

Une 10^e édition tournée vers l'avenir et l'anticipation

Le 10 février dernier s'est tenue la 10^e édition du Podium de la Relation Client.

Pour cette édition anniversaire, BearingPoint et TNS Sofres (co-organisateurs du Podium) ont accueilli près de 250 invités au Centre de conférence Pierre Mendès France, au Ministère de l'Economie et des Finances de Bercy.

Le thème de cette année se voulait résolument projectif : quelle sera la relation client dans 10 ans ?

Arielle Bélicha-Hardy (TNS Sofres) et Erik Campanini (BearingPoint) se sont appuyés sur leurs connaissances en Relation Client ainsi que sur les enseignements de l'étude, qui permet de décerner les prix aux meilleures entreprises et administrations dans leurs secteurs respectifs ainsi que de dévoiler un classement général.

Les principaux enseignements de cette édition :

Les entreprises qui investissent dans la Relation Client sur-performent par rapport à leurs homologues. Les entreprises les mieux notées par les clients cette année dans le podium ont connu en moyenne une croissance annuelle de 23% depuis 2010 (si l'on se réfère à leur valorisation boursière). A comparer au 1% de croissance annuelle pour les entreprises les moins bien notées (et 4% pour les entreprises du CAC 40).

Il n'y a pas de déterminisme par secteur en termes de relation client. La mise en place de stratégies spécifiques et performantes permet à des acteurs de prendre de faire véritablement la différence en prenant la tête de leur secteur.

Enfin, les entreprises et administrations seront confrontées dans les 10 ans à venir à plusieurs défis technologiques qui guideront l'évolution de leurs stratégies de Relation Client.

- La sur-accélération, avec le raccourcissement des process business.
- La surabondance, de points de contacts, d'appareils connectés, d'informations disponibles offertes et consommées par le consommateur/usager.

Cela aboutira à refonder la relation qu'entretiennent les entreprises avec leurs clients. Les entreprises devront anticiper en pensant leurs offres de plus en plus en amont. Elles devront mettre à disposition du client toute une boîte à outils pour qu'il paramètre et décide lui-même la nature de la relation qu'il souhaite entretenir avec les entreprises, dans un esprit de co-création de services et produits.

La Relation Client, dans 10 ans encore plus qu'aujourd'hui se basera sur trois piliers :

L'excellence dans la qualité d'exécution

L'entretien du lien Client – Entreprise

La capacité à créer de l'émotion dans la relation

Les lauréats de cette 10^e édition :

Premiers prix par secteur :

- Assurance : MAIF – reçu par Roger Belot, Président Directeur Général
- Automobile : Toyota – reçu par Pascal Ruch, Président Directeur Général
- Banque : Crédit Mutuel – reçu par Daniel Baal, DGA de la Confédération nationale du Crédit Mutuel
- Distribution Spécialisée : Nespresso – reçu par Arnaud Deschamps, DG Nespresso France
- Entreprises de Service : La Poste – reçu par George Lefebvre, Délégué Général du Groupe La Poste
- Grande Distribution : E. Leclerc – reçu par Michel-Edouard Leclerc, Président de l'ACDLec
- Service Public : CNAV – reçu par Pierre Mayeur, Directeur Général
- Transport : Eurostar – reçu par Mikaël Lemarchand, Directeur des gares
- Tourisme : Disneyland Paris – reçu par Julien Kauffmann, Vice-Président Revenue Management & Analyses

Classement général

- 1er prix : Nespresso – reçu par Arnaud Deschamps, Directeur Général Nespresso France
- 2e prix : MAIF – reçu par Roger Belot, Président Directeur Général
- 3e prix : Amazon – reçu par Jean-Baptiste Thomas, Directeur Catégories Indoor et Outdoor