

Le vendredi 19 mai, à l'occasion de notre 42ème convention, 250 acteurs de la relation client se sont réunis au siège du Groupe La Poste pour échanger et confronter leurs visions sur le binôme Réclamation et Innovation.

Voici quelques extraits de cette matinée, rythmée par l'intervention de dirigeants, personnalités, universitaires, praticiens et experts.



Murielle Barnéoud,
directeur de l'engagement
sociétal du Groupe La Poste

"Les disrupteurs, GAFa et autres UBER, s'installent par l'insatisfaction de nos clients. Qui plus est, ils développent des méthodes innovantes et différenciantes pour répondre à l'éventuelle insatisfaction de leurs clients et en faire des promoteurs enthousiastes ! Aux entreprises de s'en inspirer et de capitaliser sur les réclamations pour inventer leur offre de demain et une expérience client fidélisante. »



Groupe La Poste - Crédit photo Sylvain Cambon

La fr-agilité, moteur d'innovation des organisations



Laurent de Chérisey,
directeur général
de Simon de Cyrène

Dans une société qui valorise la performance individuelle et la concurrence, la personne fragile nous invite à la relation lorsqu'elle nous dit : « J'ai besoin de toi ».

Or, l'expérience prouve que lorsque l'on répond à cet appel à l'aide, la relation qui naît, fait du bien aux deux parties.

Nous sommes tous, à divers moments de notre vie, fragiles et dépendants, et les personnes fragiles nous le rappellent.

En leur venant en aide, en établissant une relation de confiance et d'amitié avec celui qui en a besoin, nous créons une société inclusive fondée sur la confiance en l'autre et la réconciliation envers ses propres fragilités.

Ce modèle de société, coopératif, est bon humainement, et fécond pour l'économie, qui repose sur la confiance.



Jean-François Bensahel,
président de DSOgroup

Être dirigeant, engage à la pérennisation et au développement d'une organisation, souvent en proie aux incertitudes.

Cette responsabilité invite à être attentif à la fragilité des personnes qui composent l'entreprise, aux clients qui la font vivre et à l'environnement qui la challenge.

L'attention portée aux collaborateurs fragiles est source d'ajustements qui profitent à tous, notamment à l'entreprise qui bénéficie, en retour, d'un engagement accru.

De même, notre activité nous confronte aux difficultés financières des personnes et ma conviction est qu'il faut remettre de l'humain dans ces moments de fragilité : l'écoute et le dialogue permet souvent aux plus fragiles de rebondir !

■ **Partenaire officiel**
depuis 2005



LE GROUPE LA POSTE

■ **Partenaire**



BNP PARIBAS

■ **Soutiens**



LÉONARD
DE VINCI
PARIS-LA DÉFENSE
ESIL AM EPLU





David Gotteland

Réclamation & Innovation : 1^{er} état des lieux des pratiques

Menée auprès de 176 adhérents, cette étude porte sur les opportunités offertes par la réclamation en tant que source d'innovations. Les 1^{ers} enseignements sont :

1. Les réclamations sont perçues comme une **source de bonnes innovations** : incrémentales, faisables, acceptées par le marché, sources potentielles de profits.
2. Peu d'organisations mettent en place des dispositifs incitatifs auprès des réclamants et la **démarche d'innovation souffre d'une gestion en silo des services** en charges des réclamations et des innovations.
3. Le frein majeur à l'utilisation des réclamations dans le processus d'innovation est culturel, les **organisations « orientées réclamations » étant plus enclines à les utiliser.**

Retrouvez sur l'espace membres l'intégralité des résultats de l'étude, dirigée par David Gotteland, professeur GEM & William Sabadie, professeur, chercheur Lyon III.



William Sabadie

Retours d'expériences d'entreprises ayant innové en exploitant leurs réclamations

Renée Clément, consumer interaction center manager at Coca-Cola France

Engagé dans l'univers sportif, Coca-Cola suscite de **nombreuses sollicitations de sponsoring**. Conscient de générer de **l'insatisfaction en cas de réponse négative**, Coca a **décidé d'accompagner ses clients dans leurs recherches de financements**.

Concrètement, cet accompagnement passe par un **partenariat avec VINCIO**, start-up qui invite les clients à préciser leurs projets, les aide à animer leurs collectes et, dans certains cas, propose leurs projets à des marques ayant préalablement exprimé leur besoins de *sourcing*.

Au final ce nouveau service apporté au client est une réussite : **réponse qualifiée, prise en charge par la start-up, satisfaction et engagement du client via du brand content positif.**

Découvrez [Vincio](#), startup innovante pour gérer 100% de vos demandes de sponsoring et partenariats



Sébastien Bordier, chargé du suivi prestataire d'iDTGV

Capitaliser sur les réclamations à des fins d'innovations requiert un postulat : donner les moyens aux équipes en contact avec les clients de disposer d'un environnement de travail qui y soit propice.

Cela passe notamment par **l'intégration des équipes dans la modélisation et la sélection du CRM** : interface, catégorisation, reporting... Sans cette **appropriation fonctionnelle et une réelle autonomie d'action**, la quête d'innovation restera une belle chimère.



Quelles innovations en vue, et quelles conséquences pour la relation client ?



Thibaut Nguyen, directeur Trends & Prospective chez Ipsos

Si la réclamation est source d'innovation, les **innovations qui dessinent le monde de demain seront à leur tour génératrices de nouveaux défis** pour le management de la relation client.

Dans une vie qui ira de plus en plus vite, poussant chacun aux limites des capacités mentales, où chacun délèguera une partie de l'organisation quotidienne à un assistant virtuel automatisé, et dans un monde saturé d'offres : **la relation client devra continuer de s'inventer pour corriger, compenser un quotidien où le choix conscient sera de plus en plus rare.**

Temporiser, permettre au client de se réapproprié sa relation à la marque, être vecteur de sens positif, et ré-habiller la personne derrière ses traces de consommation, tels sont les challenges des marques demain.

Vous n'êtes pas encore adhérent ?

Retrouvez l'ensemble de nos services et [rejoignez nous, on vous attend](#) 😊😊😊