



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

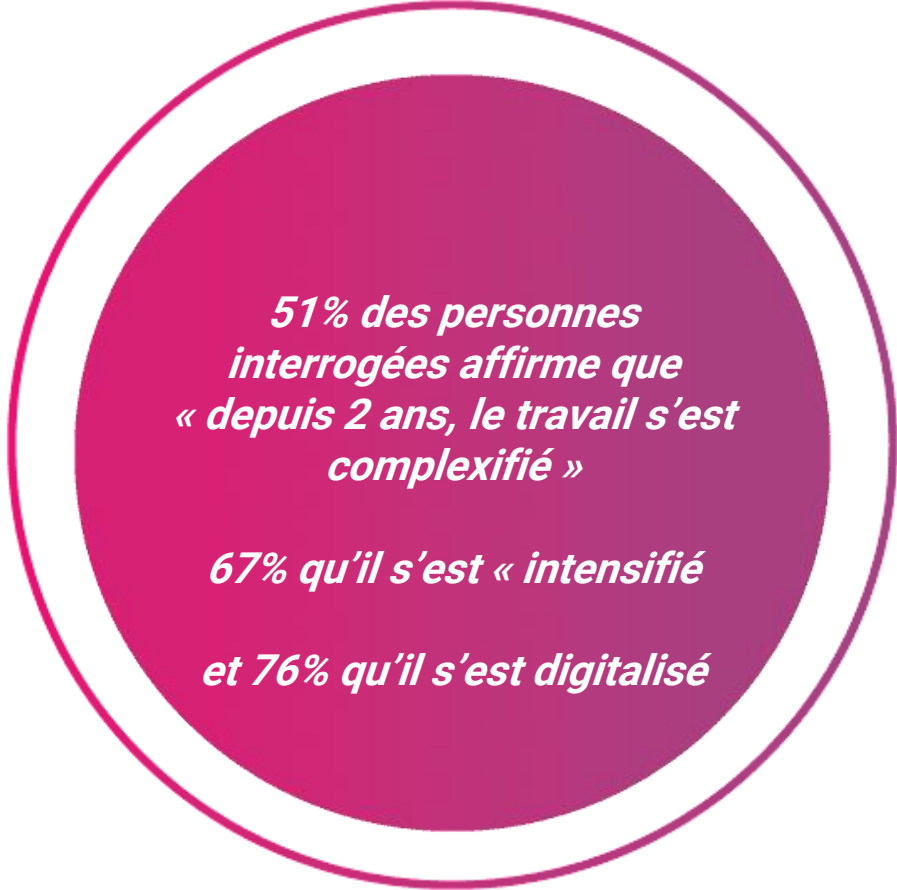
Quel futur ?

Contexte

- On assiste à une montée en flèche des attentes clients (pressés, informés, incivilités, exigence renforcée).
- Un retour en grâce de la proximité avec une réelle recherche de contact humain, et d'authenticité. (Les opérationnels de la relation client ont été en première ligne dans un contexte particulier de distanciation et d'isolement, développement de l'omnicanal de proximité : digitalisation de certaines étapes sans ne rien enlever à l'importance des interactions humaines physiques, ou vocales).
- Au niveau technologique, le développement de nouveaux applicatifs a permis aux professionnels de libérer du temps pour offrir une expérience client avec un conseiller

Et au même temps

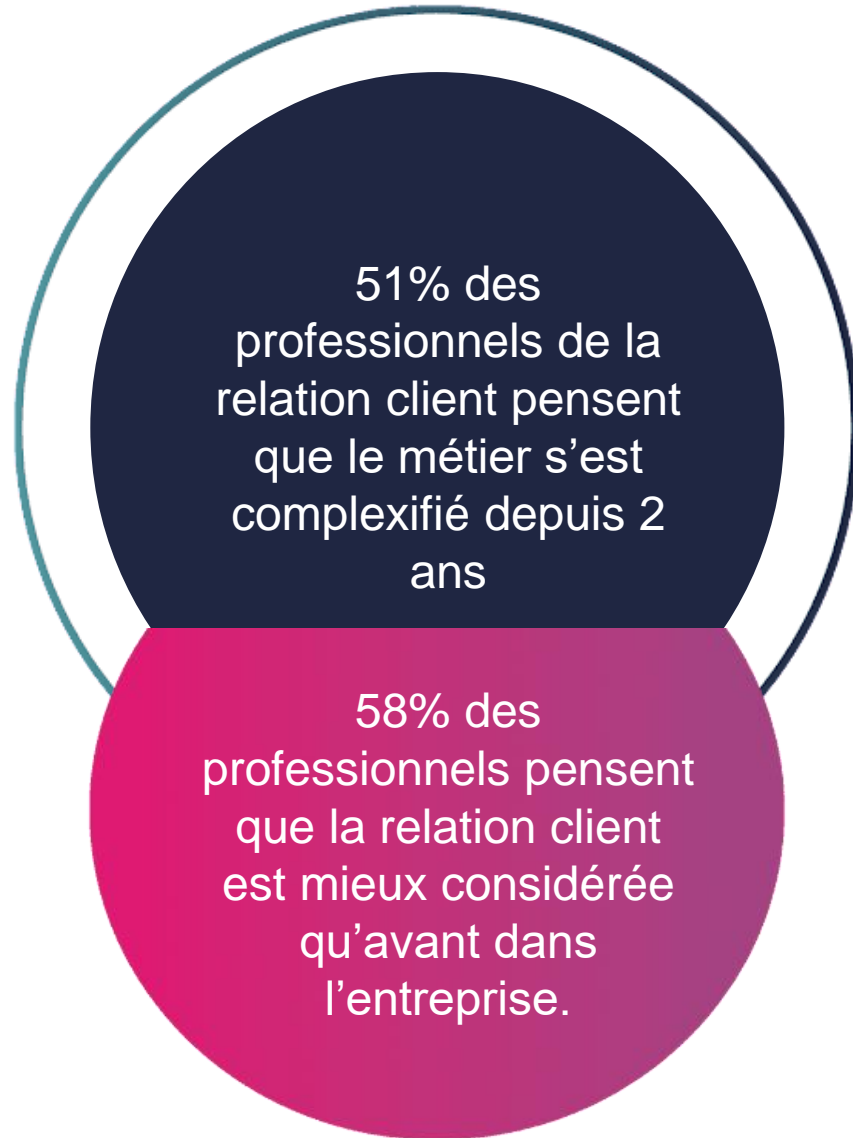
Le travail des conseillers clients a beaucoup évolué avec la multiplication des supports, des outils, des canaux de conversation, ainsi que des nouvelles attentes des consommateurs.



51% des personnes interrogées affirme que « depuis 2 ans, le travail s'est complexifié »

67% qu'il s'est « intensifié

et 76% qu'il s'est digitalisé



La RC : 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 compétences et le partage de la connaissance client deviennent clés.

3 clés pour avoir des équipes engagées au service de l'entreprise et du client :



50% des salariés sont motivés par l'autonomie, 48% par l'esprit d'équipe



52% des salariés souhaitent acquérir une nouvelle expertise



Le rôle stratégique des conseillers qui considèrent qu'ils sauvegardent l'image de la marque et sont des influenceurs de la marque

En retour, et face à la difficulté du métier, ils ont besoin de reconnaissance de l'entreprise et du client



Ce sont eux qui nous communiquent les priorités et les enjeux des métiers de la relation client de demain :





LA RELATION
CLIENT
EN FÊTE

**Valoriser le secteur, les
métiers et les hommes
qui le composent !**

Construisons ensemble la Relation Client du futur

Valoriser les métiers



Montrer les talents et organiser des opérations de communication

Grand public (portes ouvertes aux familles/amis; forums emploi)

Presse, institutionnels

Collaborateurs (doubles écoutes, process)

Clients



Mettre en place des hackatons

Instants dédiés à l'innovation et au crowdsourcing



Organiser des conférences sur des thématiques métier

Conférences internes, présentation des études, ...

Les évènements couverts par la Communication interne et externe MAIF, le canal Internet et les réseaux sociaux.

- Com interne : affiches, flyers, MAYA, Agora, MAGnet, objets publicitaires, Maif Social Club
- Com externe : contact avec la presse nationale et la presse quotidienne régionale et communication sur les réseaux sociaux corporate
- Web : annonce sur le site maif.fr

Exemple MAIF

Présentation et la valorisation des métiers de la Relation Client ainsi que les initiatives qui font sens à la fois au bénéfice des sociétaires et du bien-être au travail. .

Les différents publics visés :

- Les sociétaires ou prospects
- Les professionnels, les institutionnels
- La presse

La détection et le choix d'une initiative mise en œuvre par des collaborateurs, portée à la connaissance de la presse en amont par la communication externe, est de nature à susciter l'intérêt des journalistes et donc la rédaction d'articles pouvant créer l'intérêt des lecteurs pour les « Portes Ouvertes », avant et après l'évènement.

- Peuvent être organisées localement par exemple :
 - 1.des « tables rondes » avec des intervenants externes (tous secteurs et notamment des start-up avec des jeunes enseignants)
 - 2.la présentation des différents métiers de la Relation Client sous forme de « speed-meeting » (ex : ma journée type de conseiller ou gestionnaire)
 - 3.distribution de « goodies » pour les visiteurs
 - 4.visite du site
- Un budget de convivialité sera alloué à chaque site.
- Des documents de référence vous seront adressés, à toutes fins utiles, afin de vous aider dans l'animation de la journée.
- Il appartiendra aux managers d'animer cette journée selon les modalités qui lui paraissent les plus appropriées.

Exemple MAIF

Le programme d'animation de la journée « Portes Ouvertes » au plan local.

Par souci d'efficacité, il est souhaitable de désigner 1 ou 2 ambassadeurs par site qui seront mobilisés pour :

- assurer la préparation de l'organisation de la journée
- être les interlocuteurs de la presse quotidienne régionale
- assurer le reportage de la journée (photo/vidéo)
- animer les communautés sur le réseau social interne

Ces ambassadeurs auront l'appui de la Communication interne et externe de la MAIF.

Retour d'expérience EDF

Elise Bonifay


Direction du Service Client et Commercial



Cliquez-sur l'image pour lancer la vidéo

Comment participer ?

- Vous pouvez organiser librement des actions et profiter du soutien de l'AFRC :
 - Communication
 - Presse
 - Intervenants
 - Kit de communication (logos)

 - Merci de nous envoyer les informations sur vos actions
 - Localisation du/des CRC ou entreprises participantes
 - Contact d'un responsable
 - Proposition d'actions prévues
- 
- A decorative purple arc that starts from the bottom right and curves upwards and to the left, ending near the center of the slide.



Merci !

Bérénice Carrillo

SECRETAIRE GENERALE
berenice.carrillo@afrc.org

