouvons prédire ce que le futur nous réserve, mais..., presque tout dans notre façon de vivre, de nous déplacer, de travailler et de consommer a changé au cours de ces deux dernières années.

Tout a changé, le télétravail est apparu comme la norme, l'e-commerce s'est développé, les canaux de communication se sont multipliés, les exigences des consommateurs ont changé, l'économie est devenue expérientielle et va devoir se décarboner.

Quelle Relation Client voulons-nous dans le futur ? Dotée d'intelligence artificielle, d'humain, dans quelle proportion ?

Les entreprises qui sauront y répondre sans sacrifier la qualité de leur offre détiendront un énorme avantage concurrentiel sur leur marché... les entreprises qui auront compris que l'accomplissement de soi par le travail ne suffit plus, que nous vivons la fin de l'héroïsme par le travail, que nous vivons une crise sur le sens du travail et que les clients désirent aller vers l'essentialisme, avec plus de proximité, et que l'utilité sociale du travail et le respect de la planète sont peut-être aussi au-dessus de tout.

Construisons ensemble la Relation Client du futur !

LA SEMAINE DE LA RELATION CLIENT EN FÊTE

Du 3 au 7 octobre 2022

L'AFRC PRÉSENTE



Cet événement a pour objectif de mettre en avant le métier ainsi que celles et ceux qui s'investissent au quotidien pour améliorer les engagements clients et collaborateurs.

Une semaine dédiée à l'Expérience Client et à l'Engagement Collaborateur autour d'un thème : QUEL FUTUR ?

Valoriser les initiatives innovantes en matière de Relation et d'Expérience Client ...

Spécialement conçue par l'AFRC pour la communauté des professionnels de la Relation et de l'Expérience Client, la semaine de la Relation Client en Fête a pour vocation de valoriser les initiatives innovantes et de mettre à l'honneur les acteurs, individuels et collectifs, les plus performants et disruptifs.

... autour de 2 événements clés :



Semaine du 3 au 7 octobre 2022

La semaine de « La Relation Client en fête » sera organisée sur tout le territoire français. Cet événement, porté par l'Association Française de la Relation Client (AFRC), mobilise l'ensemble de la filière de la Relation Client en France.

- Portes ouvertes
- Conférences
- Job Dating
- Forum de présentation
- Hackathons



3 octobre 2022

Les Palmes de la Relation Client récompensent les meilleures stratégies d'entreprise en matière d'Expérience Client et Collaborateur

5 Palmes :

- Expérience Client
- Expérience Collaborateur
- Expérience Citoyen
- Directeur Client
- Jeune Pousse

L'ensemble du tissu économique et des professionnels du secteur s'associent et conjuguent leurs efforts pour faire de « La Relation Client en fête » la semaine de la (re)découverte des métiers de la Relation Client en France.

De nombreuses actions sont mises en place sur le territoire pour célébrer l'Expérience Client et valoriser et promouvoir les acteurs de l'Expérience client, leurs engagements et leurs métiers.

Les ambitions des acteurs de la Relation Client sont simples mais fondamentales pour le secteur : afin de valoriser l'image des métiers du secteur, de les faire connaître et reconnaître auprès de différentes populations ciblées, il est très important d'ouvrir régulièrement les portes des Centres de Relation Client et d'être le plus transparent possible.

Les Métiers de la Relation Client permettent (*Etude AFRC / The Boson Project – Mai 2022*) :

- Un retour en grâce de la proximité avec une réelle recherche de contact humain, et d'authenticité.
- Au niveau technologique, le développement de nouveaux applicatifs a permis aux professionnels de libérer du temps pour offrir une expérience client avec un conseiller

La Relation Client : d'une perception opérationnelle à une revalorisation pour une meilleure considération des métiers en interne.

Ce que l'on qualifiait autrefois de « petits boulots » deviennent des métiers complexes, pour lesquels la montée en compétence et le partage de la connaissance client deviennent clés

Parmi les actions de cette édition 2022 :

- **American Express – 6 octobre 2022**

Une communication interne et externe pour valoriser la Relation Client au cours d'une semaine dédiée. Organisation d'une conférence de présentation des métiers de la Relation Client et de sessions de rencontres avec tous les services dédiés à la Relation Client,

auxquelles l'ensemble des collaborateurs pourront assister. Mise en lumière des hommes et des femmes au cœur de la Relation Client chez American Express sur les réseaux sociaux, accompagnée de la diffusion d'un programme vidéo « Ma Vie chez Amex » sur LinkedIn pour présenter la richesse des métiers et l'engagement des collaborateurs au quotidien pour répondre à l'enjeu de l'excellence de service.

- Contact Presse :
Marilyn Florent - Responsable de la Communication France
06 66 51 36 80 - Marilyn.florent@aexp.com

- **La Banque Postale**

A la Banque Postale, de nombreuses actions vont être mises en place au niveau national tout au long de la semaine de la Relation Client en Fête pour appuyer l'engagement local des équipes ainsi que la diversité des métiers : à Rennes, Toulouse, Lille et Clermont notamment. Au programme : reportages vidéo sur l'empreinte relationnelle et les métiers de la relation client bancaire à distance, portes ouvertes collaborateurs et aux familles des collaborateurs, micro trottoir sur les expériences clients, vues et vécues par les collaborateurs, tables rondes, et bien d'autres actions encore !

Contacts Presse :

- Centre financier de Rennes - Audrey Maillard - audrey.maillard@laposte.fr
- Centre financier de Toulouse - Olivier Marcais : olivier.marcais@laposte.fr
- Centre financier de Lille - Claire Valcke - claire.valcke@laposte.fr
- Centre financier de Clermont - Laurence Addario - laurence.addario@laposte.fr



LES PALMES DE LA RELATION CLIENT 2022

LUNDI 3 OCTOBRE à 18h30

Théâtre de Paris,
15 Rue Blanche – 75009 Paris
palmes.afrc.org

Rendez-vous incontournable des professionnels de la Relation Client depuis 2008, l'AFRC met au-devant de la scène celles et ceux qui s'engagent dans la transformation réussie des organisations autour de l'Expérience Client et Collaborateur.



Les Palmes, c'est l'occasion pour les marques de se comparer avec les acteurs du marché, mais surtout d'apporter de la visibilité à leurs actions et initiatives aussi bien en interne qu'à destination de leurs clients. Un grand moment convivial pour se retrouver et échanger autour du thème à l'honneur cette année : « Quel futur de la Relation Client ».

L'édition 2022 des Palmes de la Relation Client qui aura pour ligne conductrice le thème du FUTUR, récompensera les meilleures pratiques en matière d'Expérience Client et Collaborateur pour les catégories suivantes :

- **Expérience Client** • **Expérience Collaborateur** • **Expérience Citoyen**
- **Jeune Pousse** • **Directeur Client de l'année**

PALME EXPÉRIENCE CLIENT

Cette Palme récompense une entreprise se distinguant par sa stratégie ou une initiative en matière de Relation ou Expérience Client ou par une approche disruptive générant de la création de valeur pour les clients ; toute réalisation qui simplifie le parcours client, qui améliore la connaissance, la satisfaction et la fidélité client sera éligible à cette Palme.

PALME EXPÉRIENCE COLLABORATEUR

Cette Palme vise à récompenser les initiatives exemplaires en matière d'engagement des équipes sur trois axes :

- Initiative qui améliore le quotidien des salariés et leur donne du sens
- Initiative qui améliore l'expérience collaborateur et qui renforce la culture de l'entreprise
- Initiative collective au service du client (qui refonde l'engagement client, innovation qui vient du terrain et réalisée par l'intelligence collective)

PALME EXPÉRIENCE CITOYEN

Cette Palme valorise les politiques innovantes ayant pour objectif l'amélioration de l'Expérience Citoyen. La prise en compte de la satisfaction des citoyens est un des éléments déterminants de l'attractivité économique des territoires, de la bonne gouvernance des collectivités/Services. Publics/administration et de leur rayonnement

PALME JEUNE POUSSE

Cette Palme récompense une jeune entreprise ou start-up se distinguant par une innovation en matière de relation client ou expérience client ou par une approche disruptive générant de la création de valeur pour ses clients et collaborateurs. La Palme Jeune Pousse sera attribuée lors de la cérémonie, à l'une des trois start-ups finalistes qui aura réussi à convaincre le public lors d'un pitch de deux minutes sur scène.

Les finalistes – Jeunes PousSES 2022 :

- **Potions**
- **Vocads**
- **Wilkins Avenue AR**

PALME DIRECTEUR CLIENT DE L'ANNÉE

Cette Palme récompense le(a) meilleur(e) Directeur(rice) Client de l'année pour son excellence managériale, sa force d'innovation et sa capacité à conduire et fédérer les équipes dans la transformation de l'organisation. Le public composé de professionnels du secteur décidera le soir même de la cérémonie qui se verra attribuer le prix 2022 parmi les 3 finalistes retenus.

Les finalistes – Palmes Directeur Client 2022 :

- Isabelle KUPECEK, Directrice Relation & Expérience Client - LEROY-MERLIN
- Dominique RUSSO, Directeur Expérience Client/Sociétaire – MACIF
- Anne-Christelle VOGLER, Directeur Général Adjoint, en charge des Initiatives de Croissance & de l'Expérience Client - HOMESERVE

Avec le soutien de



TÉMOIGNAGES



Michel PIGUET, Directeur du Service Client et Commercial - EDF

« L'expérience client apporte du sens à notre métier, marque une vraie différenciation et guide notre performance »

Les défis économiques, sociaux et environnementaux actuels nous invitent à continuellement questionner nos stratégies commerciales et nos organisations. Au cœur de ce contexte en pleine mutation, la Relation Client évolue nécessairement pour s'adapter, accompagner, et anticiper les attentes émergentes des clients et des salariés.

Autrefois considérée comme un simple levier opérationnel, l'Expérience Client apporte aujourd'hui plus de sens à notre métier, marque une vraie différenciation et guide notre performance. Nous la considérons comme une réelle opportunité de faire évoluer notre modèle d'activité, de développer nos offres et de construire de nouveaux parcours clients. Et c'est en mobilisant les équipes d'EDF autour de ces enjeux que nous satisferont durablement nos clients pour leur offrir le meilleur de nos énergies !



Mehdi BENABDALLAH, Directeur Marketing & Innovation Groupe – COMDATA

S'il ne fallait choisir qu'un seul mot pour décrire l'avenir de la Relation Client, ce serait probablement « immersif ». Les technologies, approches et expériences immersives vont transformer les opportunités d'engagement et de fidélisation pour les marques.

Néanmoins, la promesse de ces changements profonds passe par l'apport des bonnes réponses aux défis actuels en matière de Relation Client. Quel équilibre entre humain et digital ? Quelle place pour l'intelligence artificielle ? Quelles contributions aux enjeux sociaux et environnementaux actuels ?

En tant qu'acteur global, ce sont des questions qui animent nos équipes au quotidien et nous poussent à innover pour construire ensemble le futur de la Relation Client.



Hervé Racine, Country Manager France, Italie et Maroc - SABIO GROUP

Le volume d'interactions et de canaux a explosé depuis la Covid-19. Les interactions les plus simples ont basculé sur les canaux digitaux, pour être résolues par des bots. En parallèle, les problèmes plus complexes auparavant gérés en points de vente sont désormais pris en charge par les centres de contact.

À l'avenir, l'IA et l'automatisation s'imposeront naturellement dans les technologies des centres de contact, qu'elles soient assistées ou autonomes.

Parallèlement à cette « prise de pouvoir » de l'A et de l'automatisation, l'expérience client du futur exigera de gérer un volume croissant d'interactions sur plusieurs canaux. Les entreprises devront placer leurs agents et le bien-être de leurs collaborateurs au centre de leurs préoccupations. Le challenge : trouver le bon équilibre entre expérience client et expérience collaborateur.



Jean Francois COLIN, Head of Augmented Customer Expérience - OBS

L'expérience client ou citoyen de demain sera plus simple, contextualisée, éthique, immersive, humaine et créatrice de valeur.

Les marques vont devoir accroître leur capacité à fluidifier, personnaliser et orchestrer leurs parcours pour créer de la préférence et de la recommandation. Ces expériences clients, prolongées dans le temps et dans l'espace, seront rendues possibles par l'essor du phygital, de l'IA et des objets connectés.

La prise en compte des enjeux de RSE (respect de l'environnement, accessibilité, inclusivité), et des attentes en matière de souveraineté et de la sécurité des données sont aussi fondamentales.

Cette prime à l'excellence prendra une dimension nouvelle avec l'exploration d'expériences plus immersives (réalité augmentée, metavers). L'opportunité pour les marques et les administrations de créer des liens plus forts, où l'humain et l'émotion seront les piliers d'une expérience client/citoyen augmentée et créatrice de valeur.

A propos de l'AFRC

Créée en 1998, l'AFRC, Association Française de la Relation Client, est une communauté de professionnels qui rythme la transformation des entreprises et de l'économie par l'Expérience Client et Collaborateur.

Elle compte plus de 3500 membres et 250 entreprises issues de 22 secteurs d'activités.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur afrc.org

CONTACT PRESSE :

Accréditations presse auprès de Vincent Berlemont afin de pouvoir assister à l'événement

Vincent BERLEMONT

 06 88 48 97 53

 vberlemont@afrc.org

Suivez toute l'actualité de l'AFRC

