

La Relation Client à l'heure du Digital

EMDIGICLUB
EPISODE II

Réinventer sa relation client
à l'heure du digital



#EMDIGICLUB

Au Programme

- **2 épisodes sur la relation client digitale :**
 - L'acquisition de clients et le développement des ventes
 - Les outils de la relation clients (mail, chat, réseaux sociaux, téléphone).
- **L'agenda**
 - **Enjeux & définition** : ce qu'a changé le digital dans la relation client
 - L'expérience du **Groupe APICIL**
 - Histoires d'outils avec **Eloquent**
 - **Vous avez la parole**, à nous de vous écouter !



Les intervenants

- **Anne-Christelle VOGLER** est Directrice de la Relation Client du Groupe APICIL.
En tant qu'utilisateur des outils de relation client, elle nous expliquera comment la digitalisation conduit à une nouvelle manière de concevoir le service client et impacte le management des activités de relation client

- **Alain BOUVERET** est DG d'ELOQUANT, un des leaders français des solutions unifiées de relation client digitales.
Il nous présentera une solution SaaS destiné à faciliter dialogue et écoute avec vos clients : gérer les interactions entrantes et sortantes, activer vos enquêtes de satisfaction, exploiter les avis clients, analyser les commentaires et détecter les signaux faibles.



Le Club Digital EM Lyon

- **Nicolas CONSTANT** (PGM 2015), Président du Club Digital Lyon.
 - 17 ans d'expérience dans la relation client
 - dont 10 ans dans le digital
 - Actuellement Responsable des projets outils relation client chez Nespresso France
- **Frederic BLACHON** (MBA 2012), Membre du bureau du Club Digital Lyon.
 - 15 ans d'expérience dans les Systèmes d'Information dans la conduite d'initiatives digitales vers les plateformes Cloud.
 - Coach de startups à l'incubateur EM Lyon et chez 1kubator en tant qu'associé.
 - Accompagne les PME et Grands Comptes dans la transformation digitale de leur métiers des Ventes et du Marketing.



Un peu de vocabulaire...

Inbound / Outbound

“Sens” de la relation : sollicitation de la part du client vers l’entreprise... ou contact du client par l’entreprise.

Chat :

Communication instantanée via le web suite à un clic sur un lien de chat (contact sollicité)

Chat proactif :

Communication instantanée initié par un "vendeur" (contact non sollicité)

Chat communautaire :

Communication instantanée avec un autre client de la marque

Multicanal

Plusieurs canaux de communication sont proposés aux clients mais ne sont pas liés entre eux (ex : je commande sur Internet mais ne peut pas retirer ma commande en magasin)

Chatbot

Conversation instantanée avec un "robot"

Omnicanal

Plusieurs canaux de communication sont proposés aux clients et sont tous liés entre eux (ex : click and collect, démarrer un achat en ligne et le finaliser par téléphone)

IA

Intelligence Artificielle
Traitement automatique de certaines tâches par des machines (réponses à des questions clients, automatisation de la validation de commande, prédiction des demandes clients etc.)



Alors, qu'est-ce qui a
changé dans la relation
client ?



La délicate alchimie :

**ÊTRE PRESENT SUR LES
CANAUX OU NOUS
ATTENDENT NOS CLIENTS**

**AVEC LE BON
DIMENSIONNEMENT**

**SUR LES DELAIS
ATTENDUS PAR LE
CLIENT**

**AVEC LES
BONS OUTILS**

**POUR ASSURER LA
SATISFACTION
CLIENT**

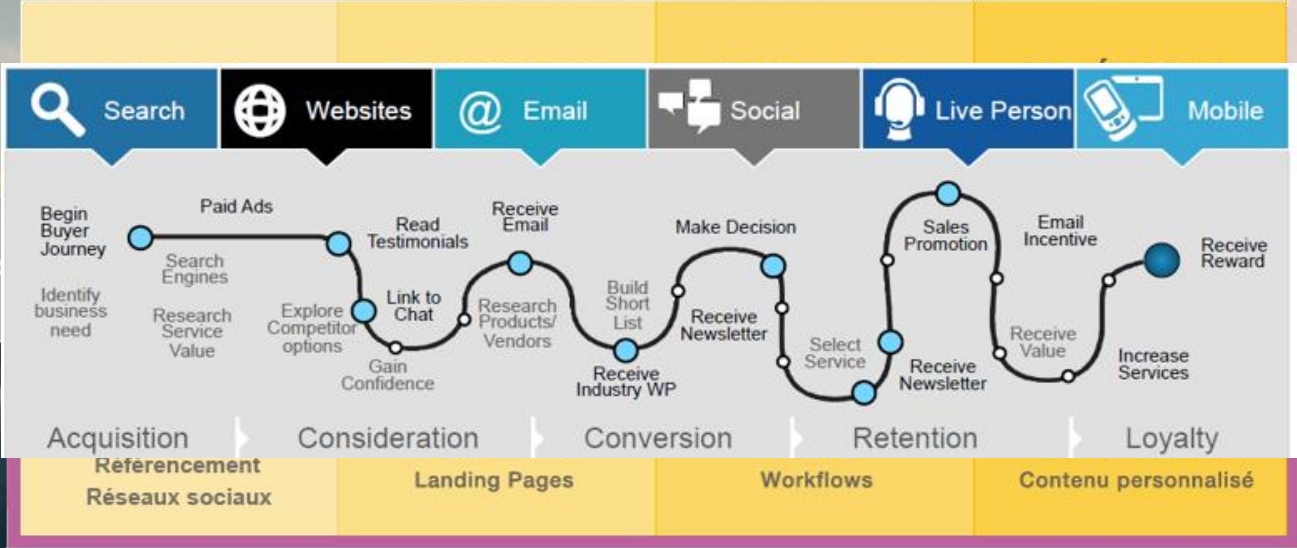
**LA QUALITE DE LA
REPOSE**

**POUR PERSONNALISER
LA RELATION ET
FIDELISER LES CLIENTS**

**LES BONNES
QUALIFICATIONS**

**TOUT EN
ASSURANT UN
BON ROI**

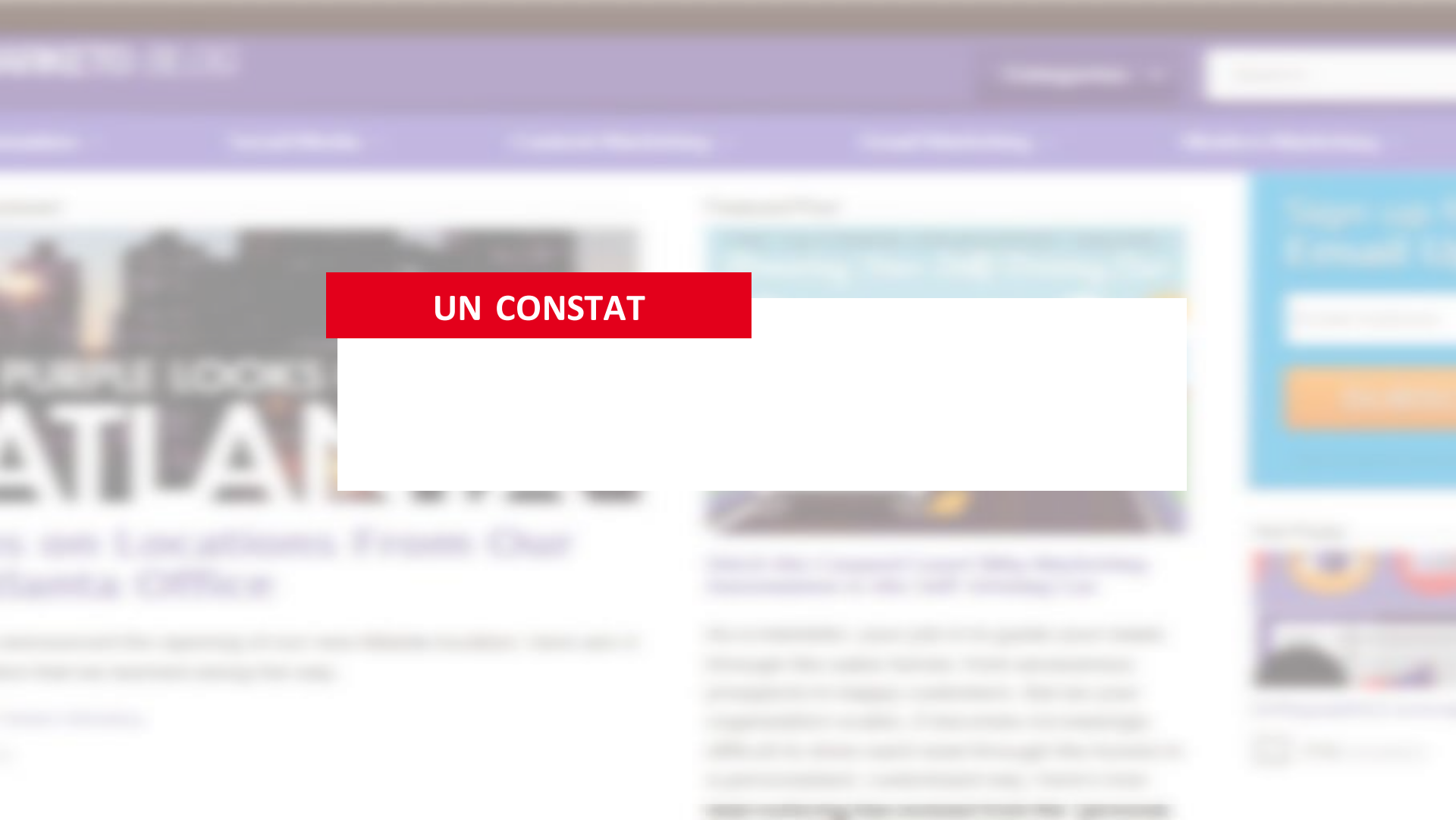
CONSTRUIRE UNE RELATION DE CONFIANCE ET PERSONALISÉE



...QUI FIDÉLISE LE CLIENT

A wooden desk with various items: a ruler, a notebook, a pen, and a chair. The desk is light-colored wood. On the desk, there is a black ruler, a brown notebook, a white pen, and a small orange object. A white chair with a red seat is visible on the left. The background is a light-colored wooden floor.

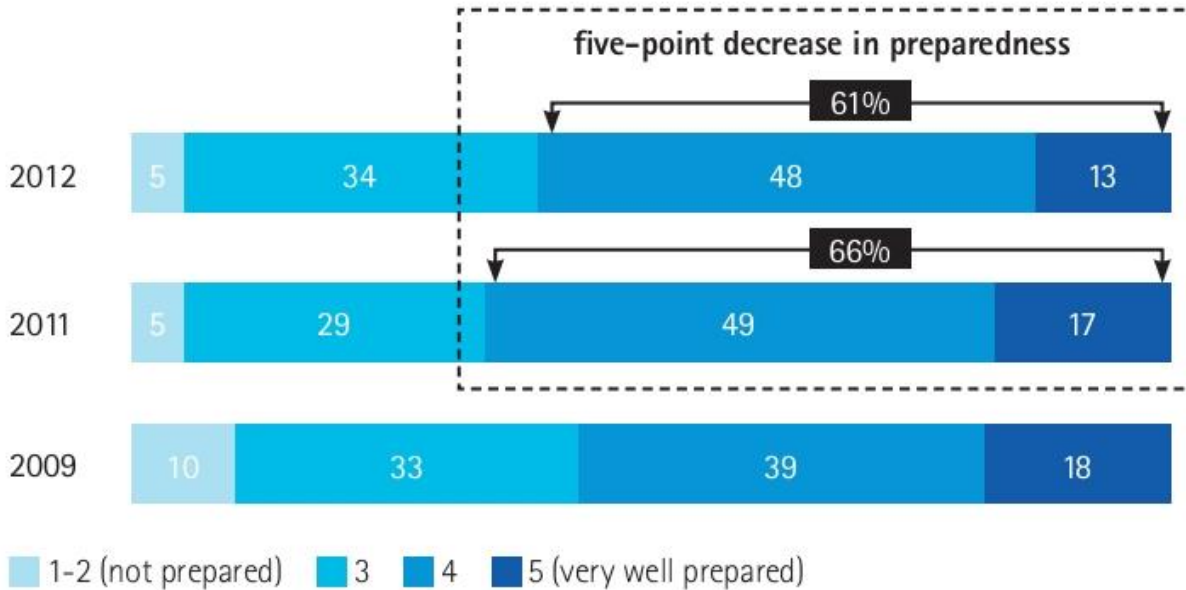
**LA RELATION CLIENT DIGITALE
VA T'ON VERS UN NOUVEAU PARADIGME ?**



UN CONSTAT

LES ENTREPRISES N'ONT PAS UNE VISION CLAIRE

Figure 1: More CMOs feel underprepared (%)



"(Marketing) has to change to keep current customers and acquire more customers."

Marketing director, US bank

Source : "Turbulence for the CMO: Charting a path for the seamless customer experience", Accenture, 2013

LES ENTREPRISES N'ONT PAS UNE VISION CLAIRE



En 2014, seul 46% des entreprises interrogées par Accenture indiquaient avoir une adoption et un déploiement global de technologies mobiles.

80% disaient que leur organisation n'avait pas de process formel pour identifier, évaluer et prioriser comment le digital pouvait être bénéfique pour leur business.

70% déclaraient qu'elles ne se sentaient pas en mesure de suivre les évolutions du digital.

Source : "Accenture Mobility Insights Report 2014", Accenture, 2014

LES FREINS A LA DIGITALISATION

Caisse d'Épargne | Auvergne-Limousin |
2 hours ago

Parce que les accidents n'arrivent pas qu'aux autres, la GAV (Garantie des accidents de la vie) de la Caisse d'épargne prend aussi en charge les séquelles temporaires...



Like · Comment · Share

19

25 people like this.

Top Comments



Caisse d'Épargne | Auvergne-Limousin |
J'aime cette Page · Il y a 3 heures

Parce que les accidents n'arrivent pas qu'aux autres, la GAV (Garantie des accidents de la vie) de la Caisse d'épargne prend aussi en charge les séquelles temporaires...

J'aime · Commenter · Partager

39 personnes aiment ça.

Meilleurs commentaires

32 partages

- David** Bande de merdes. Vous êtes là 30 Millions d'Ans (Officiel) ?
J'aime · Répondre · Il y a 31 minutes
- Bruno** Non mais ça va pas bien à la Caisse d'Épargne, c'est carrément ignoble comme pub !! En tant que client et sociétaire je désapprouve totalement !
J'aime · Répondre · Il y a 2 heures
- 2 réponses · Il y a 2 heures

- Antoine** Mes condoléances au CNL.
J'aime · Répondre · Il y a 32 minutes
- Laurène** heu... je vous imagine à sa place sur sur ça vous feriez moins rire.....!!!!!!!,honte à vous!
J'aime · Répondre · Il y a environ une heure
- Christophe** Une pub drôle tous les 30 ans. C'est à souligner 😊
J'aime · Répondre · Il y a 3 heures
- Kévin** Là je dis OUI !!! Merci à toute CF, pour cette barre de rire. Ah... si toutes les pubs pouvaient être aussi drôle, ce serait un vrai bonheur.
J'aime · Répondre · Il y a 20 minutes

Afficher 8 autres commentaires

Écrire un commentaire...

Les résultats de cette étude sont fondés sur une base de 125 répondants entre le 16 et le 20 mai 2016.

LES GRANDS GROUPES PROGRESSED



on fait des progrès significatifs
cette dernière année



on a une approche globale
et une équipe dédiée



ont embauché un Chief Digital
Officer

Source : "Growing the Digital Business: Accenture Mobility Research 2015", **Accenture**, 2015

QU'EST CE QUI CHANGE ?

La multiplication des points de contacts



mais ils n'ont pas tous le même poids

QU'EST CE QUI CHANGE ?

2015

9%



2016

6%

LES POIDS DES DIFFERENTS CANAUX



Source : Observatoire des Services Clients 2016 BVA pour l'Élection du Service Client de l'Année



CA ARRIVE

La désintermédiation

Le tchat communautaire

Les plates formes indépendantes de relation client



CA ARRIVE

L'automatisation

Les chatbot

L'IA

La table ronde

- **Anne-Christelle VOGLER** : Directrice de la Relation Client du Groupe APICIL.
- **Alain BOUVERET** : Directeur Général d'ELOQUANT.
- **Nicolas CONSTANT** : Club Digital EM Lyon Business School.
- **Frédéric BLACHON** : Club Digital EM Lyon Business School.





Groupe APICIL, 5^{ème} Groupe de Protection Sociale

2000 collaborateurs au service de nos clients au sein de 6 entités



APICIL
Prévoyance,
MICILS, ARS,
ARC, Apicil Assurances



APICIL LIFE



> **Direction Relation Client APICIL : 150 collaborateurs**
(centres de contacts clients multicanaux de Vaise et Caluire, équipe dédiée Réclamations, GED, espaces clients, signature relationnelle)

1,5 million d'assurés
> **50 000** entreprises clientes

3,7 Mds € de collecte



Santé &
Prévoyance

1,2 Md €



Epargne
& Services
Financiers

1 Md €



Retraite
complémentaire
Agirc-Arco

1,5 Md €

**Une ambition stratégique 2017-2020 :
Développer l'innovation et l'intimité avec nos clients**

- Prix EFQM 2015 « Qualité Performance Rhône-Alpes »
- Prix France 2016 « Qualité Performance France »



- 3^{ème} place Association Française de la Relation Client en 2016 catégorie Esprit de Service



• Facilitateur du Dialogue et de l'Ecoute de vos clients

ELOQUANT, spécialiste de la Relation Client depuis 2001, vous propose Dialogue, Ecoute et Sémantique en mode SaaS.



- 75 collaborateurs (Grenoble et Paris)
en 2016 :
- + 30% de croissance
- 400 M d'interactions multicanal
- 150 M d'enquêtes clients

La table ronde :

Réinventer sa relation client à l'heure du digital

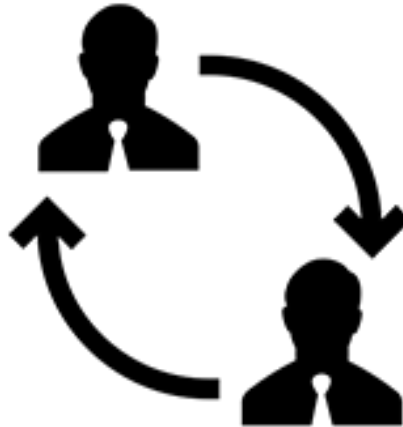
- Mais qu'est ce qui fait que l'on satisfait nos clients ?



La table ronde :

Réinventer sa relation client à l'heure du digital

- L'évolution du rôle des collaborateurs



La table ronde :

Réinventer sa relation client à l'heure du digital

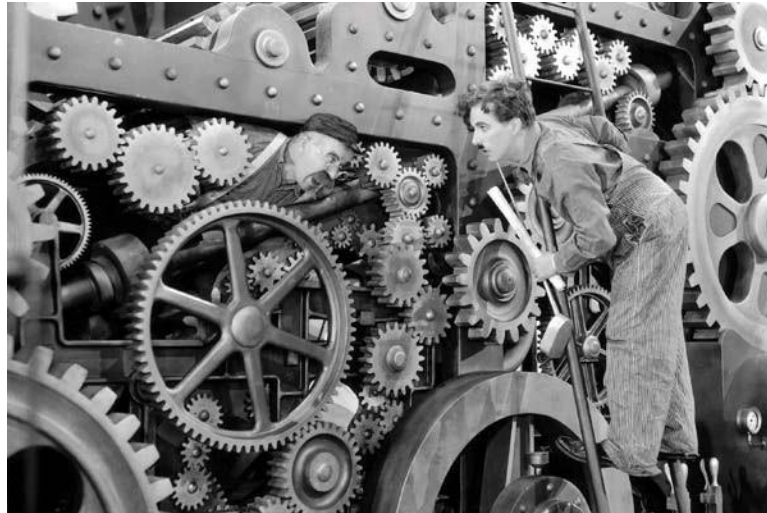
- Une forte vigilance sur l'aspect juridique



La table ronde :

Réinventer sa relation client à l'heure du digital

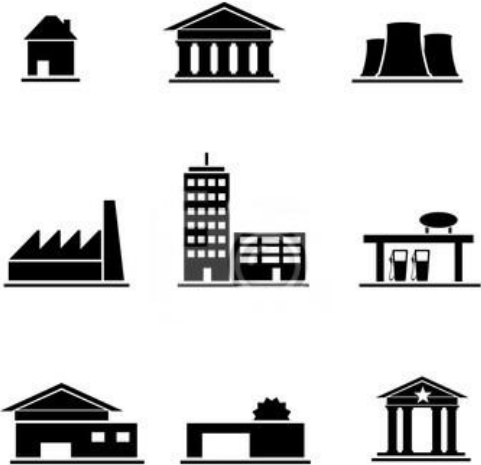
- Comment conjuguer automatisation et rapports humains



La table ronde :

Réinventer sa relation client à l'heure du digital

- La taille n'est pas un gage d'efficacité



VOS QUESTIONS



LES IRRITANTS

Rappel question :

Q6 / Q8. Parmi les situations suivantes, lesquelles qualifieriez-vous de plus irritantes lorsque vous contactez un service client par téléphone ? (2 réponses maximum)
 Parmi les situations suivantes, lesquelles qualifieriez-vous de plus irritantes lorsque vous contactez un service client par e-mail ? (2 réponses maximum)

Base : 1 000

