



# LE CONTRAT EXPÉRIENCE CLIENT

**VERS UNE EXPÉRIENCE  
CLIENT D'EXCELLENCE**

A photograph of the Space Shuttle Atlantis being launched from the Kennedy Space Center. The shuttle is ascending vertically, leaving a massive, billowing plume of white smoke and fire from its engines. The launch pad's service structure is visible to the left of the shuttle. The sky is a clear blue with scattered white clouds.

QUEL CHEMIN POUR  
TRANSFORMER L'EXPÉRIENCE CLIENT ?

ET EN QUOI UN CRM EST UNE ÉTAPE NÉCESSAIRE  
MAIS PAS SUFFISANTE ?

Si notre image est bonne auprès des Français, l'Expérience-Client laisse parfois à désirer

26%

ont vécu une **expérience déplaisante** avec La Poste, au cours des 6 derniers mois. **83%** d'entre eux déclarent qu'elle est due à un **problème lié à la qualité des prestations** courrier et colis

62%

sont **insatisfaits du traitement des réclamations** courrier

Les Clients sont de plus en plus exigeants et souhaitent plus de personnalisation

84%

des Clients seraient prêts à ne plus acheter auprès d'une enseigne qui ne **tiendrait pas compte de leurs préférences et de leurs achats passés**

Les Clients attendent aussi plus d'efficacité

38%

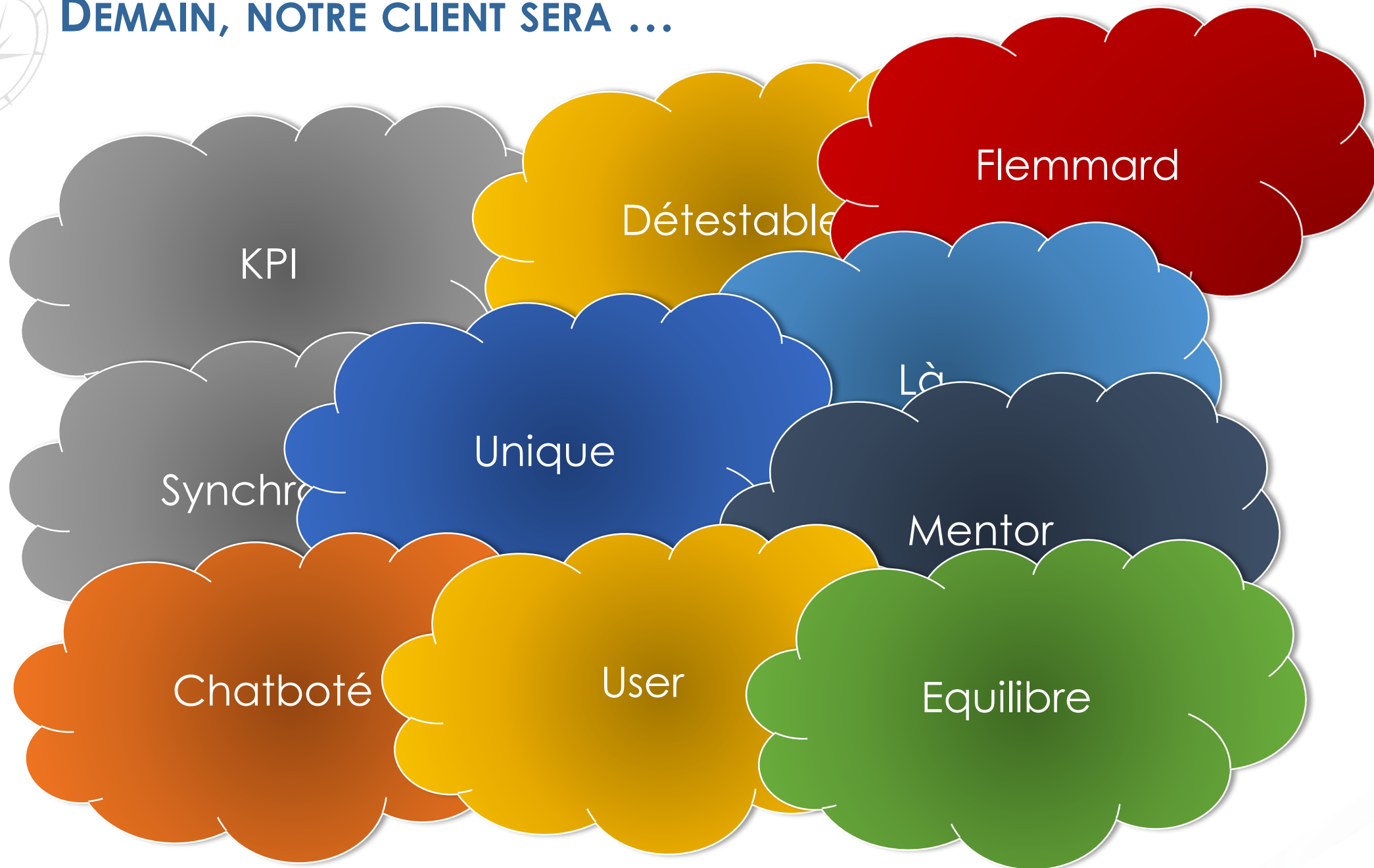
des Clients attendent une **réponse à leur plainte dans l'heure**

5X

plus de probabilité **aujourd'hui par rapport à 2013 qu'un consommateur se plaigne sur les réseaux sociaux** lorsqu'il fait face à une mauvaise qualité de service en magasin



# DEMAIN, NOTRE CLIENT SERA ...



# POURQUOI LES CLIENTS SONT-ILS PLUS EXIGEANTS ? PARCE QU'ILS ONT DE NOUVEAUX RÉFÉRENTS EN TERME D'EXPÉRIENCE

## LES NOUVEAUX RÉFÉRENTS

**UBER**



**amazon**



**NETFLIX**



89% des entreprises sont  
désormais  
en compétition  
principalement sur la base  
de l'Expérience-Client



A photograph of a sprint race on a blue track. In the foreground, Usain Bolt is running towards the left, wearing a yellow and black Jamaica singlet with 'JAMAICA' and 'BOLT' visible. He is smiling and pointing his right index finger. Behind him, two other sprinters are visible, one in a black singlet and another in a white singlet with the number '2'. The background is blurred, showing a green field and stadium seating. A semi-transparent dark grey banner is overlaid across the middle of the image, containing white text.

OBSERVONS DES INITIATIVES D'EXCELLENCE DE  
LA RELATION CLIENT !



# LA SOCIAL MEDIA ROOM : UNE DREAM TEAM POUR RÉPONDRE EN TEMPS RÉEL

## ▶ **1 600 interactions / jour sur les réseaux sociaux par une équipe pluri-disciplinaire en 2017**

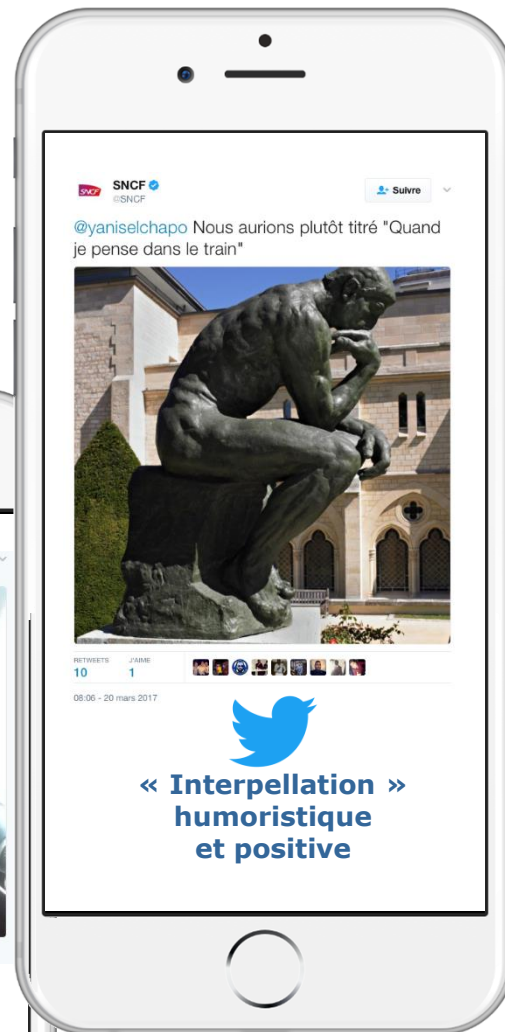
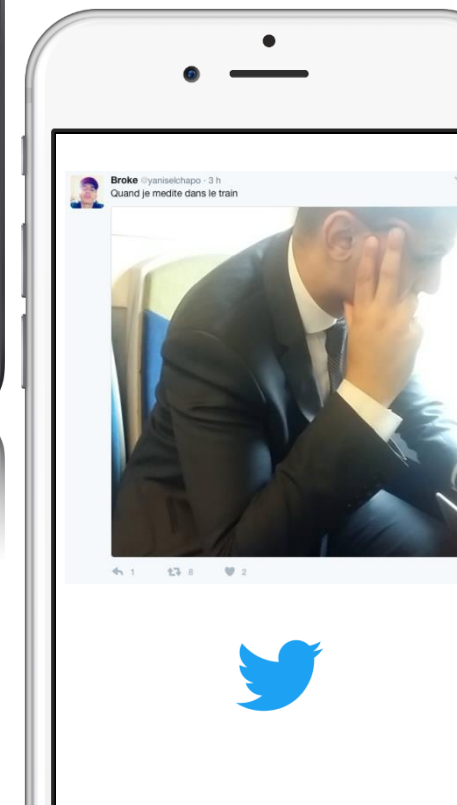
Grâce à son équipe de chefs de projet, de community managers, directeurs artistiques, concepteurs-rédacteurs, data analysts, etc, la SNCF est capable de proposer des réponses rapides, précises, pédagogiques – aux demandes d'informations et aux plaintes tout comme les commentaires positifs – mais aussi des réponses drôles voire « graphiques » (infographies, GIFs, animations...).

## ▶ **15 à 60 min de temps de réponse, 7j/7, de 7h à 22h**

## ▶ **20% de mentions positives sur les réseaux sociaux (contre 5% auparavant)**

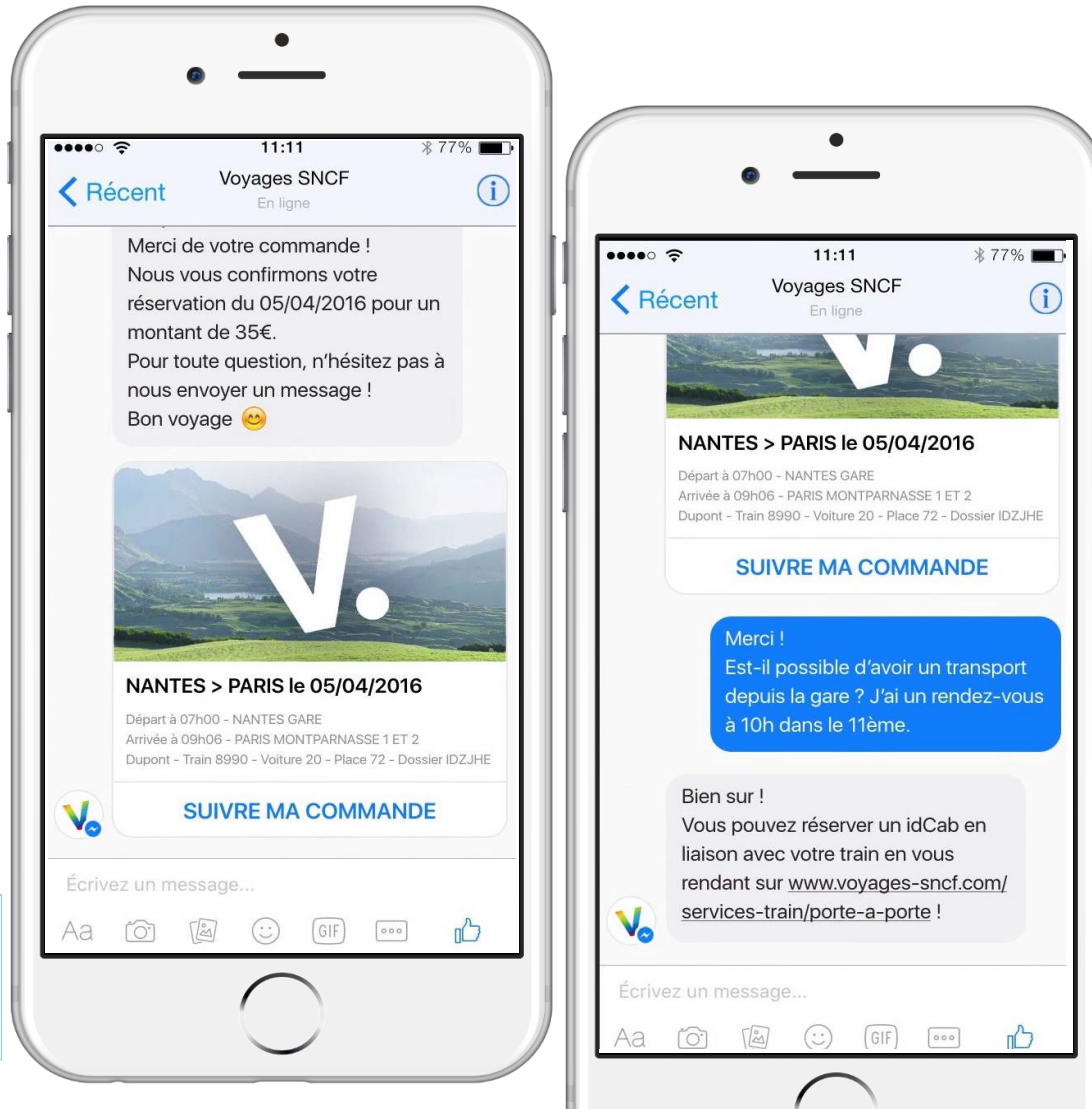
Précédemment, la SNCF avait 5% de mentions positives pour 15 à 20% de mentions négatives sur les réseaux sociaux; grâce à la Social Room, les proportions se sont inversées : 20% de mentions positives pour 5% seulement de mentions négatives

# QUELQUES TWEETS ISSUS DE LA SOCIAL MEDIA ROOM





# LA ROBOTISATION, PLUS DE RAPIDITÉ ET DE SOUPLESSE POUR L'UTILISATEUR : DE 1 600 À 10 000 INTERACTIONS/JOUR



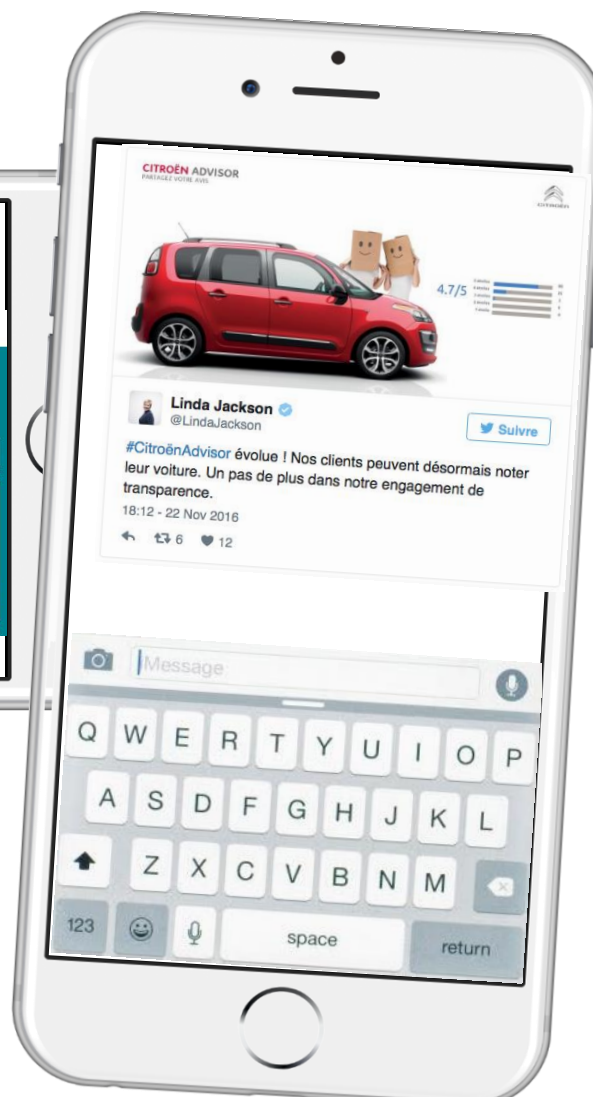
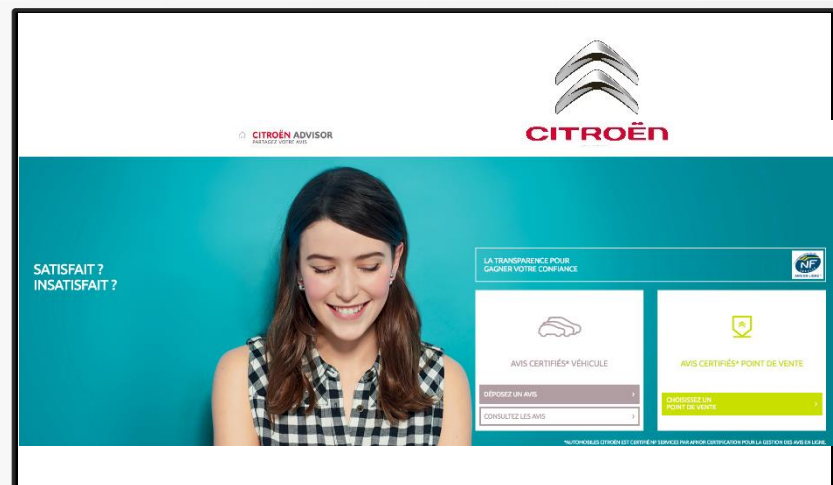
## Un chatbot Messenger en machine learning

Le bot SNCF guide l'internaute comme s'il était son ami grâce à une technologie de reconnaissance de langage naturel (NLP). Il suffit de dialoguer avec lui afin qu'il en apprenne sur le consommateur et qu'il parvienne à le guider dans ses recherches. Plus le robot est sollicité plus il deviendra performant. Le bot est actuellement en essai.

## Une assistance humaine si besoin

Les conseillers reçoivent les messages provenant de Messenger sur la plateforme iAdvize. La même équipe est ainsi mobilisée pour répondre aux demandes sur les nouveaux canaux si besoin, apportant la même qualité de service et la même réactivité sur l'ensemble des points de contacts. Grâce à l'interface de reporting, les performances sur les indicateurs clefs peuvent être mesurés.

# L'ÉLOGE DE L'ÉCOUTE ET DE LA TRANSPARENCE AVEC CITROËN ADVISOR



## Une invitation au feedback

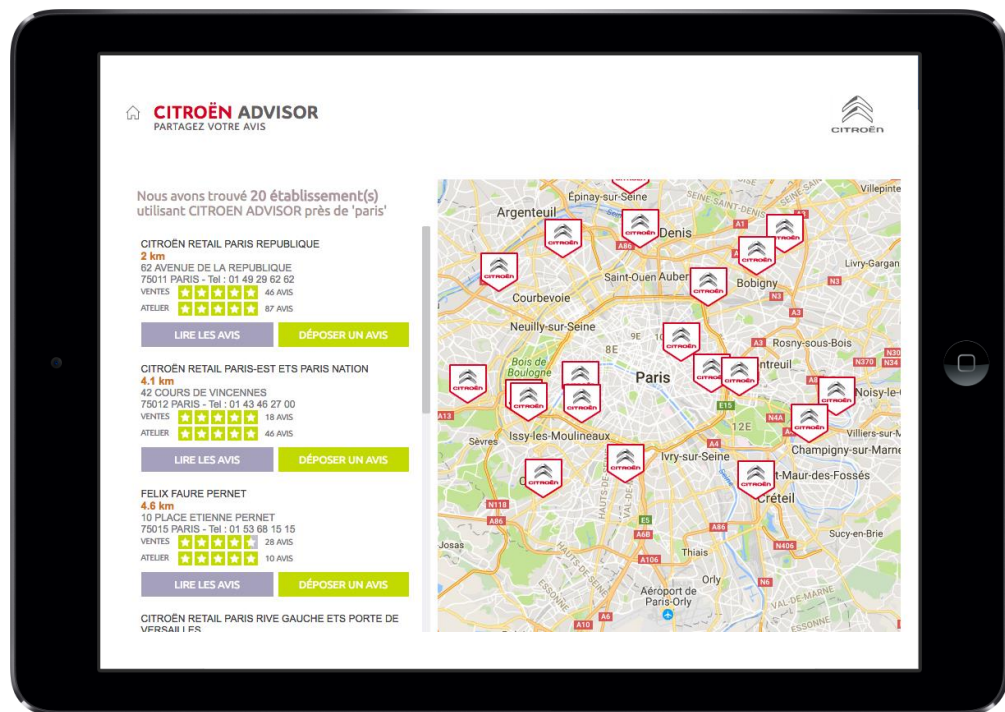
Citroën propose à ses Clients de noter et commenter ses véhicules et points de vente sur « Citroën Advisor ». Le site, en ligne depuis 2014, recueille les notes sur la qualité de service des points de vente et des ateliers du réseau. Le Client Citroën a 50 jours après son achat pour donner de 1 à 5 étoiles au véhicule dont il est le propriétaire et écrire un commentaire de 500 caractères maximum. Tous les avis, positifs comme négatifs, seront ensuite visibles sur le showroom virtuel de Citroën.fr. Présent dans une vingtaine de pays, le site a dépassé la barre des 100 000 avis client.

## Une réaction aux commentaires négatifs

En cas de commentaire négatif, Citroën Advisor alerte instantanément le point de vente concerné, afin de permettre à ce dernier d'identifier et de traiter le cas dans les meilleurs délais. Une fois le Client rappelé, le point de vente formule sa réponse sur Citroën Advisor, visible de tous.

## La transparence garantie

Le site bénéficie de la Certification NF du groupe Afnor Certification : aucun commentaire n'est filtré.



Moteur de recherche concessionnaires



Avis déposé le 11/12/2016 par Catherine F. nouvel acquéreur d'un véhicule d'occasion CITROËN C3

1 avis déposé(s) par Catherine F.

Je viens d'acheter une C3 dans ce garage. J'ai déjà eu du mal à avoir le premier véhicule commandé. Il a été soit disant abîmé sur un parc automobile! je doute de cette version. Depuis j'ai commandé un second véhicule que j'ai reçu il y a bientôt un mois. J'attends toujours la carte grise! On m'a vendu un véhicule d'occasion Gagé. Bravo la concession! Quel manque de professionnalisme. J'espère que le problème va être résolu car mon assurance n'assure pas les véhicules sans carte grise.....

Réponse de FELIX FAURE PERNET le 13/12/2016

Madame, suite à nos échanges téléphoniques, je vous renouvelle nos excuses pour ce contre temps malheureux. Concernant le gage sur votre voiture actuelle, soyez assuré que toutes nos équipes travail à rectifier une erreur de saisie en préfecture. Nous vous avons transmis par courrier une attestation pour votre assurance. vous pouvez compter sur notre engagement plein et entier.

Cordialement,  
L.Beaujard: chef des ventes VO

6 personnes ont trouvé cet avis utile

Trouvez-vous cet avis utile ?

OUI

SIGNALER UN ABUS

Avis négatif et réponse de la concession





**Ratings et commentaires pour les ventes  
et l'atelier d'une concession**



Avis déposé le 04/10/2016 par Alain C. nouvel acquéreur d'un véhicule neuf CITROËN C4 CACTUS

1 avis déposé(s) par Alain C.

Très satisfait car mon véhicule m'a été livré en seulement 8 jours !

Réponse de CITROËN RETAIL PARIS SUD-OUEST ETS BOULOGNE DANJOU le 11/10/2016

Monsieur, votre satisfaction est la nôtre. Nous sommes très heureux que votre livraison se soit déroulée dans de bonnes conditions, et vous souhaitons une excellente route à bord de votre C4-Cactus.

Cordialement,  
Hubert Chappotteau  
Directeur Citroën Boulogne

47 personnes ont trouvé cet avis utile

Trouvez-vous cet avis utile ? **OUI** **SIGNALER UN ABUS**

**Avis positif et réponse de la concession**

# LA PÉDAGOGIE LORS D'UNE RUPTURE DE SERVICE

**Un grand merci pour votre patience**

Nous vous souhaitons une bonne rentrée sur notre réseau.

ratp.fr/travaux-ete-rera

- 1 Dépose de la voie
- 2 Dépose du ballast. Réfection du drainage du sol
- 3 Installation d'un nouveau ballast
- 4 Pose et stabilisation de la nouvelle voie

**GLOSSAIRE**

**LE BALLAST**  
Lit de cailloux sur lequel repose la voie. Du fait de leur usure, ils perdent leur angulosité caractéristique et leur maintien, ce qui peut affecter la géométrie de la voie.

**LES TRAVERSES**  
Appuis en bois ou en béton sur lesquels reposent les rails. Outre le temps, leur usure provient particulièrement de l'augmentation du tonnage journalier de circulation des trains sur la ligne.

**LE RAIL**  
Bare d'acier profilée. Une voie est composée de deux fers parallèles de rails mis bout à bout reposant généralement sur des traverses. Les rails servent à la fois de guide et de support de roulement pour les véhicules ferroviaires.

RER A @RER\_A · Feb 28  
[#TCHAT] Vincent explique pourquoi la @LIGNEL\_sncf passe parfois devant le #RER sur le viaduc de Nanterre sur [rera-leblog.fr/tchat-regule...](https://rera-leblog.fr/tchat-regule...)

Translate from French

**TCHAT**

« Quand un train a 5/6 minutes de retard, on va laisser passer devant lui le train de la ligne L Nord pour le maintenir à l'heure (...). Si on ne fait pas ça, le L va repartir en retard dans l'autre sens et va perturber aussi la circulation du RER A. »

Source: performance Report de transport et de l'efficacité (dernière édition 2017)

**C'est pas fini ce chantier ?**

Pas encore, c'est pour cela que nous renforcerons cet été l'offre tramways, métros et Transilien et que nos agents seront à votre service pour vous guider et vous informer.

ratp.fr/travaux-ete-rera

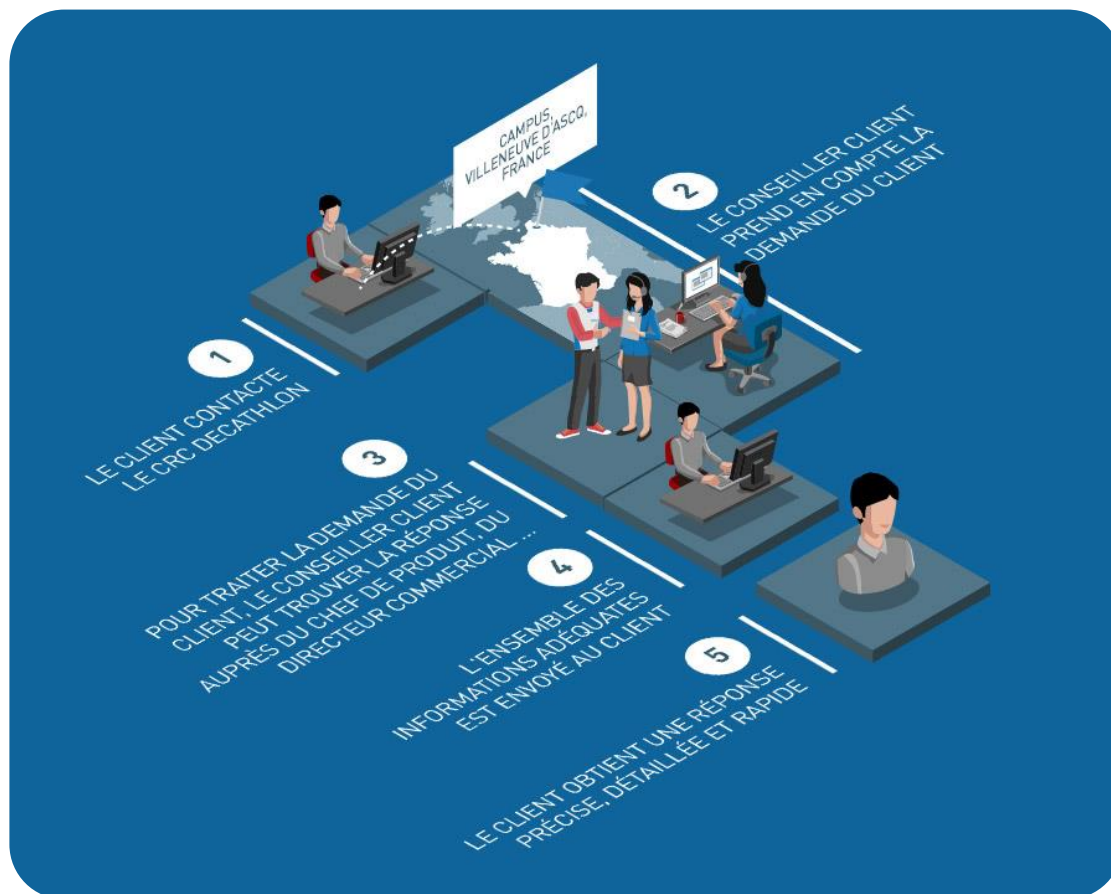
La RATP rénove et modernise constamment ses infrastructures, entraînant ainsi la fermeture temporaire de certaines stations.

Dans une démarche d'information, **le groupe communique de manière transparente et pédagogique** en expliquant pourquoi les travaux sont nécessaires pour la pérennité des lignes. Que ce soit en gare, sur son site Internet, ses applications mobiles ou encore ses réseaux sociaux, la RATP propose des indications détaillées sur les travaux, des calendriers précis, des images sur l'avancée des réparations...

Tout cela sur un ton pédagogique contribuant à une meilleure relation entre la RATP et ses utilisateurs quotidiens.

# UN CENTRE DE RELATION CLIENT AVEC UNE CULTURE DE LA BIENVEILLANCE ET DE L'INTERACTIVITÉ

**DECATHLON**



Chez Décathlon, l'unicité de l'expérience Client est primordiale. Les conseillers téléphoniques sont des experts de la marque, ils ont une ancienneté de 10 ans en boutique et sont des sportifs. Ils sont formés, habitués à la relation commerciale, familiers avec la réalité terrain, les questions Clients, et ce qu'il est possible ou pas de faire. Toutes les demandes Clients sont centralisées au CRC.

**Les conseillers connaissent les équipes, cela leur permet de se tourner directement en interne vers la personne la plus à même de connaître la réponse à une question Client.**

**Pour plus de personnalisation, le CRC va traiter la demande, de manière individualisée et suivie. Il est également incité à passer du temps au téléphone.** Par la suite, les remarques sont prises en compte en interne. Par exemple, si un Client a eu une question sur un produit spécifique, **le conseiller va prévenir le Marketing pour que la fiche produit soit clarifiée.**

*« Je préfère qu'ils discutent vingt minutes avec un Client qui se souviendra d'eux, plutôt que trois minutes, comme un robot l'aurait fait. »*

Martine, Directrice et co-fondatrice du CRC





Avec une **bouteille d'eau offerte**  
à chaque Client,  
Uber a créé un **effet waouh**.

Au-delà de cette agréable surprise, la bouteille d'eau est **emblématique de l'Excellence de l'expérience Uber**, expérience définie afin de **lever les pain points** des trajets en taxi :

- Commande, suivi du véhicule, itinéraire le plus rapide et paiement depuis l'app mobile
- Pas de refus de prise en charge lié à la destination
- Chauffeur ouvrant la porte
- Chargeur de smartphone disponible
- Le chauffeur demande la radio souhaitée et n'engage pas la conversation si non sollicité
- Possibilité de noter le chauffeur
- En cas de contestation, le Client est généralement remboursé sans demande de justification



## Une culture de l'Excellence de l'expérience-Client

Depuis son lancement, Amazon révolutionne constamment l'expérience-Client. Par exemple, l'entreprise est devenue la championne de la recommandation personnalisée de produits. Grâce à la data emmagasinée, elle bascule peu à peu vers le marketing prédictif. Amazon, c'est aussi des tests grandeur nature de livraison par drone, pour raccourcir les délais, ou encore la commande « 1-click ». Quant aux Clients Prime, ils peuvent bénéficier d'une livraison le soir-même de leurs achats.

En termes de relation Client, le service Client par téléphone est joignable 24/7. L'utilisateur peut aussi communiquer par email, tchat, réseaux sociaux, web call-back... Le temps d'attente est de 30 secondes par téléphone et 12 heures par e-mail. Amazon vise le « Once & Done », c'est-à-dire résoudre le problème au premier contact, quel que soit le temps consacré. Après chaque interaction, les conseillers demandent au Client si son problème a été résolu. Si ce n'est pas le cas, ils le rappellent. En cas de réclamation, le Client est remboursé avant même que le produit soit retourné.

## Vers le futur de la Relation Client avec Amazon Écho

Amazon Echo est une enceinte connectée et intelligente, à commande vocale. Haute de 23,5 cm, elle possède un puissant haut-parleur et sept micros intégrés. Répondant au prénom d'Alexa, Echo est capable de parler, de donner des informations et d'anticiper les besoins. Véritable assistante au quotidien, Alexa fait une multitude de choses : donner la météo, diffuser des flashes infos, enregistrer une liste de courses, gérer un agenda et contrôler à distance les autres appareils connectés d'une habitation. Elle permet également de passer commande directement sur Amazon.

En proposant un objet utile, qui s'inscrit parfaitement dans le quotidien, Amazon est désormais présent « physiquement » au domicile de ses Clients. Echo devient la pierre angulaire de la Relation Client – pas seulement pour les commandes Amazon – et symbolise le sens du service, la proximité ou encore la disponibilité de l'entreprise américaine.

A black and white photograph of a classroom. Several young children are seated at wooden desks. In the foreground, a boy is looking towards the left, holding a pencil. To his right, another boy is looking forward. In the background, other children are visible, some looking towards the camera and others looking away. The text is overlaid on the left side of the image.

AU-DELÀ DE LA SIMPLE EXCELLENCE  
OPÉRATIONNELLE,  
LES BONS ÉLÈVES SONT DANS UNE STRATÉGIE  
D'ANTICIPATION DES ATTENTES



A promotional image for the movie Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl. It features Jack Sparrow (played by Johnny Depp) on the left, wearing his iconic black leather pirate hat and a dark coat, looking through a telescope. To his right is Will Turner (played by Orlando Bloom), with long dark hair, wearing a brown vest over a white shirt and a patterned scarf, looking off to the side. The background is a vast, blue ocean under a bright sky. A semi-transparent dark grey rectangular box is overlaid across the middle of the image, containing white text.

AVOIR UNE VISION EST DONC NÉCESSAIRE  
AFIN DE POSER UN CADRE STRATÉGIQUE ET DE  
FIXER UN CAP  
VERS L'EXCELLENCE DE L'EXPÉRIENCE-CLIENT





POUR CELA, NOUS DEVONS NOUS DOTER  
D'UN CONTRAT D'EXPÉRIENCE,  
ENGAGEANT EN INTERNE COMME EN EXTERNE



# LE CONTRAT D'EXPÉRIENCE\*, VÉRITABLE CADRE STRATÉGIQUE, DOIT FAÇONNER NOTRE EXPÉRIENCE CLIENT

PROMESSE  
D'EXPÉRIENCE

&

## 4 Valeurs de l'Expérience de Marque





# L'AMBITION DU CONTRAT D'EXPÉRIENCE ENTRE LA POSTE ET SES CLIENTS PARTICULIERS

## PROMESSE D'EXPÉRIENCE

« Simplifier la vie »

&

### 4 Valeurs de l'Expérience de Marque

Être  
accompagné  
en toute  
confiance dans  
un monde qui  
accélère et se  
transforme

**La référence**  
des services de  
proximité  
humaine, qui  
utilise le  
numérique,  
autour du  
domicile



La bienveillance

La proximité  
humaine /  
« human inside » :  
rendre le service  
humain pour  
le client





NOTRE CONTRAT D'EXPÉRIENCE  
S'APPUIE SUR LES 8 PILIERS DE L'EXCELLENCE,  
IDENTIFIÉS CHEZ LES CHAMPIONS DE  
L'EXPÉRIENCE-CLIENT



# D'ICI 2020, NOUS DEVONS MAÎTRISER CES 8 PILIERS POUR BÂTIR UNE EXPÉRIENCE-CLIENT D'EXCELLENCE

UNE PROMESSE  
CONNUE ET  
COMPRISE

UNE PROMESSE  
TENUE

LE « ONCE &  
DONE » / RÉUSSITE  
DU PREMIER COUP

LA CULTURE  
DU SERVICE

UNE PRÉSENCE  
OMNISCANALE

UNE  
PERSONNALISATION  
DU TRAITEMENT

LA PRISE EN COMPTE  
DU FEEDBACK CLIENT

L'EFFET WAOUH

# D'ICI 2020, NOUS DEVONS MAÎTRISER CES 8 PILIERS POUR BÂTIR UNE EXPÉRIENCE-CLIENT D'EXCELLENCE

## PILIER 1

# UNE PROMESSE CONNUE ET COMPRISE

Une promesse explicite et intelligible, sans contre-sens possible, où le Client sait et comprend parfaitement à quoi s'attendre, où il n'a pas de « mauvaise surprise »



# D'ICI 2020, NOUS DEVONS MAÎTRISER CES 8 PILIERS POUR BÂTIR UNE EXPÉRIENCE-CLIENT D'EXCELLENCE

## PILIER 2

# UNE PROMESSE TENUE

Avoir, a minima, une symétrie entre  
ce qui est mis en œuvre et ce qui a  
été promis

# D'ICI 2020, NOUS DEVONS MAÎTRISER CES 8 PILIERS POUR BÂTIR UNE EXPÉRIENCE-CLIENT D'EXCELLENCE

## PILIER 3

# LE 'ONCE & DONE'

(réussite du premier coup)

Le « Once & Done » dans la relation Client, c'est traiter immédiatement et avec succès une réclamation ou une demande à la suite immédiate du premier contact (Contact en point de vente physique, appel, contact via réseaux sociaux, ..) Par extension, « réussir du premier coup » toute tâche est un marqueur de l'Excellence.



# D'ICI 2020, NOUS DEVONS MAÎTRISER CES 8 PILIERS POUR BÂTIR UNE EXPÉRIENCE-CLIENT D'EXCELLENCE

## PILIER 4

# LA CULTURE DU SERVICE

La culture du service, c'est une attitude pro-active – plutôt que réactive, c'est prendre les devants avant que le Client ne demande, ne se plaigne...

C'est aussi adopter une posture « *customer-centric* »: l'écouter, lui être dévoué, être transparent, cordial, bienveillant, pédagogue et impliqué. S'applique à tous les collaborateurs.

# D'ICI 2020, NOUS DEVONS MAÎTRISER CES 8 PILIERS POUR BÂTIR UNE EXPÉRIENCE-CLIENT D'EXCELLENCE

## PILIER 5

# UNE PRÉSENCE OMNISCANALE

Une présence omniscanale grâce une disponibilité maximale via des points de contact physiques, téléphoniques, numériques, des horaires adaptés, qui tendent vers le 24/24 7/7...,  
Etre facilement accessible , en continue dans le temps et dans l'espace : le client est reconnu lors de tout contact, même si le précédent était sur un autre canal.



# D'ICI 2020, NOUS DEVONS MAÎTRISER CES 8 PILIERS POUR BÂTIR UNE EXPÉRIENCE-CLIENT D'EXCELLENCE

## PILIER 6

# UNE PERSONNALISATION DU TRAITEMENT

Une personnalisation explicite du **traitement** fondée sur l'exploitation de l'historique de la relation (contacts, achats, réclamations), l'anticipation des attentes client issus des analyses de son profil et de son actualité (géolocalisation, navigation internet, commentaires ou profil laissé sur les réseaux sociaux, moments de vérité dans la vie du client, état d'esprit au moment du contact...)

# D'ICI 2020, NOUS DEVONS MAÎTRISER CES 8 PILIERS POUR BÂTIR UNE EXPÉRIENCE-CLIENT D'EXCELLENCE

## PILIER 7

# LA PRISE EN COMPTE DU FEEDBACK CLIENT

Une prise en compte du feedback-Client – que l'on aura auparavant recueilli et/ou sollicité – sous diverses formes (NPS, Voix du Client, études et enquêtes, ratings et commentaires laissés sur le web ...) afin d'améliorer en conséquence l'expérience proposée

# D'ICI 2020, NOUS DEVONS MAÎTRISER CES 8 PILIERS POUR BÂTIR UNE EXPÉRIENCE-CLIENT D'EXCELLENCE

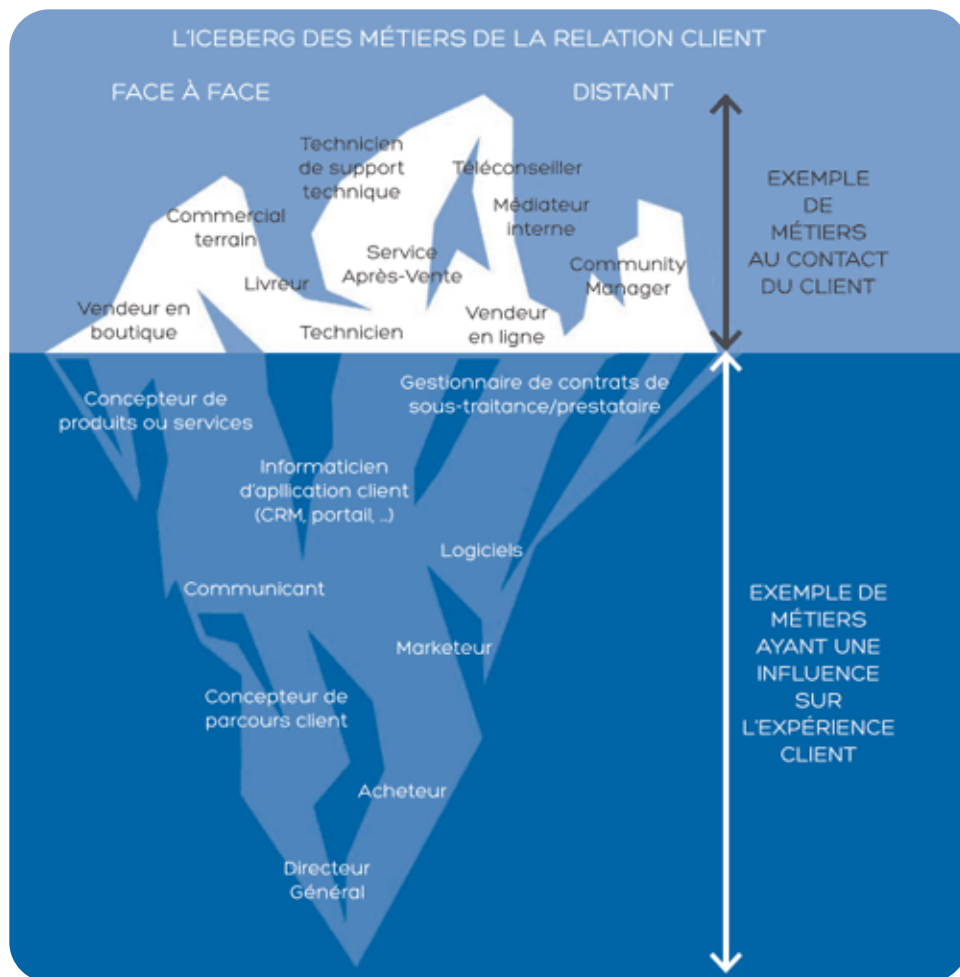
## PILIER 8

# L'EFFET WAOUH

L'effet **waouh** vient couronner une expérience positive, en dépassant la promesse nominale comme par exemple un geste commercial ou une attention particulière, visible du client



# TRANSVERSES, CES 8 PILIERS DE L'EXCELLENCE EXPÉRIENCE CLIENT DOIVENT IMPRÉGNER NOTRE BRANCHE DANS SON ENSEMBLE



Si les collaborateurs en contact avec le Client sont en première ligne sur le front de l'Excellence, **leur réussite est aussi liée aux autres métiers de l'entreprise.**

**L'Excellence est transverse et présente tout au long du parcours Client, elle concerne donc tous les collaborateurs** : ainsi, pour nous, elle démarre dès la rédaction d'une offre sans contre-sens possible pour le Client. Mais l'Excellence se poursuit également si un collaborateur d'une PIC / PDC / PPDC localise un courrier ou un colis égaré et informe le Conseiller Relation Clientèle pour qu'il rassure son Client.

**Au-delà de la culture, l'excellence de l'Expérience Client influence aussi la définition des processus et les choix techniques de l'entreprise.**





COMMENT TRADUIRE LE CONTRAT D'EXPÉRIENCE  
EN PROJETS ?



# Le Contrat d'Expérience Clients

regroupait 9 projets « cœur » au départ, toujours d'actualité

