



## Webinaire **AERC**

Inspirez-vous des initiatives primées aux Palmes

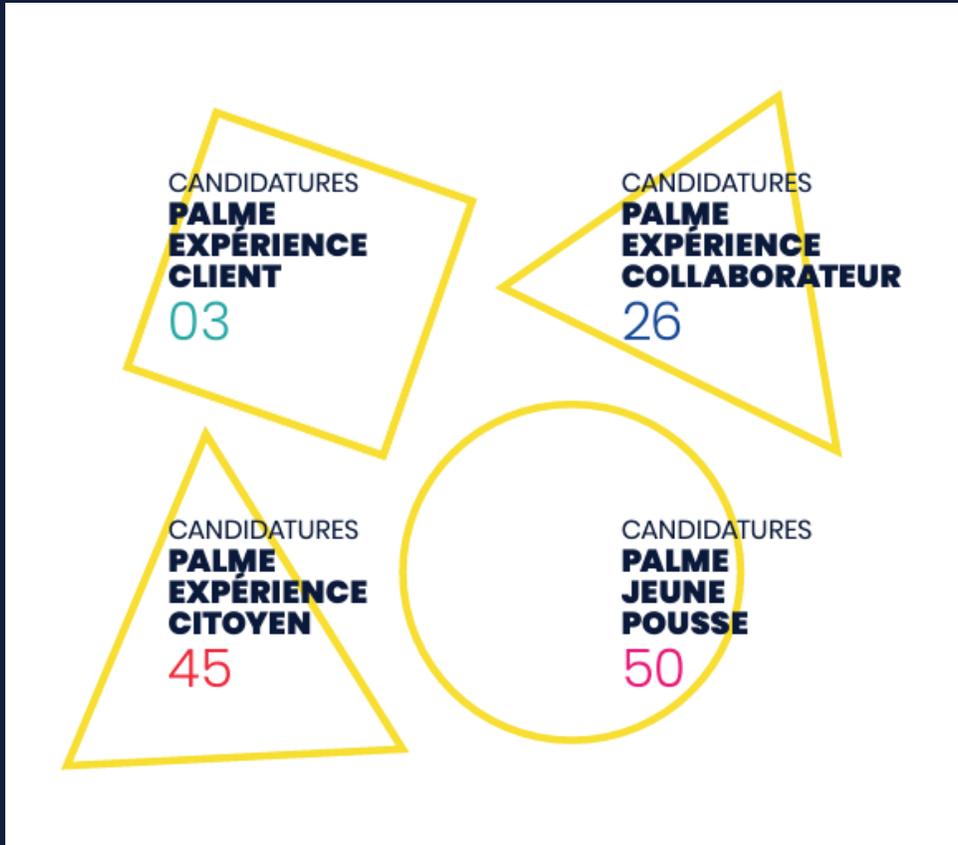
08 octobre 2024

# + de 50

dossiers de candidatures

Conçue et organisée par l'Association Française de la Relation Client (AFRC), la 17ème cérémonie des Palmes de la Relation Client, a récompensé les entreprises les plus innovantes en matière de stratégie client.

Nous vous proposons au travers de ce rendez-vous inédit de poser vos questions aux lauréats pour en savoir plus sur leurs initiatives primées.

The logo for AFRC (Association Française de la Relation Client) is displayed in a stylized, pink font. The letters 'A', 'F', and 'R' are connected, and the 'C' is separate. A thin pink line curves under the 'A' and 'F'.

# Animateur - Éric Dadian

Président



**AERC**



# Intervenants



**Stéphanie Charlaix Meyer**

SVP de la direction du  
Customer Service



**Nathalie Quintin**

Directrice de l'Expérience Client et  
de la Transformation Digitale de la  
Branche Grand Public et Numérique



**Delphine Rhodes**

Directrice Relations Clients et  
Services Hôtels



**Benjamin Alquier**

Customer eXperience  
Sr Manager



**COLORADO**  
Better Experience, Better Future

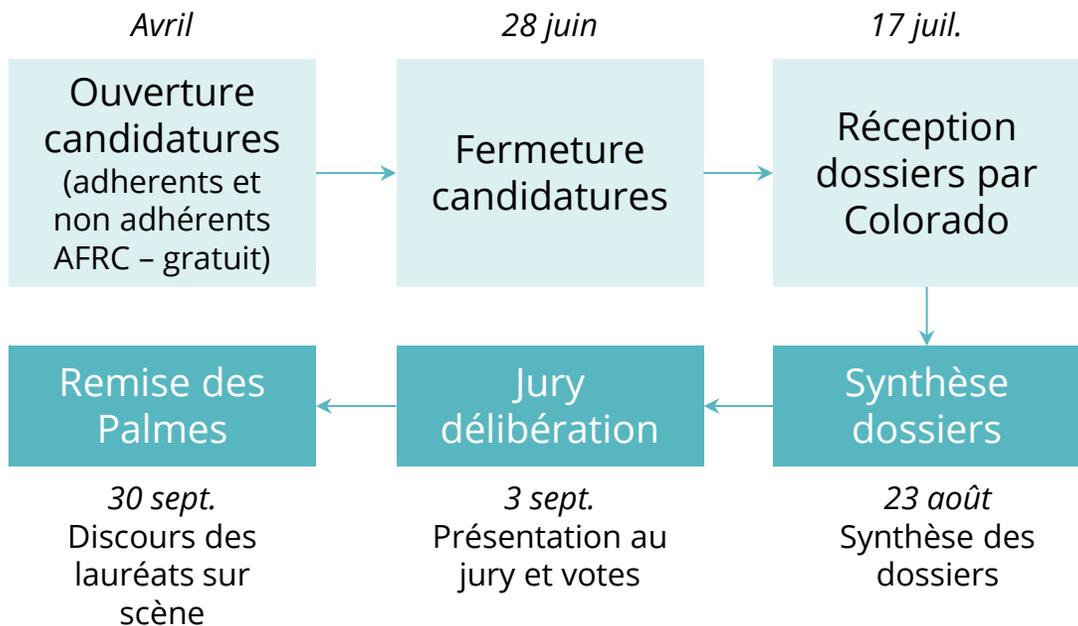
# Le Programme

Nos experts répondent à vos questions sur le chat tout au long du webinaire ;)

- 1** 11H00 : Introduction
- 2** 11H05 : Présentation des tendances (Colorado)
- 3** 11H10 : Palme Expérience Citoyen : Retour du lauréat LA POSTE
- 4** 11H20 : Palme Expérience Client : Retour du lauréat AIR FRANCE
- 6** 11H30 : Palme Coup de Coeur du jury : Retour de BEST WESTERN

# Plus de 50 candidats soumettant leurs dossiers au jury

## Déroulé :



## 5 critères de notation

	Degré d'innovation	25%		Résultats mesurés et tangibles	20%
	Impact	25%		Qualité du dossier	10%
	Impact interne	20%			

## Livrables :

### Formulaire en ligne avec 5 sections :

- Présentation générale
- Executive summary
- Description
- Originalité
- Développement.

Complété par visuels illustratifs (Pas de lien de transfert car expiration)

**Fiche synthèse** (2 pages / projet) préparée par Colorado présentant la démarche, les réalisations, les bénéfices, les commentaires sur les critères de notation, et les illustrations.



# Le monde de la Relation Client s'élargit, gagne une place centrale et se repense

## Gagner la confiance repose sur...

### Secteurs :



+ : B2B ou Parapublic

### Typologie de dossiers

**32%** De solutions technologiques

**25%** De plans de transformation

**13%** D'innovations sociales

Autres : Engagement collaborateur, Optimisation processus, Formation

#### Solutions technologiques

- Proposer des solutions **rapides, fiables et personnalisés**
- Faciliter l'analyse des besoins clients
- Créer une **relation plus fluide et proactive**
- S'appuyer sur des 1ers déploiements d'**application GenAI** à large échelle

#### Engagement des collaborateurs

- Déployer des **plans de transformation d'ampleur** insufflant la culture client à tous niveaux
- Devenir **acteur et ambassadeur** de l'amélioration continue du service
- Responsabiliser via des dispositifs **authentiquement participatifs**

#### Un sens humain du contact

- Adopter une **écoute active des clients**
- Percevoir les interactions comme **empathiques, attentionnées et personnalisées**
- Savoir recentrer les collaborateurs comme **acteurs principaux** en "débranchant" parfois la technologie

### UNE ANNÉE CHARNIÈRE

Les candidatures reflètent un questionnement, témoin d'une industrie en pleine mutation : quel équilibre entre l'utilisation des nouvelles technologies et l'importance de l'humain au coeur des interactions ?

# La Palme Expérience Citoyen



## 1 Expérience Citoyen

Récompenser un **acteur public de la relation citoyen** (collectivités territoriales, services publics, administrations) se distinguant par :

Une **politique innovante** ayant pour objectif l'amélioration de l'Expérience Citoyen : accessibilité, simplicité, adaptation aux besoins citoyens

## 2 Expérience Client

## 3 Coup de coeur

# Un écosystème de dispositifs d'accompagnement numérique partout et pour tous

*Faciliter l'accès et l'utilisation des outils numériques pour tous*

## Démarche



**Contexte :** La Poste s'est engagée pour lutter contre la fragilité numérique (28% des français).

**Projet :** Mise en place de **3 dispositifs d'accompagnement au numérique** : 110 conseillers numériques formant les usagers en agence, 95 étapes numériques (espaces pour formation), 3000 référents numériques formant les conseillers La Poste aux solutions pour les usagers.

**Objectifs :** Réduire la fracture numérique et développer économiquement par un engagement citoyen et collaborateur.

**Ambition :** Devenir la plateforme humaine et digitale préférée des Français d'ici 2030.

Mise en place de futurs ateliers gratuits pour guider les plus jeunes vers une navigation sécurisée et une utilisation éthique et raisonnée des outils digitaux.

## Réalisations



- **2021** : Mise en place de 100 conseillers numériques aidant quotidiennement par des formations dans des bureaux de postes ou parmi les étapes numériques (espaces physiques équipés / salles numériques). (programme France Relance et partenariat Banque des Territoire e)
- **2023** : Animation mensuelle d'épisodes grâce à une communauté de 3 000 chargés de clientèle référents numériques et de conseillers bancaires ambassadeurs numériques.
  - professionnaliser les pairs sur les solutions digitales La Poste et La Banque Postale
  - promouvoir et faire des démonstrations des services aux usagers
  - Accompagnement de **plus de 63 000 personnes** en 2023 par les conseillers numériques.

## Bénéfices



- Plus de 30 000 heures de **formation** et 1 8000 heures de **temps d'échange et partage** auprès d'usagers ; près de 100k heures de **montée en compétences** (2 x 30 min pour chaque épisode).
- **Montée en compétences des** collaborateurs, pour accompagner les clients et visiteurs , montée en compétence des référents et ambassadeurs pour transmettre leurs connaissances à leurs pairs

# Un écosystème de dispositifs d'accompagnement numérique partout et pour tous

## Faciliter l'accès et l'utilisation des outils numériques pour tous

### Illustration

#### 1. Articles et newsletter

**La News du numérique**  
Mars 2024

Retrouvez au sein de la News du numérique les témoignages des acteurs du terrain, les actualités digitales du mois et les bonnes pratiques.

**Les ambassadeurs / Les référents numériques en action!**

**Corine Oual**  
Ambassadrice numérique à St-Jean-Pied-de-fer  
« Être ambassadrice numérique au sein de mon secteur me permet d'être un lien important, aussi bien auprès de mes clients et collègues de travail. Mon but est de guider mes clients vers l'adoption bancaire pour leurs opérations depuis leurs espaces clients de la banque en ligne (SE) et de pouvoir soutenir à distance des clients tout en restant à l'écoute. Mon rôle d'ambassadrice numérique est aussi de démultiplier nos actions : me en place dans les lieux de notre responsabilité numérique. Cela permet d'être au cœur du numérique et de transmettre le bon savoir-faire auprès de mes collègues de mon secteur. Un partage fait en direct ou bien aussi par la création d'un groupe numérique qui permet d'échanger à tout moment. »

**Julien Archaud**  
Référént numérique à St-Jean-Pied-de-fer  
« J'ai la chance d'avoir la double casquette référent La Poste Mobile et référent numérique. Mes collègues m'accueillent dans mon rôle de référent numérique et on utilise le matériel de compagnie sur le digital grâce à la conquête de référent numérique et sur le commerce La Poste Mobile. J'ai pu accompagner de nombreuses actions pour déployer nos clients, grâce aux réunions et à la communication des référents numériques. »

**Marie Helentag**  
DS à St-Jean-Pied-de-fer  
« Caroline, mon ambassadrice sur le secteur, se charge de la formation et des réponses, cela lui prend 30 min max par mois. »

**Amélie Bouchet**  
REC à St-Jean-Pied-de-fer  
« Nous avons en place l'organisation et notre nouveau fonctionnement nous permet de faire qu'un seul ETC en physique. »

**Zoom sur les managers DS / REC**

Les actions des ambassadeurs numériques sont très utiles à réaliser et permettent de garder une veille constante sur les évolutions de la banque. Elle a également accès à une communauté sur Teams lui permettant de pouvoir échanger avec ses pairs et de pouvoir partager des informations en temps réel.

Si on prend l'exemple des ouvertures de compte que les clients peuvent faire de chez eux sur le site labanquedelaposte.fr, savoir comment fonctionne l'activation de ces clients permet de leur accompagner et de leur expliquer et de leur travailler de pair et que ce ne soit pas des appels, qui dépendent, mais, qui sont plutôt collaboratifs, pour plus de succès et, une meilleure expérience client. »

**Articles de presse - Etapes numériques**  
Mai 2024

**Rencontre avec Abdelmalek, Fatine et François, référents et ambassadeurs numériques**

Ils sont portés-paroles de la démarche d'accompagnement numérique auprès de leurs pairs afin d'aider nos clients à s'approprier le digital pour simplifier leur quotidien. Premiers retours terrain de trois référents et ambassadeurs numériques.

Publié le 24/07/2024  
4 min



**Catalogue des accompagnements proposés par les Conseillers numériques La Poste**

#### 2. Episodes

**Ambassadeurs et Référents Numériques**

Episode 2 - Accès aux comptes en ligne et authentification forte

**Référents Numériques**

Episode 4 - laposte.fr - tout savoir sur l'envoi de colis en ligne

**Référents Numériques**

Episode 4 - laposte.fr - le suivi et ses évolutions

#### 3. Vidéos



# Un écosystème de dispositifs d'accompagnement numérique partout et pour tous

*Faciliter l'accès et l'utilisation des outils numériques pour tous*

## Remarques & Jury

- 1. Objectif bien ciblé “qui a du sens”** pour le citoyen et pour l’entreprise”.  
Permet également de positionner La Poste en référent, et fidéliser ses clients.
- 2.** Prise en compte d’une difficulté citoyen et réalisation tenue à large échelle pour gagner la confiance des citoyens.
- 3.** Originalité de l’initiative, notamment l’**inclusion de partenaires** (Croix Rouge, CDC Habitat).
- 4.** Clarté du dossier : structuré, avec de nombreuses illustrations pertinentes.

# La Palme Expérience Client



**GAGNER  
LA CONFIA NCE**

## 1 Expérience Citoyen

## 2 Expérience Client

Récompenser une **entreprise de toute taille, start-ups, association** se distinguant par : une **invention, nouveauté** ou **innovation** en matière **d'expérience client**.

Toute initiative qui **simplifie le parcours client**, qui **améliore la connaissance, la satisfaction et la fidélité client**

## 3 Coup de coeur

## Démarche



**Contexte** : Volonté de monter en gamme, en accompagnant les clients tout au long de leur parcours de voyage.

**Projet** : Mise en place d'une plateforme "Customer Data Hub" pour appuyer le programme complet d'initiatives améliorant l'expérience client, de manière personnalisée et intégrée.

**Objectifs** : Unifier le digital et l'humain en mettant la data au service de l'expérience client pour que chaque passager se sente reconnu et accompagné par Air France.

**Ambition** :

- Continuer à améliorer la qualité et la personnalisation des services offerts aux clients.
- Intégrer des pratiques de développement durable dans tous les aspects des services.

## Réalizations



**Customer Data Hub** : Collecte et partage d'information client pour personnaliser l'expérience à chaque point de contact.

**Relation Attentionnée** : Déploiement du programme améliorant l'interaction des collaborateurs avec les clients, impliquant 21 000 collaborateurs.

**Next Service Action (NSA)** : Suggère des actions de service personnalisées améliorant l'expérience client aux conseillers des centres de contact.

**Formation et reconnaissance** : Formation de 400 pilotes et 100 chefs de cabine principaux à la Relation

## Bénéfices



**Personnalisation du service** : Grâce au Customer Data Hub, des actions comme l'accueil par le pilote pour des occasions spéciales et l'envoi de notifications pour les documents de voyage oubliés ont été mises en place.

**Satisfaction client** : Un gain de +5 points de satisfaction a été constaté, notamment sur la ligne dédiée aux clients Platinum, qui sont désormais 96% à attribuer une note entre 8 et 10.

Illustration

**En tant que collaborateur...**

Je porte attention

Je m'implique

Je suis proactif

Je me surpasse

**En tant que client...**

Je me sens accueilli

Je me sens unique et considéré

Je me sens pris en charge

Je me sens bien

Je suis enchanté



---

## Remarques & Jury

- 1.** L'initiative est détaillée et montre un programme d'ampleur d'amélioration de l'expérience client.
- 2.** Le projet repose sur une **vision technique 360° du client** pour mettre en place des initiatives d'amélioration de l'expérience client (reconnaissance, fluidité) par les collaborateurs.
- 3.** La description des **réalisations est très exhaustive et revisite l'ensemble du parcours client.**

# La Palme Coup de coeur



1 Expérience Citoyen

2 Expérience Client

3 Coup de coeur

Optionnel, récompenser une initiative ayant particulièrement soulevée l'attention du jury

# Cultiver la confiance client à l'ère de l'IA générative

## Anticiper les attentes clients pour bâtir une relation fiable et durable

### Démarche



**Projet :** Intégrer l'IA générative sur le site bestwestern.fr et dans les outils conversationnels en intégrant des boutons IA sur les pages, facilitant la navigation des clients et améliorant ainsi leur parcours en ligne.

**Objectifs :** Assurer un parcours fluide, une transparence des informations, la rapidité et la qualité de réponse.

**Ambition :** Optimiser la compréhension et la réponse sur nos canaux conversationnels, assurant une disponibilité constante 24h/7.

**Perspectives :** Améliorer le CES, le Bot Resolution Rate et le taux de confiance ; intégrer les nouvelles mesures avec l'IA act et former en continu les équipes internes sur les outils.

### Réalisations



**Voicebot :** Répond ainsi aux questions et demandes complexes en dehors des heures de service (en complément du voice-callbot sans IA déjà existant). Solution Yelda

**Chatbot :** Disponible sur desktop et mobile, il utilise l'IA pour fournir des réponses précises sur les services hôteliers et la FAQ. Solution iAdvize

#### 2024 :

- Boutons insérés sur les pages hôtels et expériences accompagnant proactivement le client lors de son parcours.
- Intégration de COPILOT (avec IA) pour aider les agents dans la rédaction des réponses clients.

### Bénéfices



**Call voice bot : Réponse :** 100% des appels en soirée et week-ends, sans attente ; **Compréhension :** 100% vs 80% avant l'IA ; **Résolution automatique des appels :** +15 points ; **Personnalisation :** 25% des appels.

**Chatbot : Taux de conversation :** 4.5% (+3pts vs N-1), **Automatisation des conversations :** 72.5% (+30pts vs N-1) ;

**Satisfaction client :** +16pts.

**COPILOT agent :** +25% sur le temps de traitement des chats, taux d'usage de 60%.

# Cultiver la confiance client à l'ère de l'IA générative

*Anticiper les attentes clients pour bâtir une relation fiable et durable*

## Illustrations



# Cultiver la confiance client à l'ère de l'IA générative

*Anticiper les attentes clients pour bâtir une relation fiable et durable*

## Remarques & Jury

- 1. Initiative technique de pointe** avec un enjeu important de maintenance et d'enrichissement des données constant, une attention portée au suivi des résultats et bénéfices générés.
- 2.** Un travail terrain, des phases d'itérations et de tests sont faits continuellement pour calibrer les outils de manière optimale => Confiance par **l'écoute et la prise en compte**, et l'amélioration **fiabilité**.
- 3.** Innovation dans l'anticipation des besoins des clients en intégrant l'IA au sein des pages de recherche ou dans le callbot, permettant d'enchanter la relation client.
- 4. Résultats forts et éloquents.** L'initiative peut ainsi avoir **valeur d'exemple** pour le marché : démarche, difficultés et traitements, retours.



Vos questions, Nos réponses  
**Merci !**

# Prochains rendez-vous

— 5 novembre :

## Conférences Attractivité et évolution des métiers de la Relation Client

- Table ronde Comment gagner la confiance client et collaborateur ? **REX Orange France, Enercoop, MAIF**
- Etude Randstad : Le marché de l'emploi sur les métiers de la relation Client

De 09h00 à 12h00 – Paris 15

## Saison 3 : AFRC fait son show

Disponible sur Youtube, Spotify, Deezer



L'épisode en vidéo

— 19 novembre :

## Webinaire Mayday : Comment garantir le ROI d'un projet de knowledge management ?

