

AFRC
WEBINAR

L'impact de la crise sur l'expérience client et collaborateur



Eric Dadian
Président - AFRC

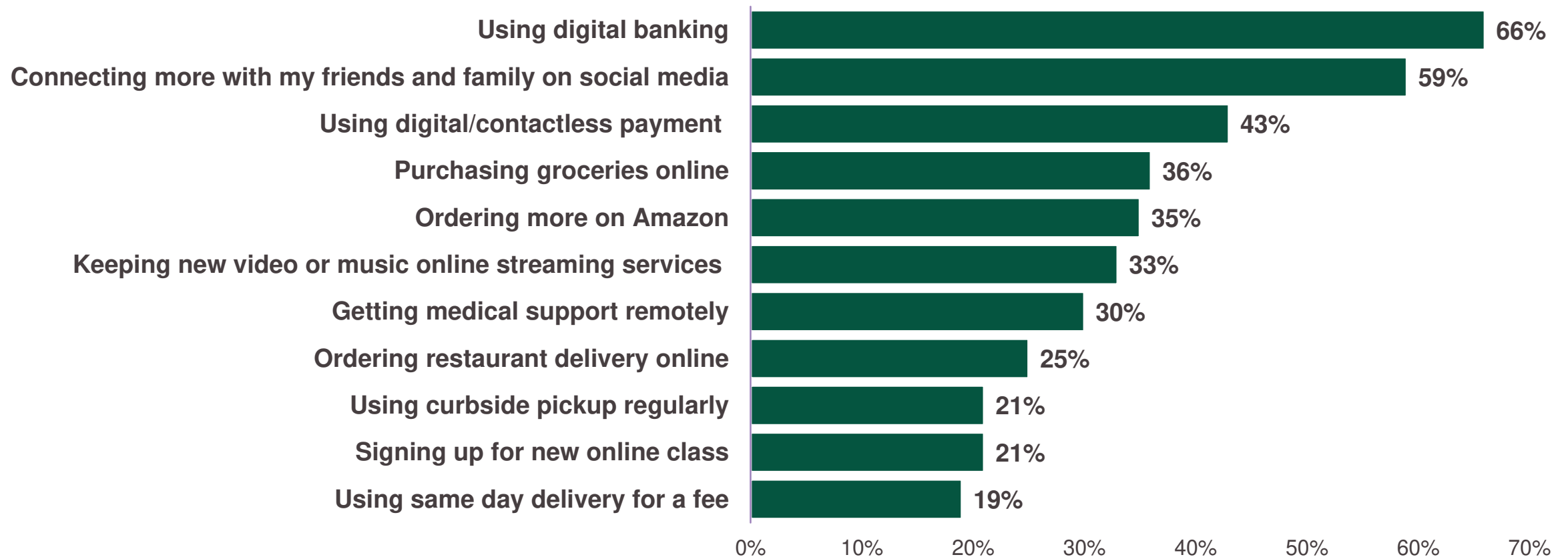


Thomas Husson
VP, Principal Analyst Forrester

Jeudi 04 juin 2020 - 11h00 à 11h45

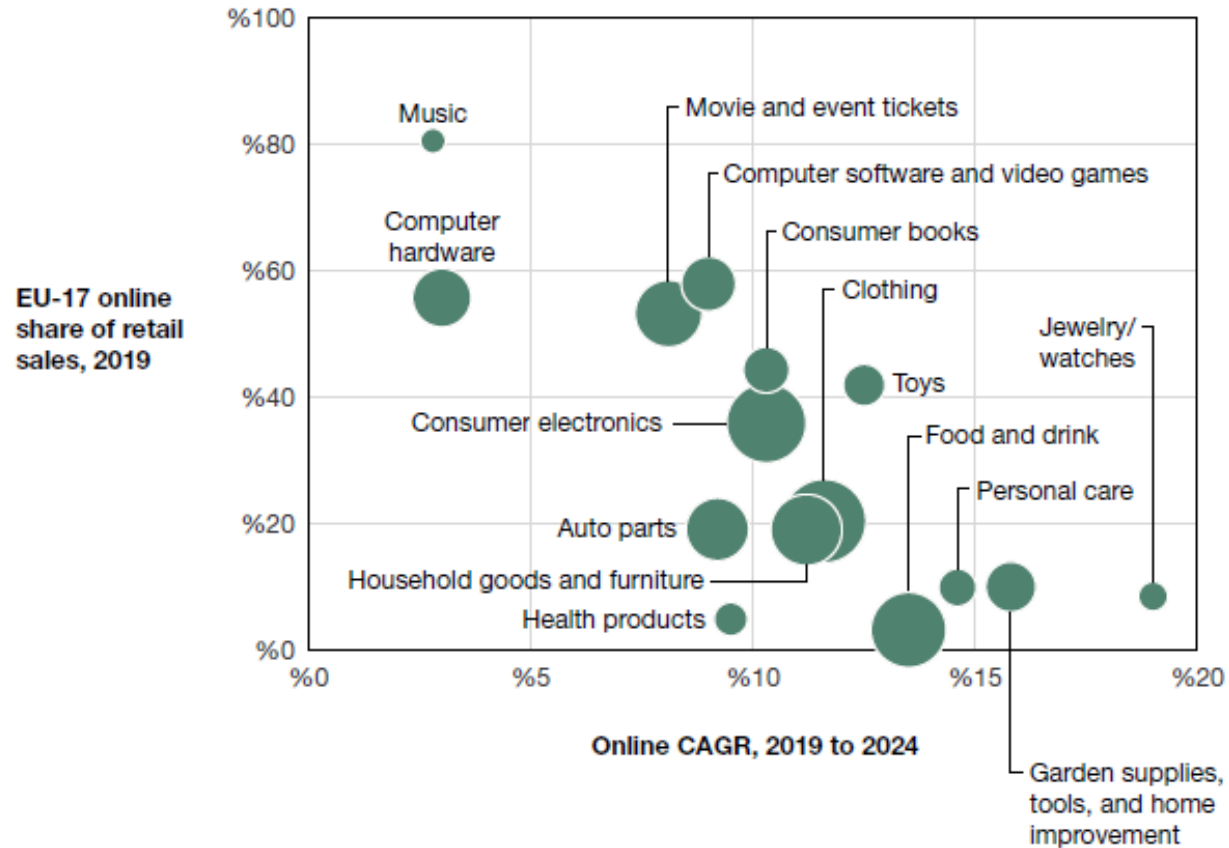
Une partie des nouveaux comportements initiés pendant le confinement sera pérenne

Thinking about the activities that you have started doing during the COVID-19 pandemic, please indicate how likely you are to continue doing the following once stay-at-home restrictions are lifted (4,5 - likely)



Croissance du e-commerce mais jusqu'où?

Category growth and size snapshot (2019 to 2024)



Source: Forrester Analytics: Online Retail Forecast, 2019 To 2024 (Western Europe), Q4 2019 Update

Retrouver la confiance et repenser l'hybridation des parcours magasins & digitaux

55%

Des consommateurs français prévoient de retourner très progressivement en boutique



Le « welcomer », souvent un « manager » est là pour guider les clients et limiter les déplacements.

Annabel Chaussat, directrice marketing et e-commerce du groupe Fnac-Darty



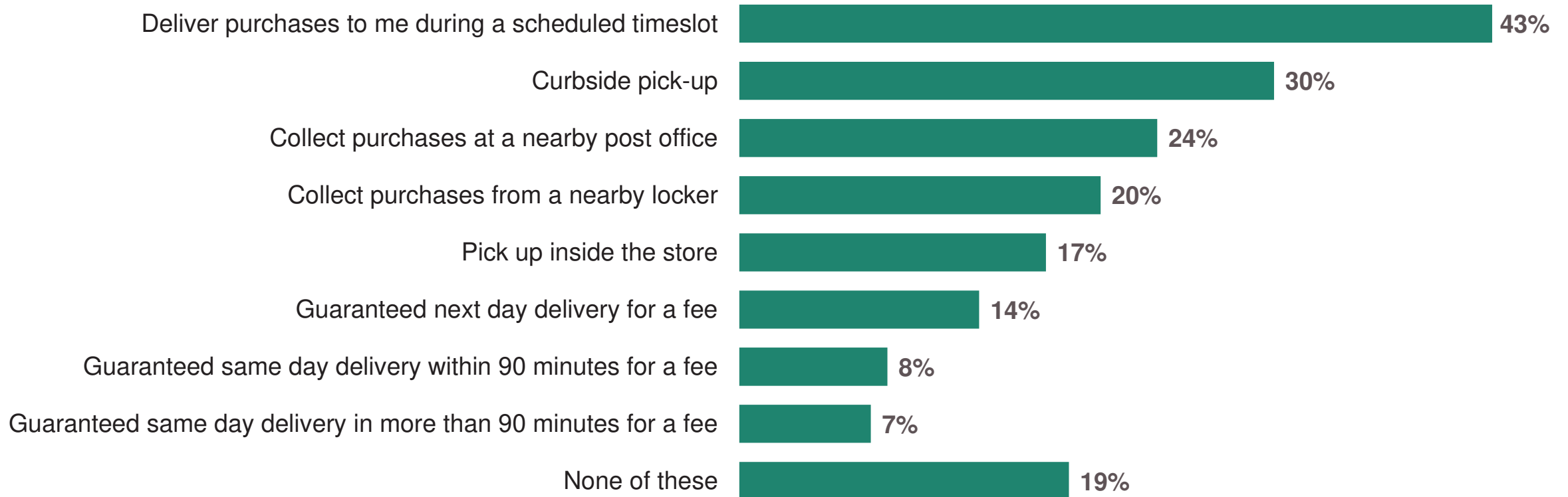
Pourquoi
Contentsquare ▾

INSIGHTS

L'impact du coronavirus sur l'eCommerce par pays et par secteur d'activité

Davantage de choix et de personnalisation dans les modes de livraison

Which of the following delivery options, if any, would you be interested in using when shopping online once the COVID-19 pandemic has passed?



Vers une nouvelle relation à la marque

- Recréer de la confiance et du lien
- Passer à une démarche servicielle
- Personnaliser l'expérience client
- Maitriser les moments mobiles
- Accélérer le conversationnel
- Faciliter les visioconférences
- Produire plus de contenus digitaux
- Placement de produits
- Tester les podcasts
- Marketing d'influence

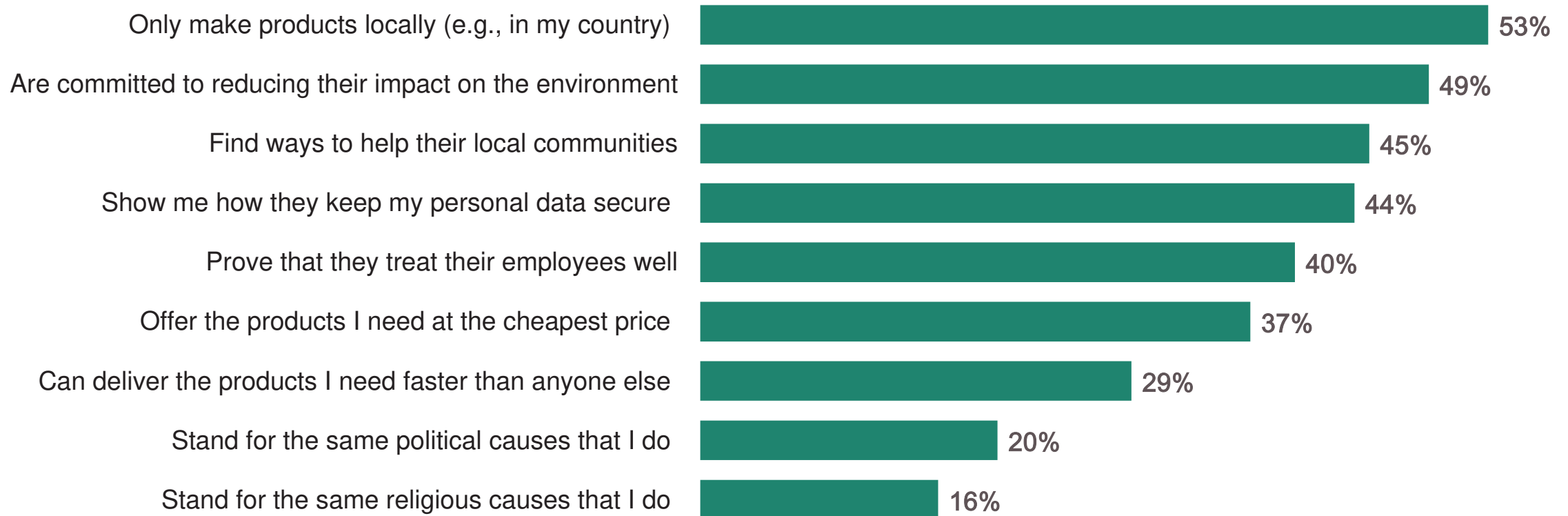


DECATHLON

MAIF

Accélération des attentes client autour des valeurs, mais attention à l'effet boomerang et à la dissonance cognitive

After your experience during the covid-19 pandemic, how will you choose brands?
In the next 12-24 months, I will go out of my way to buy from companies that:



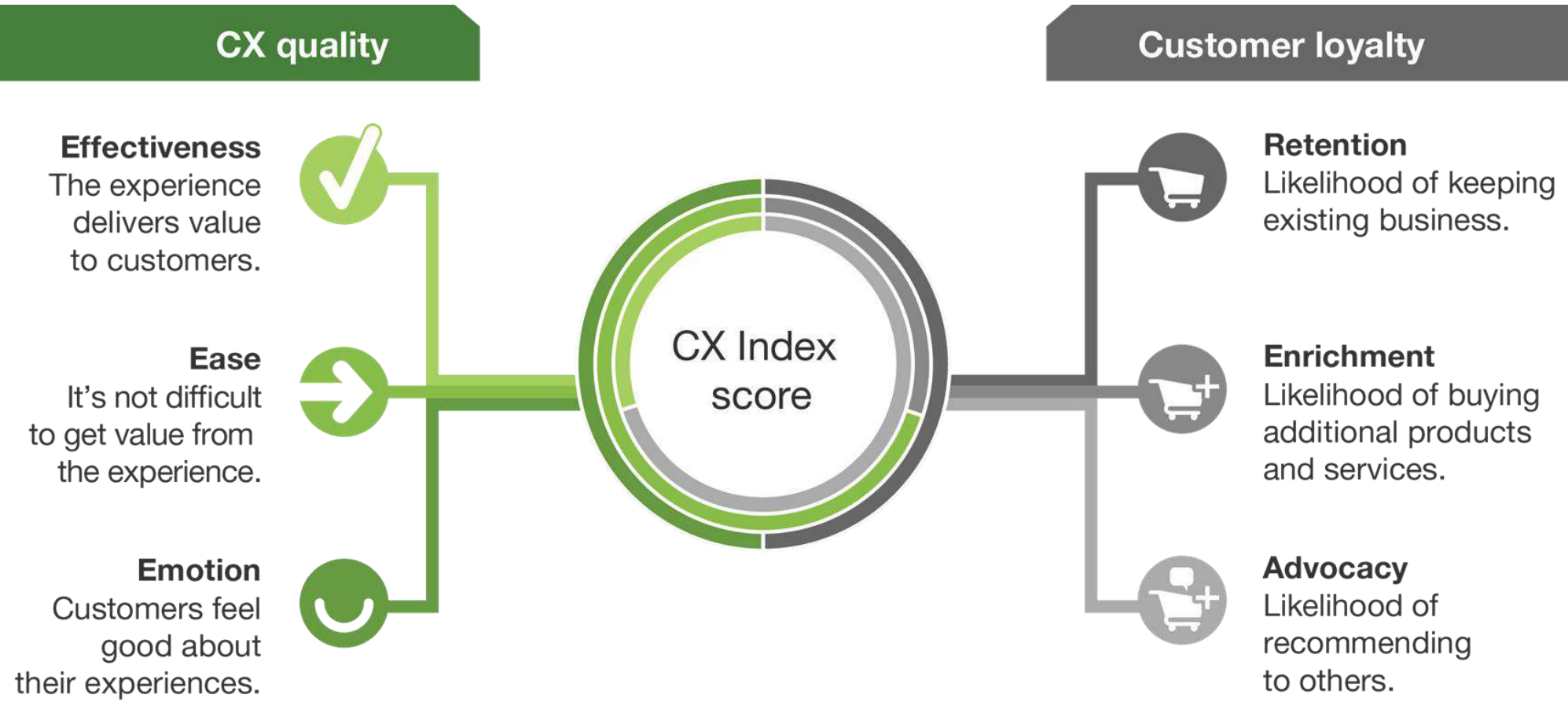
Faire mieux avec moins: le défi marketing en contexte de crise économique

Which of the following are likely to be your organization's top marketing initiatives over the next 12 months?
(Top 10 shown)

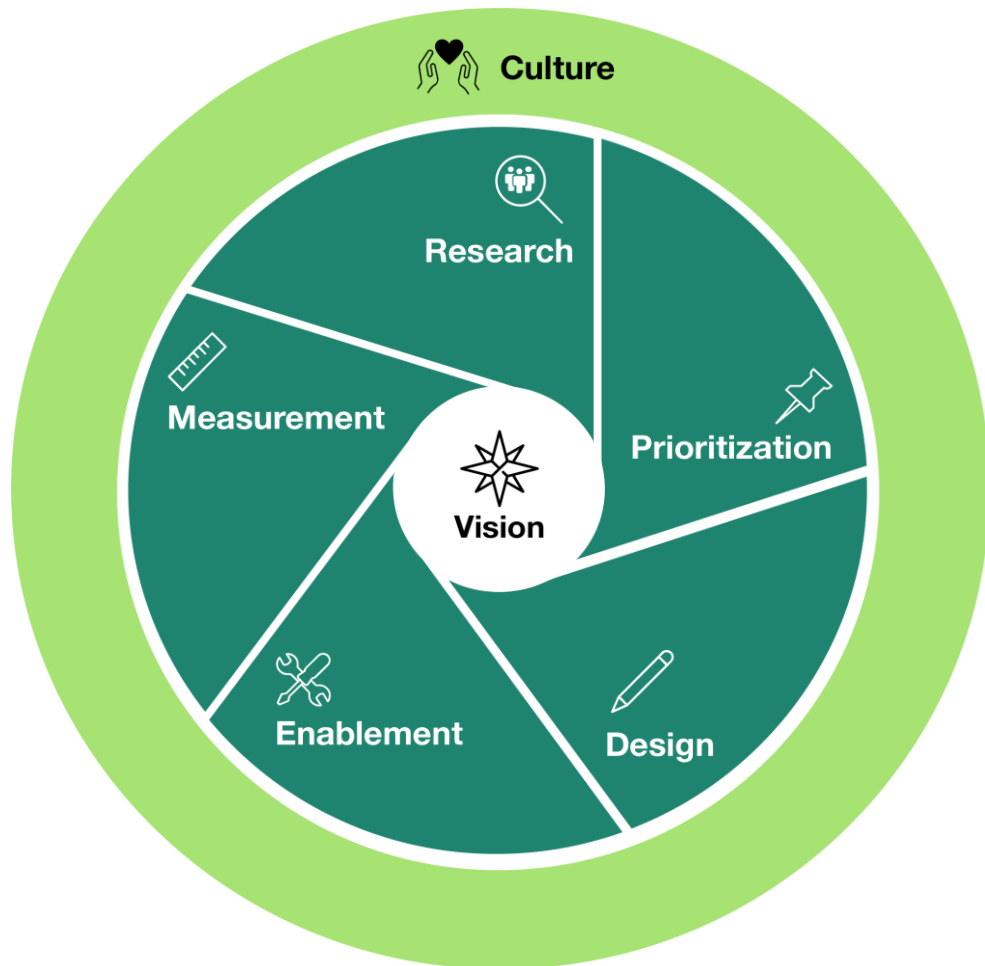


Base: N= 1,968 Marketing decision-makers / Source: Forrester's Global Business Technographics Marketing Survey, 2019

Plus que jamais, il va falloir démontrer la valeur de l'expérience client



C'est aux dirigeants de faire évoluer la culture d'entreprise et les modes de management à la française



« De Customer first nous allons devenir Employee First »

4 chocs vont redéfinir les organisations dans les années 2020-2030

FORRESTER

1. Risques systémiques
2. Robotisation et automatisation
3. Tsunami des données employés
4. Du pouvoir du client à celui du collaborateur

LICENSED FOR INDIVIDUAL USE ONLY

The Future Of Work Starts Now

Four Shocks Will Sort Out The Winners From The Losers In The 2020s

by James L. McQuivey, J. P. Gownder, David K. Johnson, and Mark Brandau
April 14, 2020

Why Read This Report

The "roaring 2020s" have started with a force: a pandemic that will propel us into the future of work faster than expected. Like its namesake decade from the 20th century, the 2020s will be full of challenges. But this time, many of the forces that determine who will win (or lose) are already visible — and just got fast-tracked. Systemic risk, robots, employee data, and employee power are already causing shocks to your system. Not everything you hear about the future of work matters, but these four things will, so take note and prepare to shock-proof your organization.

Key Takeaways

The Future Of Work Just Got Real

Work was already going to change thanks to consumer demand and business innovation. Now, the pandemic of 2020 forces you to leap five years forward in your workforce strategy in a single bound.

Four Shocks Will Shake Your Workforce Decisions

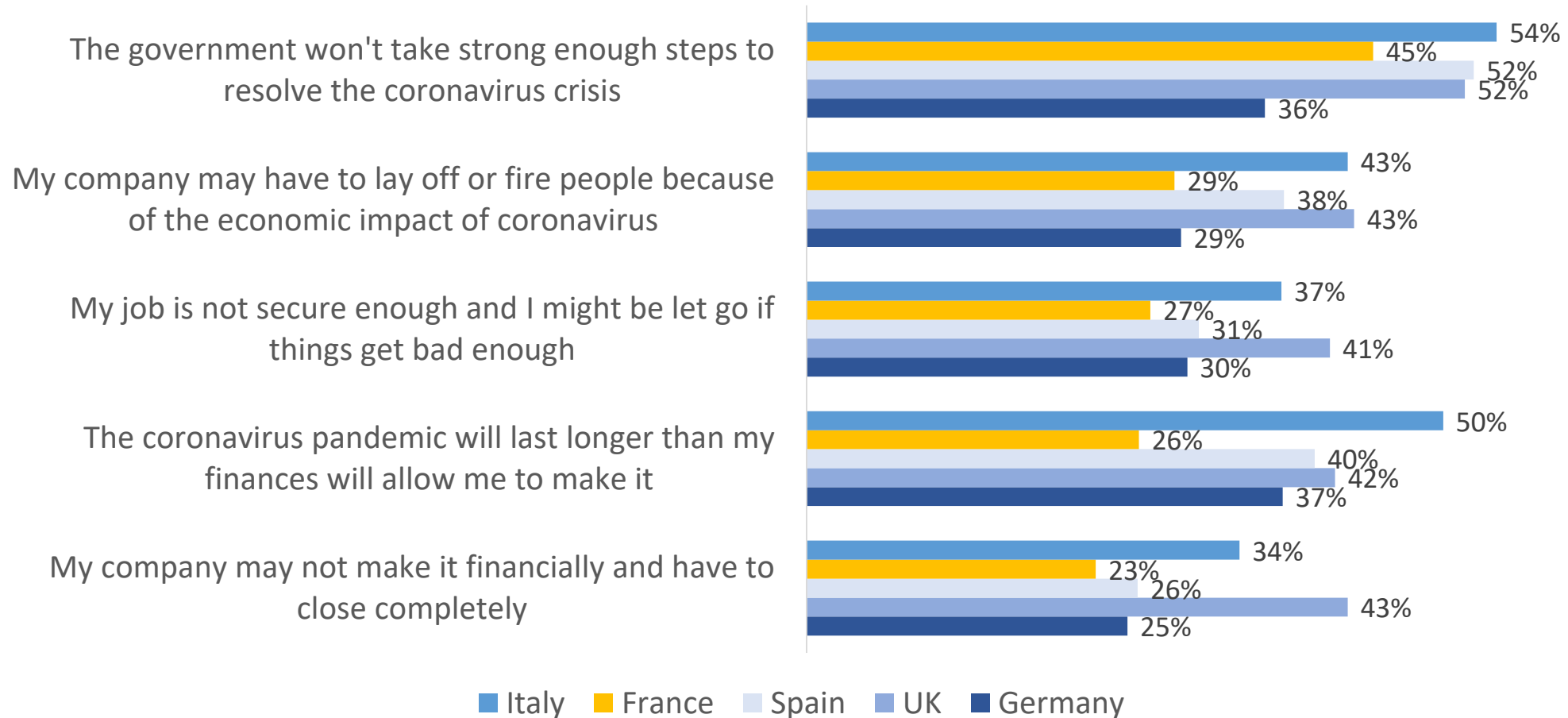
Systemic risk, rising robots, a tsunami of employee data, and expanding employee power will change how you invite employees to contribute to your business purpose and performance.

Listen, Link, And Lead Your Way Forward

Serve your customers better by listening to your most valuable asset: your employees. Link what you learn from them to measurable business processes. Then lead your organization into the future.

Avec plus de 12 millions de chômeurs partiels, l'inquiétude des employés grandit mais reste plus faible qu'ailleurs

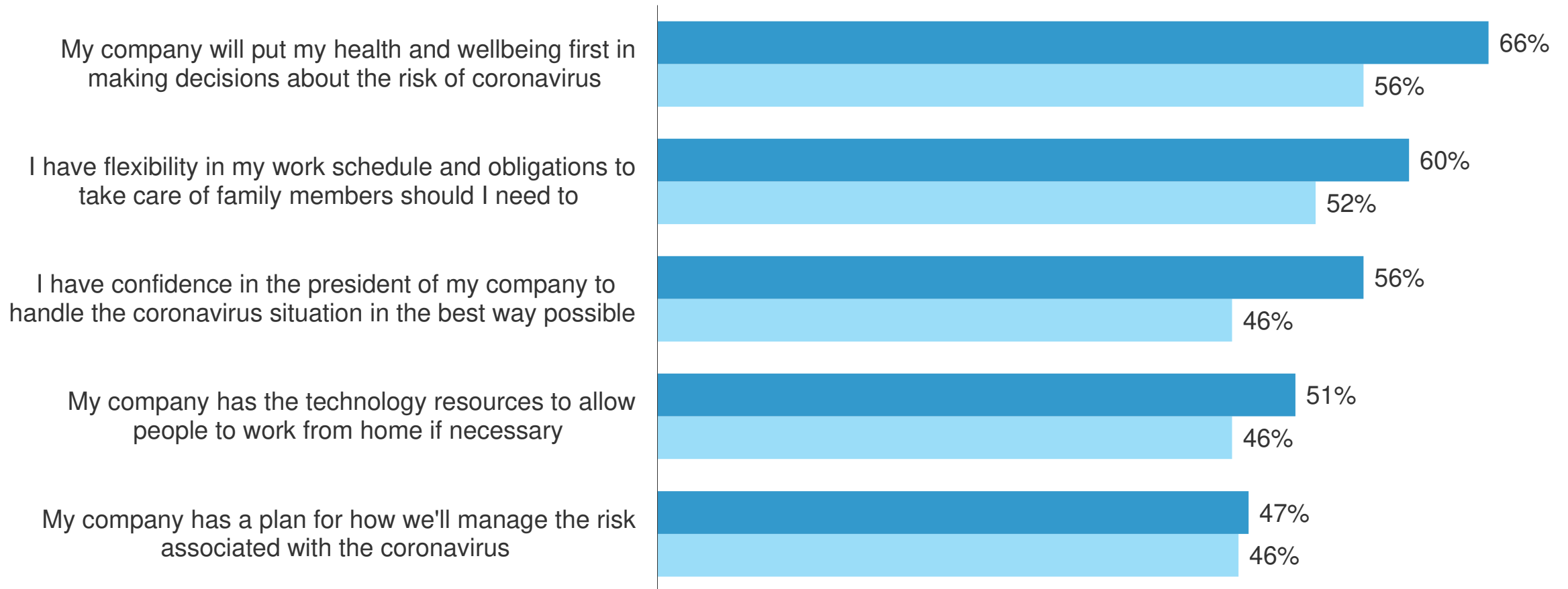
How concerned are you about the following?



Base: n=1,052 EU workers / Forrester's Q2 Europe PandemicEX Study 1 (Apr 29-May 1)

La confiance des employés envers leur management faiblit

How much do you agree or disagree that the following conditions apply to you at work?

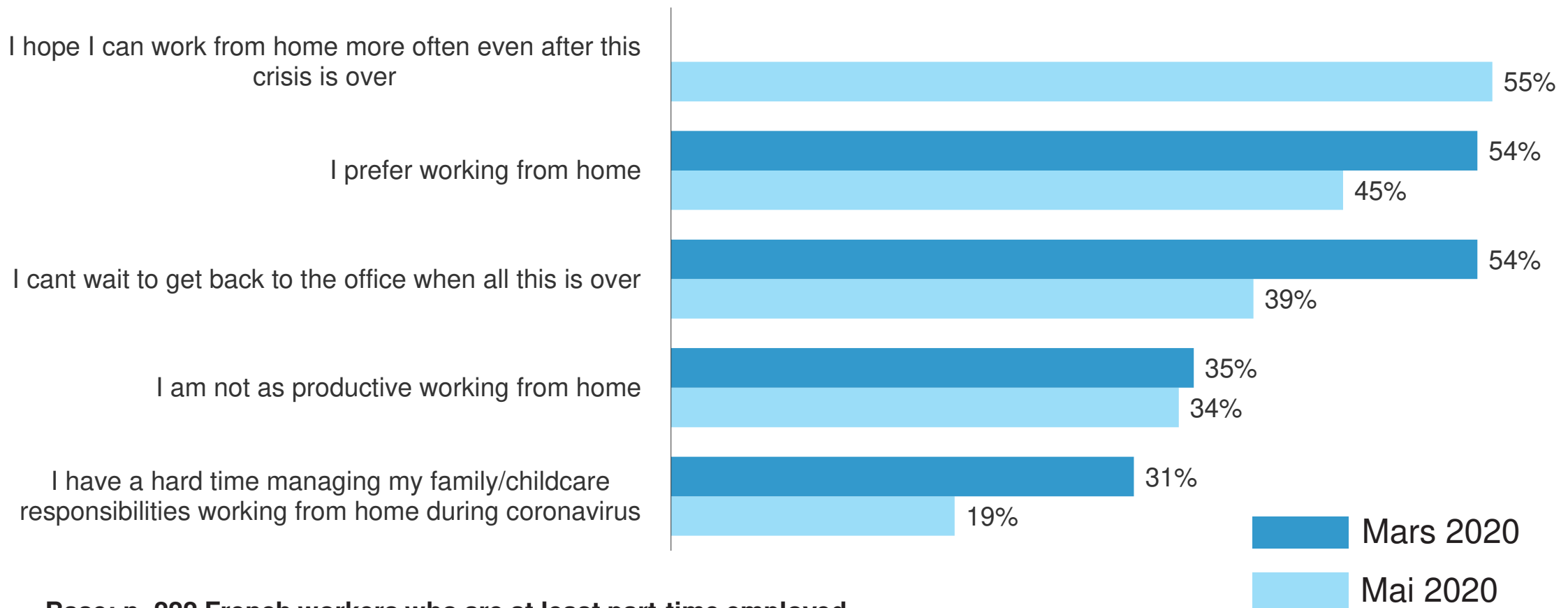


Base: n=222 French workers who are at least part-time employed
Forrester's Q2 Europe PandemicEX Study 1 (Apr 29-May 1)

■ Mars 2020
■ Mai 2020

Une majorité souhaite poursuivre le télétravail après la crise

How much do you agree with the following statements about working from home during coronavirus?



Base: n=222 French workers who are at least part-time employed

Source: Forrester's Q1 2020 PandemicEX EU study

La révolution du télétravail et le besoin de redonner du sens, de recréer du lien, de motiver

« Après le coronavirus, on ne travaillera plus comme avant. Les salariés réticents envers le télétravail ont constaté qu'il permettait de s'épanouir. Les managers qui n'imaginaient pas gérer leurs équipes de loin ont changé d'avis. Je ne pense pas qu'on revienne en arrière. »

- Jennifer Christie, DRH de Twitter

2020

The Remote Playbook

from the largest all-remote company in the world

- Tips for making remote work
- Tactics for remote transition and fluency
- The most comprehensive remote work guide



Ressources humaines : comment le Covid-19 révolutionne PSA

ENTRETIEN. Le télétravail devient la norme. Le constructeur réduit son empreinte immobilière et forme à de nouveaux métiers, explique le DRH Xavier Chéreau.

Propos recueillis par Olivier Ubertalli

En conclusion

- **Accélération** des tendances pré-existantes
- **Modification durable** des comportements et des attentes des consommateurs *et* des employés.
- **Disparition des entreprises** qui n'avaient pas amorcé leurs transformations (digitale/technologique, culture client, écologique)
- **Pivot** vers une entreprise agile pour s'adapter aux 4 chocs de la décennie à venir: risques systémiques, robotisation et automatisation, tsunami des données employés, engagement collaborateur.

Merci.



Thomas Husson
VP, Principal Analyst
@Thomas_Husson
06 62 31 36 40
thusson@forrester.com

The logo for AFRC, featuring the letters 'AFRC' in a bold, pink, sans-serif font. A stylized, curved pink line sweeps under the letters, starting from the 'A' and ending under the 'C'.

WEBINAR

Afin de vous apporter du contenu au plus proche de vos attentes lors de nos prochains webinars

Merci de répondre à notre questionnaire de satisfaction

Ne manquez pas nos prochains webinars :

AFRC
WEBINAR

Votre premier projet IA pour un ROI en trois mois



Eric Dadian
Président - AFRC



Françoise Soulié
Conseiller scientifique
Hub France IA



Samy Jousset
Chargé de missions
Innovation Numérique -
Région Île-de-France

Mardi 09 juin 2020 - 11h00 à 11h45

AFRC
WEBINAR

L'impact du COVID-19 sur l'expérience client en B2B



Jean-Christophe Bertrand
PwC



Chloé Mingant
ENGIE



Antoine Nasser
PwC



Benoît Rondeau
PwC

Jeudi 11 juin 2020 - 11h00 à 11h45

