

**SOMMAIRE**

**Dossier de candidature…………………………………….3**

**Modalités pratiques………………………………………….9**

**Attribution de la Palme et Méthodologie………..10**

**Partenaires……………………………………………13**

**DOSSIER DE CANDIDATURE**

**DIRECTEUR CLIENT DE L’ANNEE 2019**

Nom………………………………………………………………………………………………………

Prénom…………………………………………………………………………………………………

Fonction…………………………………………………………………………………………………

Entreprise………………………………………………………………………………………………

Téléphone………………………………………………………………………………………………

Adresse mail………………………………………………………………………………………….…

**1 – Votre vision personnelle de l’Expérience Client**

Merci de développer ici ce que l’Expérience Client représente pour vous. Par exemple, pour quelles raisons avez-vous choisi le métier de la Relation Client ? Quels sont vos principes en matière d’Expérience Client ? Qu’est-ce qu’une Expérience Client réussie ? Quelle est votre vision prospective à 3 ans ?

……………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………………

## 2 - Parcours professionnel et périmètre de responsabilité

* Votre entreprise actuelle
  + chiffre d’affaires…………………………………………………………………..……
  + nombre d’employés………………………………………………………………...…
  + nombre de personnes travaillant au service des clients (centre de relation client, boutiques, agences, parcours client digital…) …………………………………………………………………………….………
* Votre titre exact……………………………………………………………………………..
* Depuis quelle date occupez-vous ce poste ?…………………………………………..
* Votre parcours avant de prendre en charge la Relation Client/Expérience Client

…………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

* Votre périmètre de responsabilité actuel

………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...

* Vos équipes : organisation et nombre de personnes sous votre responsabilité directe

…………………………………………………………………………………………………

* Quelles ont été vos principales réussites à ce poste ?

……………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………………...

* Qu’auriez-vous fait autrement avec le recul ?

…………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………………...

**3 – Détails de présentation de l’entreprise**

* Nombre de clients……………………………………………...………………………………
* Nombre de contacts clients par an………………………………..…………………………
* Canaux de contact client………………………………………………………………………
* Présence et activité de votre entreprise sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, …)

…………………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………………...

* Modalités de représentation du service client / de la satisfaction client au Comité de Direction

……………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………………………...

* Moyens utilisés pour mesurer la satisfaction des clients et taux de satisfaction clients

…………………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………………...

**4 - Initiatives et projets**

### Initiatives en cours

* Principales initiatives lancées par vous depuis que vous occupez ce poste

………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………...

* Principales initiatives lancées par vous en 2018/2019

……………………………………………………………………………………………..…………………………………………………………………………………………………...……

………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………..…

### Projets à venir

* Projets d’amélioration de l’Expérience Client à Court Terme

……………………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...

* Projets d’amélioration de l’Expérience Client à Moyen/Long Terme

………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………………...

## 5 – Positionnement de l’Expérience Client dans votre entreprise

Explicitez ici le positionnement de la Relation/Expérience Client dans votre entreprise*, par exemple* :

* En quoi votre action s’inscrit-elle dans les valeurs de l’entreprise ?

………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………………………………...

* En quoi votre action contribue-t-elle au développement de votre entreprise ?

…………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...

* Quelle est votre promesse relationnelle ?

………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………...

* Par quels moyens humanisez-vous la Relation Client ?

…………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………...……………………

………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………………………………...

## 6 – Mise en œuvre opérationnelle

Explicitez ici la manière dont vous pilotez la **gestion de la relation client**, *par exemple* :

* Comment prenez-vous en compte l’expérience client ?

………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………………………...

* Comment faites-vous jouer la complémentarité de vos canaux de contact client ?

…………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………………...

* Comment analysez-vous votre e-Réputation ?

………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………………………………………...

**RH et social**

Explicitez ici la manière dont vous développez le **sens du client** chez vos employés, et dont vous gérez leurs **carrières** et leurs **conditions de travail**, *par exemple* :

* Quelles sont les modalités d’implication des employés de votre entreprise, hors service client / Direction de la Relation Client, dans la satisfaction de vos clients ?

…………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………………………………………...

* De quelle manière faites-vous la promotion de l’esprit de service client au sein de votre entreprise ?

……………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………………………………...

* Utilisez-vous des prestataires externes ? Si oui dans quelles proportions et de quelle manière ?

………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………………...

* Comment fidélisez-vous les employés en contact avec les clients ?

…………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………...………………………………………………………………………………………………………………...

* Comment gérez-vous les conditions de travail des employés en contact avec le client?

………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...…………………………………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………………...

**MODALITES PRATIQUES**

Ce dossier est confidentiel et l’AFRC s’engage à ne pas transmettre ou communiquer les données à des tiers. Uniquement le jury des Palmes de la Relation Client 2019 y aura accès. Le jury des professionnels sont soumis également à un accord de confidentialité.

Ce dossier est à remettre à l’AFRC  **avant le 20 juillet 2019** :

**Association Française de la Relation Client**

5 rue de Chazelles

75017 PARIS

**Contact: Bérénice CARRILLO**

09 73 01 11 52

[berenice.carrillo@afrc.org](mailto:berenice.carrillo@afrc.org)

1. **ANNEXE : Attribution de la Palme du Directeur Client**

   

1. **Présélection des**

**10 managers**

**4. Classement des 3 lauréats**

**3. Analyse des dossiers de candidature**

**par le jury**

**2. Vote du public**

La remise de la Palme du Directeur Client se déroule de la façon suivante :

**- Présélection de 10 Managers** réaliséepar l’AFRC. **Dix portraits** (photo, description de l’action menée) des Managers candidats seront proposés aux votants sur internet.

**- Vote du public des professionnels** Les internautes pourront voter en ligne. Les personnalités se verront attribuer cinq points pour celles citées en n° 1, trois points pour celles citées en n° 2 et un point pour celles citées en n° 3. L’ensemble des votes des lecteurs comptera pour 50% du résultat final. **Ne peuvent prendre part au vote les collaborateurs des sociétés (mère ou filiale) des personnalités nominées ou organisatrices.**

- **Dossier de candidature :** En complément de l’article rédigé par la rédaction de l’AFRC, un dossier sera demandé à chaque participant. Ce dossier sera analysé, à huis clos, par le jury des Palmes de la Relation Client. Les votes de ce jury compteront pour 50% dans l’attribution du classement final. Les candidats à l’élection du Directeur Client de l’année devront compléter le formulaire de candidature prévu à cet effet. Ils ne pourront pas présenter une candidature deux années de suite.

1. **Analyse des dossiers de candidature** par un jury d’experts qui établit le classement des trois lauréats en fonction des éléments suivants:
   * des **résultats du vote du public** des professionnels
   * du **dossier de candidature** pour l’élection du Directeur Client de l’année dûment complété par les candidats.
2. **Annonce du lauréat** aucours de la soirée des “Palmes de la Relation Client” qui se tiendra le 7 octobre 2019, à Paris.

**7 – Planning**

L’évaluation des candidats 2019 suivra les jalons suivants :

Mai : lancement des candidatures

20 juillet : date limite de retour des dossiers de candidature

5 septembre : Réunion du jury et désignation des lauréats

13 septembre : éventuelles soutenances orales si le jury n’est pas unanime dans sa décision du 5 septembre

7 octobre : remise des prix

La remise des Palmes de la Relation Client 2019 se déroulera :

**Théâtre de Paris**

**Le lundi 7 octobre 2019**

**A 18h30 précises**

1. **Méthodologie de l’élection du Directeur Client de l’année**

**Règlement Palmes Expérience Client, Expérience Citoyen, Transformation par l’Expérience Client et Jeune Pousse**

**Article 1 : Objet de la compétition**

L’AFRC (Association Française de la Relation Client) organise en 2019, les Palmes de la Relation Client, trophées destinés à valoriser les meilleures pratiques en matière de Relation Client en France.

**Article 2 : Conditions de participation**

La participation est ouverte à toute entreprise, collectivité ou organisme délivrant une expérience client/citoyen. Peuvent se porter candidats les marques/donneurs d’ordre ainsi que les entreprises ou organismes accompagnés de leur prestataire.

Il faut remplir un dossier pour chaque catégorie (un dossier par catégorie).

Les entreprises / organisations peuvent déposer plusieurs dossiers dans plusieurs catégories (au maximum trois).

**Article 3 : Jury**

Le jury est constitué de personnalités du monde de l’entreprise, d’experts et de représentants des organisateurs.

**Article 4 : Catégories**

Les Palmes de la Relation Client récompenseront les meilleures pratiques en matière de Relation Client dans 5 catégories :

1. Palme Expérience Client
2. Palme Expérience Citoyen
3. Palme Transformation par l’Expérience Client
4. Palme Jeune Pousse
5. Palme du Directeur Client

**Article 5 : Dossier de participation**

Les dossiers de participation sont à envoyer par mail (voir section Planning)

La date limite de retour des candidatures est fixée au 20 juillet 2019. Aucun délai complémentaire ne sera accordé. Tout dossier non parvenu dans les délais ne pourra être pris en considération pour la sélection.

**Article 6 : Remise des prix**

La remise des prix des Palmes de la Relation Client aura lieu le 7 octobre 2019 à 18h30 précises à Paris.

**Article 7 : Acceptation**

Les candidats déclarent être propriétaires des droits de toute nature permettant la reproduction des documents présentés et **autorisent l’organisateur à les exploiter** à des fins de valorisation des Palmes de la Relation Client édition 2019.

**Règlement spécifique à la Palme du Directeur Client**

**Méthodologie de l’élection du Directeur Client de l’année**

Le classement des trois personnalités se fera de la manière suivante :

**Vote des internautes**

Les professionnels pourront voter en ligne. Les personnalités se verront attribuer cinq points pour celles citées en n° 1, trois points pour celles citées en n° 2 et un point pour celles citées en n° 3.

L’ensemble des votes des lecteurs comptera pour 50% du résultat final.

**Analyse de dossier par un Jury**

En complément de l’article rédigé par la rédaction de l’AFRC, un dossier de candidature sera demandé à chaque participant. Ce dossier sera analysé, à huis clos, par le jury des Palmes de la Relation Client. Les votes de ce jury compteront pour 50% dans l’attribution du classement final. Les candidats à l’élection du Directeur Client de l’année devront compléter le formulaire de candidature prévu à cet effet. Ils ne pourront pas présenter une candidature deux années de suite.

**Classement final**

Le vainqueur sera celui qui aura obtenu le plus grand nombre de points au travers de l’analyse des deux collèges de votants (Internautes professionnels et Jury).

En cas d’ex-æquo, le vainqueur sera celui qui aura été cité le plus grand nombre de fois en n° 1 par les membres du Jury.

**Résultats**

Le classement sera dévoilé au cours de la soirée des “Palmes de la Relation Client” qui se tiendra le 7 octobre 2019, à Paris.

**Modalités de participation**

**Les participants**

La participation est réservée exclusivement aux cadres et Dirigeants d’entreprises (chef d’entreprise, directeur général, directeur de la relation/expérience client, directeur marketing, directeur digital, …)

Ne peuvent prendre part au vote les collaborateurs des sociétés (mère ou filiale) des personnalités nominées ou organisatrices.

**Le principe**

Pour effectuer leur vote, les professionnels devront voter en ligne depuis le site dédié à la manifestation.

**Acceptation**

Le fait de participer à la présente opération implique l’acceptation du règlement dans toutes ses conditions et la renonciation à tout recours contre cette opération, ses modalités d’exécution et les organisateurs. Les candidats **autorisent l’organisateur de l’exploiter** à des fins de valorisation des Palmes de la Relation Client édition 2019.

**L’AFRC remercie ses partenaires**

