

**DOSSIER  
DE  
PRESSE**

**OCTOBRE 2018**



**Au cœur de l'expérience client**



## **La Relation Client en fête 2018**

**Le client en quête de Sens**

**Trois événements**

**du 8 au 12 octobre 2018**



CONTACT PRESSE AFRC

AGENCE SK RELATIONS PRESSE - Sonia Khatchadourian

Tel : 06 68 65 03 36 - [soniak@skrelationspresse.com](mailto:soniak@skrelationspresse.com)

## SOMMAIRE

---

- **Editorial** Eric Dadian : « Redonnons du Sens » p 3
  
- **La Relation Client en fête 2018 sur le thème du Sens** p 5

  - **Le 8 octobre** : Les Palmes de la Relation Client p 6
  
  - **Le 11 octobre** :
    - Les 24 heures de la Relation Client p 8
  
    - Livre Blanc - AFRC – Kea & Partners - Avant-première  
« *La révolution des compétences  
Intelligence artificielle & intelligence émotionnelle au service de  
l'expérience Client et Collaborateur* » p 9

  
- A propos de l'AFRC, organisateur de la Relation Client en fête p 10
  
- Annexes : informations pratiques p 11



# EDITO

**Eric DADIAN,**  
Président de l'AFRC

## Redonnons du « Sens » !

Selon les projections du cabinet Gartner, en 2020, 85 % des interactions avec les entreprises se passeront d'êtres humains. Selon la même source, dès 2018, 20 % des contenus rédactionnels émis par les marques seront rédigés par des machines, lesquelles contrôleront aussi 40 % des interactions mobiles. Les agents virtuels pourront parfaitement traiter les demandes les plus basiques, standardisées, quand les êtres humains, eux, se concentreront sur les demandes les plus spécifiques.

Bien entendu, avec la multiplication des interactions, en amont, pendant et en aval de l'acte d'achat, **la quantité de données susceptibles d'être recueillies pour chaque consommateur a considérablement augmenté ces dernières années** : sur son historique, sur ses avis, sur son comportement de navigation, sur ses centres d'intérêt ou encore sur son profil sociologique...

**Dans ce nouveau monde baigné de solutions d'Intelligence Artificielle, un des enjeux majeurs pour les organisations de demain sera de développer l'Intelligence Emotionnelle afin de renouer une relation de confiance avec le citoyen.** Empathie, bienveillance, humilité ou encore personnalisation sont en train de redevenir des valeurs premières pour susciter les émotions qui convaincront, rassureront, satisferont et fidéliseront un client.

Eh oui, le client que nous sommes veut aujourd'hui donner du Sens à sa consommation ; cela se traduit par un comportement qui ne concerne plus uniquement l'écologie, mais aussi une recherche du beau, d'esthétisme, et surtout un besoin d'humanisation. Bien sûr, les consommateurs souhaitent cesser le gâchis, et leur santé est prioritaire, mais le bien-être animal les préoccupe aussi, le manger local est aussi un critère pour baisser les impacts

de la pollution et privilégier la qualité des aliments devient fondamental.

Et comme le client est aussi un salarié, il attend également de son entreprise qu'elle **lui redonne du Sens, qu'elle propose des valeurs avec lesquelles il est aligné** afin de retrouver l'envie de se lever tous les matins et se motiver dans ses tâches quotidiennes. Pour que le travail ait un Sens, il doit procurer de la satisfaction, correspondre aux valeurs et à la raison d'être de la personne, faire appel à ses compétences et l'aider à grandir : autrement dit, il doit stimuler le développement de son potentiel. Car lorsqu'un salarié perçoit son travail de façon positive, il a davantage tendance à s'impliquer, à être plus consciencieux, à coopérer avec les autres, à s'épanouir.

**La question qui se pose est donc celle de l'équilibre entre machine et homme, entre Intelligence Artificielle et Intelligence Emotionnelle.** Avec, en vue, la préoccupation majeure qui doit animer les organisations : la recherche du Sens et de la raison d'être au cœur de la stratégie.

Laissons faire à la machine le travail massif à très haute volumétrie, les tâches simples et répétitives, et proposons une réelle montée en valeur à l'individu autour de la prise de décision émotionnelle, intuitive et stratégique !

C'est pour réfléchir à ces nouveaux enjeux, que l'AFRC a placé l'édition 2018 de la Relation Client en fête, **sur le thème du Sens**. Nous allons avec les Palmes et les 24h de la Relation Client récompenser les entreprises et reconnaître les talents qui s'investissent et se valorisent par la Relation et l'Expérience Client. Mais nous souhaitons également proposer un Livre Blanc inédit sur la transformation des compétences au service du client intitulé : « **La révolution des compétences - Intelligence artificielle & intelligence émotionnelle au service de l'expérience Client et Collaborateur** » ; avec, in fine, la question de l'organisation et de la vision des organisations.

Bonne semaine de la Relation Client en fête à tous !

## La Relation Client en fête, une semaine dédiée à l'Expérience Client et à l'Engagement Collaborateur autour d'un thème :

le **SENS**

Dans un environnement toujours plus digitalisé, avec tous les excès liés à la société de surconsommation, de la malbouffe, de la négligence environnementale ou encore des burnouts souvent liés à un management défaillant et inhumain, **il est impératif de prendre conscience que l'ensemble de la société recherche du Sens et de la profondeur.** La tendance actuelle vers la « déconsommation » (**les citoyens souhaitent moins consommer mais recherchent des produits de meilleure qualité** – labels bio, Made in France, circuits courts, commerce équitable, etc.) confirme cette réalité. Autrement dit : la consommation est un acte citoyen !

**Conçue et organisée par l'AFRC, cette 6<sup>ème</sup> édition de la Relation Client en fête sur le thème du Sens, a pour objectif de valoriser les innovations en matière d'Expérience Client et Collaborateur portées par la recherche de Sens et de valeurs.**

**En tant que « consommacteur », le client attend désormais du produit ou de la marque bien plus qu'un simple usage. Il en attend une expérience qui ait une signification, qui soit en résonance avec ses valeurs personnelles, qui soit humaine et qui soit responsable au niveau technique, environnemental... Ce n'est absolument pas un gadget Marketing, car cette tendance sociologique est profonde : le Sens est sans aucun doute une des questions majeures du Siècle !**

**Pour les collaborateurs au service des clients,** alors qu'un nouveau rapport « Homme-Machine » se dessine à l'heure de l'Intelligence Artificielle, la recherche de Sens va devenir une priorité majeure. Un collaborateur en phase avec les valeurs de son entreprise sera d'autant plus engagé, motivé et épanoui avec ses collègues et deviendra un meilleur ambassadeur de la marque pour attirer et fidéliser les clients. Dans le contexte de la transformation numérique, repenser les nouvelles compétences des collaborateurs au service des clients sera alors indispensable.

C'est pour aborder l'ensemble de ces problématiques que l'AFRC organise sa nouvelle édition de la Relation Client en fête autour du thème du Sens !

**La Relation Client en fête 2018 s'organise autour de trois événements la semaine du 8 octobre**

### 8 octobre : Les Palmes de la Relation Client

Remise des Palmes de la Relation Client aux entreprises qui capitalisent sur la création de Sens pour améliorer leur Expérience Client. Six Palmes seront décernées. Pour la première fois, une collectivité publique se verra décerner la Palme de l'Expérience Citoyen.

### 11 octobre : Les 24h de la Relation Client

Centrée sur les talents de demain au service du client, les 24h de la Relation Client récompensent les équipes les plus performantes autour de l'Engagement Collaborateur. Trois prix seront remis à Paris : Meilleure Equipe en face à face, à distance et digital.



### 11 octobre : Présentation en avant-première du Livre Blanc AFRC – Kea & Partners

« La révolution des compétences

**Intelligence artificielle & intelligence émotionnelle au service de l'expérience Client et Collaborateur »**

Alors que l'irruption des nouvelles technologies pose la question de la place de l'humain dans l'organisation demain, le vaste sujet des compétences se retrouve en première ligne. Quelles nouvelles compétences seront nécessaires demain pour servir le client ? Quels seront les leviers pour les managers afin d'attirer, de fidéliser et d'engager durablement les talents ? Dans quelle mesure l'humain sera un axe essentiel dans l'entreprise ou l'administration ? **Ce livre blanc propose la vision d'experts et de personnalités du monde de l'entreprise (AG2R, Free, EDF, TER, Covea, SoLocal, ...).** Alors que le secteur de l'assurance est en première ligne dans cette révolution, un focus spécial a été réalisé pour donner la parole aux Directeurs Généraux de plusieurs grands groupes. Enfin, ce livre blanc comporte **le point de vue stratégique de Thierry Mallet, Président-directeur général de Transdev.**



## LES PALMES DE LA RELATION CLIENT

**LUNDI 8 OCTOBRE à 18h30**

Théâtre de Paris,  
15 Rue Blanche – 75009 Paris  
(Inscription obligatoire)

6



**Qui sera le Directeur Client de l'année 2018, après Gaëlle Salaün, Directrice des Centres de Relation Client particuliers d'EDF, lauréate en 2017 ? Quelle collectivité recevra pour la première fois la Palme de l'Expérience Citoyen ? Quelle entreprise a innové cette année en faveur de l'Expérience Client ou Collaborateur et quelle organisation a réussi sa transformation vers une « culture de service » ? Enfin, laquelle des trois start-up finalistes sera la plus innovante au service du client et saura convaincre en deux minutes le public présent à la cérémonie ?**

Rendez-vous incontournable des professionnels depuis 2008, l'AFRC met en lumière celles et ceux qui s'engagent dans la transformation réussie des organisations autour de l'Expérience Client et Collaborateur. L'enjeu est de considérer l'ensemble de la chaîne de valeur de l'entreprise ou de l'administration afin de mieux comprendre comment ces dernières parviennent à renouer la confiance avec leurs clients / citoyens et à établir une stratégie gagnante créatrice de valeur durable.





L'édition 2018 des Palmes de la Relation Client décernera six Palmes avec comme fil rouge le Sens.

● **Palme du Directeur Client de l'année**

Cette Palme récompense le (ou la) meilleur(e) Directeur Client de l'année pour son excellence managériale, sa force d'innovation et sa capacité à conduire et fédérer les équipes dans la transformation de l'organisation.

● **NOUVEAUTÉ 2018 : Palme Expérience Citoyen**

Cette nouvelle Palme souhaite valoriser les acteurs publics qui innovent pour apporter aux citoyens le même niveau de service et d'expérience citoyen que les entreprises privées, et qui contribue in fine, à l'attractivité économique et au rayonnement des territoires.

● **Palme Expérience Client**

Ce prix récompense une entreprise qui a fait évoluer sa stratégie afin de placer le client au cœur de sa vision et d'améliorer la relation avec ses clients (simplification, fluidité, posture, etc.).

● **Palme Expérience Collaborateur**

Les meilleurs ambassadeurs de la marque sont les collaborateurs qui trouvent du Sens à leur action ! Cette Palme souhaite récompenser l'initiative la plus innovante en matière d'expérience collaborateur.

● **Palme Esprit de Service**

Cette Palme récompense une organisation qui a réussi à se transformer en mettant la « culture de service » au cœur de sa stratégie, de ses process d'organisation et des pratiques managériales.

● **Palme Jeune Pousse**

Cette Palme récompense une start-up innovante au service du client par une approche disruptive générant de la création de valeur pour les entreprises. La Palme Jeune Pousse sera attribuée à l'une des trois start-up finalistes qui aura réussi à convaincre le public.



## LES 24 HEURES DE LA RELATION CLIENT

**JEUDI 11 OCTOBRE à 9h**

Salons Hoche,  
9 avenue Hoche, 75008 Paris  
(Inscription obligatoire)

### Comment engager les collaborateurs au service du client ?



Les salariés font partie des principaux assets stratégiques des entreprises. Alors que la question de l'attraction et de la fidélisation des talents se pose de manière toujours plus concurrentielle, le rapport de force entre collaborateurs et organisations a évolué. **C'est désormais l'entreprise qui se trouve dans une situation délicate** pour trouver et retenir les perles rares.

Dans le cadre de la recherche de Sens que les collaborateurs sont toujours plus nombreux à ressentir, **l'AFRC encourage toutes les innovations qui contribuent à la satisfaction et à l'engagement durable des collaborateurs au service des clients**. Les 24 heures de la Relation Client valorisent donc les initiatives des entreprises qui permettent d'optimiser l'engagement des équipes au profit des clients. Trois équipes seront récompensées : en face à face, digital et à distance.

Cette matinée des 24 heures de la Relation Client sera également l'occasion de donner la parole à des Directeurs autour du sujet majeur qu'est l'évolution permanente des compétences requises en entreprise. L'AFRC a décidé d'associer la cérémonie des 24 heures à la présentation en avant-première du Livre Blanc avec Kea & Partners, consacré à la révolution des compétences des collaborateurs au service des clients, à l'horizon 2030.





## LIVRE BLANC AFRC – Kea & Partners

**JEUDI 11 OCTOBRE à 10h30**

Salons Hoche,  
9 avenue Hoche, 75008 Paris  
(Inscription obligatoire)

### Présentation en avant-première du Livre Blanc

**« La révolution des compétences  
Intelligence artificielle & intelligence émotionnelle au service de  
l'expérience Client et Collaborateur »**

9



Selon une étude menée par Gartner, 85 % des interactions avec les entreprises en 2020 se passeront d'êtres humains. Et, selon une enquête menée dans le cadre de cet ouvrage, **si 93 % des Dirigeants estiment que la révolution des compétences est une opportunité pour leur entreprise, seuls 8 % estiment que cette dernière est prête à affronter cet enjeu majeur !** Un tel paradoxe ne manque pas d'interpeler et de rappeler l'urgence de traiter ce sujet stratégique alors même que l'avènement des nouvelles technologies amorce déjà **une profonde transformation des métiers et des compétences.**

Tout au long de la matinée, la problématique de la révolution des compétences sera ainsi abordée dans sa globalité (avenir du travail, émergence de nouveaux métiers, disruption de compétences 3.0...) à travers les témoignages de nombreux experts.

**Conçu comme un outil d'aide à la réflexion, le Livre Blanc analyse de nombreux thèmes avec un focus sur 4 sujets majeurs :**

- Le passage des métiers aux compétences
- L'individualisation des parcours en entreprise
- L'évolution des pratiques managériales
- La révolution des processus RH

Ce Livre Blanc propose des analyses, de nombreux témoignages d'experts avec **en grand témoin Thierry Mallet, Président-directeur général de Transdev**, ainsi que des réflexions de Dirigeants d'entreprises impliqués sur ces problématiques : AG2R La Mondiale, Free, EDF, TER (SNCF mobilités), BlueLink, Covea, Ima Technologies... Un focus est également présenté sur le secteur de l'assurance avec les points de vue de plusieurs Dirigeants étant donné l'impact fort de cette révolution au sein de ce secteur d'activité.

- Livre Blanc disponible à partir du 11 octobre auprès de l'AFRC
- Bonnes feuilles disponibles pour la presse à partir du 4 octobre 2018 auprès de Sonia Khatchadourian, soniak@skrelationspresse.com – 06 68 65 03 36

Avec le soutien de



## A PROPOS de l'AFRC

10



**Au cœur de l'Expérience Client**



Créée en 1998, l'AFRC (L'Association Française de la Relation Client) est la communauté de professionnels qui travaille sur la transformation de l'entreprise par le biais de l'Expérience Client et de l'Engagement Collaborateur. Laboratoire de réflexion mais également espace d'expérimentations pratiques, l'AFRC mène des travaux au carrefour de toutes les fonctions : Marketing, Relation & Expérience Client, IA, Stratégie, Innovation, Digital.

Forte de la confiance de 300 entreprises (22 secteurs d'activité) et 3 700 membres depuis 20 ans, l'association organise une quarantaine d'événements chaque année et publie de nombreuses études ou livre blanc sur le sujet.

# ANNEXES

## Informations pratiques

---

**Annexes : participer aux événements de la Relation Client en fête organisés par l'AFRC**

→ **Les Palmes de la Relation Client – Lundi 8 octobre à 18h30**

Lieu : Théâtre de Paris, 15 Rue Blanche – 75009 Paris

Inscription obligatoire des participants via le site [palmes.afrc.org](http://palmes.afrc.org)

→ **Les 24 heures de la Relation Client – jeudi 11 octobre à 9h**

**Remise des Prix et conférence**

Lieu : Salon Hoche, 9 avenue Hoche, 75008 Paris

Inscription obligatoire des participants auprès de Sonia Khatchadourian

→ **Livre Blanc AFRC Kea & Partners « La révolution des compétences  
Intelligence artificielle & intelligence émotionnelle au service de l'expérience Client et  
Collaborateur » - Jeudi 11 octobre à 10h30**

**Restitution en avant-première des travaux et table-ronde**

Lieu : Lieu : Salon Hoche, 9 avenue Hoche, 75008 Paris

Inscription obligatoire des participants auprès de Sonia Khatchadourian

→ **Accréditations journalistes auprès de Sonia Khatchadourian**

11

CONTACT PRESSE AFRC

AGENCE SK RELATIONS PRESSE - Sonia Khatchadourian

Tel : 06 68 65 03 36 - [soniak@skrelationspresse.com](mailto:soniak@skrelationspresse.com)