AFRCMAG
Association Française de la Relation Client
N°9 – Avril 2015
Le magazine des professionnels de la Relation Client

LE CLIENT EN ÉBULLITION

PROSPECTIVE
Instantané client, immédiate entreprise
Page 09

STRATÉGIE
Omnichannel made easy
Page 33

QUALITÉ
La Relation Client immédiate
Page 75

20 €

Jeunes pousses et innovation disruptive à l'honneur

La Fête des Services, concours d'innovation créé en 2013 afin de détecter les créateurs de Services en France et leur apporter conseil et mise en relation, a eu lieu pour la deuxième édition le 24 novembre dernier. En partenariat avec l'AFRC, cet événement organisé par le Groupement des Professions de Services a reçu depuis deux ans 692 dossiers, alors que ce sont plus de 25 000 Français qui ont pu voter pour les Services qui changent leur vie. En 2014, la Fête des Services n'a pas dérogé à la règle : en mettant à l'honneur 6 entreprises d'innovation qui chacune, sur des secteurs d'activité aussi divers que la santé connectée, les services aux entreprises, ou les services de qualité de vie, apportent une création de valeur forte et toujours plus disruptive, ce concours a mis à l'honneur des créateurs d'entreprise partout en France. Rencontre avec les 6 lauréats et échanges autour de la relation, l'expérience et l'intelligence clients.

Services innovants et créatifs
INOVARION

Pouvez-vous brièvement vous présenter ?
Je suis Cyril Torre, président fondateur d'Inovarion, une société de services en biotechnologie et d'L-See une spin-off qui développe des objets connectés dans le domaine de la nutrition personnalisée.

Qu'est-ce que l'Innovation peut apporter au Service rendu au client – qu'il soit final ou intermédiaire ?
L'Innovation au sens large, a pour rôle de répondre à un besoin insatisfait. Si l'Innovation n'a pas de valeur ajoutée pour le client, elle est vouée à l'échec. L'Innovation me semble donc le seul moyen d'améliorer le Service rendu au client.

Qu'est-ce que la « Relation » ou « l'Expérience Client » signifient pour vous ?
Dans le domaine du Service, dans lequel évoluent Inovarion et L-See, l'expérience Client débute dès le ressenti du besoin

par le futur utilisateur, et se prolonge jusqu'à la satisfaction de ce besoin et son entretien.
La généralisation des retours clients, directs ou indirects, nous permet de nous améliorer continuellement pour coller au mieux aux besoins de nos utilisateurs. Chaque Innovation, qu'elle soit technologique ou d'usage est dédiée à l'amélioration de l'expérience client dans son ensemble.

Quelles sont les trois tendances que vous voyez émerger en termes d'attentes des clients en France ?
Je vois 3 tendances principales, qui sont à la fois convergentes et antinomiques, et que nous devrons concilier pour satisfaire au mieux les attentes : La personnalisation, l'autonomie lors de l'expérience client et l'anonymat.

Services aux Seniors PHILOMENE

Pouvez-vous brièvement vous présenter ?
Philomène permet aux seniors d'être épaulés, accompagnés, encouragés pour construire des projets culturels, individuels, à domicile (ou à partir du domicile). Mathilde Sabbagh a créé Philomène pour leur redonner l'envie de réaliser des rêves qui sont restés longtemps enfouis et que la vie ne leur a pas permis de réaliser.
Chaque senior est accompagné par un intervenant sélectionné et formé par Philomène. Grâce à cette activité, le senior retrouve un rythme, une utilité sociale et de nouveaux centres d'intérêt à partager avec son entourage.

Qu'est-ce que l'Innovation peut apporter au Service rendu au client – qu'il soit final ou intermédiaire ?
Notre innovation, c'est la façon de s'adresser au client : il n'est pas un consommateur, mais un acteur.
Notre service est construit sur-mesure pour chacun et ne cesse d'évoluer pour correspondre à son souhait et ses besoins.
Le métier de Philomène n'a de sens que dans la relation client !

Qu'est-ce que la « Relation » ou « l'Expérience Client » signifient pour vous ?
Elle est indissociable de l'écoute, la connaissance individuelle et à la qualité du service que nous proposons.
Notre expérience au bout de 2 ans : 4 000 heures de prestations, plus de 90 clients tous heureux... et qui recommandent Philomène !
L'exigence et surtout la satisfaction des clients est le meilleur soutien que peut espérer une jeune société.

Services qui améliorent la vie quotidienne des Français Edenred France

Pouvez-vous brièvement vous présenter ?
Edenred, inventeur du Ticket Restaurant®, est le leader mondial des titres prépayés aux entreprises. Edenred conçoit et gère des solutions qui améliorent les organisations et le pouvoir d'achat des individus. Présent dans 42 pays, il emploie plus de 6 000 collaborateurs et émet pour plus de 17 milliards d'euros de valeur.

Qu'est-ce que l'innovation peut apporter au service rendu au client – qu'il soit final ou intermédiaire ?
Depuis 4 ans, Edenred travaille sur la relation client et gère un programme d'amélioration de cette dernière appelé « Customer Inside » qui s'appuie sur deux piliers :
→ l'innovation et
→ l'excellence opérationnelle.
L'innovation dans le service rendu au client, c'est la possibilité de donner à notre client une expérience unique en rupture avec ce qu'il connaît dans son quotidien. Par exemple, lui apprendre à optimiser l'utilisation de nos produits en fonction des usages qu'il en fait. Utilisateur d'une Carte Ticket Restaurant®, vous pouvez comprendre, grâce à nos outils en ligne, pourquoi une transaction a été déclinée : utilisation hors réseau d'affiliés, montant de la transaction supérieur au solde disponible, utilisation le dimanche et les jours fériés...

Qu'est-ce que la « Relation » ou « l'Expérience Client » signifient pour vous ?
La relation client, c'est comprendre les besoins de nos clients et y répondre en rendant son expérience simple, fluide et efficace. Pour Edenred, cela signifie une implication de tous les collaborateurs dont l'objectif est de faire tous les jours des choses simples extraordinairement bien.
Les attentes des clients en France suivent l'évolution des modes de vie :
→ un accès à l'information et aux services de manière immédiate avec des données rafraichies en temps réel ;
→ disposer de nombreux de canaux de communication avec son prestataire de services.

Services des acteurs publics eTerritoire

Pouvez-vous brièvement vous présenter ?
Je suis François Chauvin, co-fondateur avec Jules Dulauroy et Olivier Dasse-Hartaut de eTerritoire, plateforme web de promotion des collectivités et outil d'aide à la mobilité pour les actifs français souhaitant changer de région.
Sur eTerritoire.fr, nous proposons une visibilité nationale aux besoins des communes : offres d'emploi, reprises d'entreprises, locaux disponibles, évènements locaux, atouts territoriaux.
Actuellement, plus de 600 communes

sont partenaires dans une douzaine de départements et nous continuons notre développement dans toute la France !

Qu'est-ce que l'Innovation peut apporter au Service rendu au client – qu'il soit final ou intermédiaire ?
Au-delà de la satisfaction client, l'innovation permettra aussi une meilleure fluidité des process et de meilleures ventes ! En effet, cette satisfaction permettra d'améliorer les fonctionnalités du service si l'on est réactif et de se focaliser sur le produit.

Qu'est-ce que la « Relation » ou « l'Expérience Client » signifient pour vous ?
La Relation Client est la base de notre service. Nous avons longtemps étudié le tissu économique local et les besoins réels des collectivités en termes de communication. Nous avons d'ailleurs créé l'outil en partenariat avec deux communautés de communes qui ont pu nous guider spécifiquement sur le développement de fonctionnalités en accord avec leurs méthodes de travail. La relation Client commence donc bien avant avoir des clients ! Il faut anticiper leurs besoins pour optimiser cette expérience par la suite.

Quelles sont les trois tendances que vous voyez émerger en termes d'attentes des clients en France ?
Nous sommes dans une société où la réactivité devient primordiale, voire vitale ! Aujourd'hui, le client souhaite avoir un retour quasi-instantané. Il faut donc travailler sur le développement d'outils technologiques innovants permettant de pouvoir répondre en temps réel à nos clients pour satisfaire leurs besoins lors de l'utilisation de notre plateforme par exemple.

Services aux entreprises
Popup Immo

Pouvez-vous brièvement vous présenter ?
En ouvrant la première place de marché sur internet dédiée exclusivement à la location éphémère d'espaces commerciaux, PopUp Immo permet à un commerçant, une marque, un créateur ou une société d'e-commerce de trouver une Boutique Ephémère, un Showroom ou un lieu unique pour une journée, une semaine, un mois ou plus. Lancé en janvier 2014 par Mohamed Haouache et Adrien Kerbrat, PopUp Immo est aujourd'hui le leader du marché de la location courte durée d'espaces commerciaux !
Question : Qu'est-ce que l'Innovation peut apporter au Service rendu au client – qu'il soit final ou intermédiaire ?
PopUp Immo permet à des propriétaires de rentabiliser, optimiser, et valoriser leurs espaces. C'est une véritable Révolution Pop-Up qui se met en place. Car louer un espace à une marque permet de booster une rue voire tout un quartier. Cela permet également l'émergence de nouveaux créateurs, qui sans ce type de location ne pourraient se faire connaître du public.

Qu'est-ce que la « Relation » ou « l'Expérience Client » signifient pour vous ?
La « Relation client » est au centre de notre activité. Nous sommes le lien direct qui existe entre le propriétaire et le locataire. Dès qu'une demande est effectuée, nous la traitons immédiatement. Une grande partie de notre travail se base sur cette « Relation client », car nous accompagnons et conseillons les locataires dans toutes leurs démarches.

Grand Prix Services Avenir
ORNIKAR

Ornikar est une jeune startup innovante qui s'appuie sur un réseau national d'enseignants diplômés de la conduite et sur les outils du numérique pour proposer un apprentissage de la conduite mobile et à prix réduit. Bientôt, les apprentis conducteurs pourront s'inscrire aux examens, réviser leur code de la route et réserver des leçons de conduite où qu'ils se trouvent en France, en quelques clics sur ornikar.com.
L'innovation chez Ornikar c'est le numérique au service du professionnalisme. C'est permettre aux professionnels d'exercer dans les meilleures conditions tout en simplifiant et améliorant la qualité du service pour ceux qui en bénéficient.
L'expérience client c'est ce qui guide tout ce qui est mis en place chez Ornikar. Du développement de la plateforme numérique aux actions de communication, en passant par la conception du produit et à l'encadrement des professionnels, à chaque étape, on se remet en question et on interroge nos utilisateurs. Ils font partie prenante de l'amélioration de nos services et nous mettons tout en place pour leur rendre le meilleur des services sans même qu'ils s'en rendent compte !

LES SERVICES SONT LA CROISSANCE ET L'EMPLOI

Christian Nibourel, Président du Groupement des Professions de Services

Nous sommes définitivement entrés dans l'ère du service.
Les entreprises de services prédominent dans notre modèle économique depuis plusieurs années. Dans les années 2000, elles ont assurées plus de 95 % de la croissance et, en 2013, ont représentées 80 % des emplois créés et 45 % de la valeur ajoutée nationale. Cette réalité durable s'affirmera encore dans les années à venir.
Pour notre pays, les services constituent d'évidence une formidable opportunité, pour peu que les conditions de leur développement soient réunies.
Le GPS et les entreprises de services invitent la France à prendre le leadership des services en Europe. Pour y parvenir, ils se mobilisent et organisent en novembre prochain les ***Assises des services*** *qui présenteront les bases d'un Pacte Services rassemblant les principales propositions capables de servir l'ambition proposée et favoriser le développement des entreprises de services.*
Cette journée sera clôturée par la troisième édition de la ***Fête des Services****, qui permet de faire éclore chaque année les entreprises de services innovantes préfigurant la France de demain.*