ASSOCIATION POUR LE MANAGEMENT DE LA RÉCLAMATION CLIENT

Pourquoi et comment orienter son organisation vers le client ?

36e convention AMARC

250 acteurs de la relation client se sont réunis le 16 octobre sur les bancs du Pôle universitaire Léonard de Vinci pour approfondir les enjeux de l'orientation client.
Voici quelques extraits de cette matinée articulée autour de visions stratégiques, partages d'expériences et points de vue d'experts du management et de la finance.

Pascal Brouaye,
président du Pôle universitaire Léonard de Vinci
Vidéo sur...

« Apprendre aux jeunes, qu'ils soient ingénieurs, managers ou designers à travailler ensemble, dans un esprit de transversalité : c'est la contribution du Pôle universitaire Léonard de Vinci à former des cadres réellement orientés client. »

36e convention 16 octobre, Pôle Léonard de Vinci - Crédit photo Vincent Colin

Orientation client : au-delà de l'incantation... la vision de nos ComEx ?

Jean-Marc Willmann,
directeur délégué de la MAIF

Actif immatériel de la MAIF, la qualité de la relation client est inscrite dans les gènes de l'entreprise, notamment via son conseil d'administration composé de ses militants...

La MAIF place la satisfaction de ses sociétaires au cœur de son plan stratégique, invitant ainsi le système de management interne à évoluer.

Cette évolution de l'engagement auprès des sociétaires (marges de manœuvre, collaboration, droit à l'erreur...) s'accompagne d'une symétrie interne (empathie, confiance a priori, bienveillance...).

Bruno Desmet,
directeur général de Norauto

Développer l'orientation client de l'entreprise -- faire vivre une Expérience Waouh à ses clients, les satisfaire et les surprendre – implique un état d'esprit : chaque action doit être considérée au regard de la création de valeur pour le client, le collaborateur et l'entreprise.

Cette symétrie des attentions est capitale : prendre soin des collaborateurs les amène à mieux servir leurs clients.

L'intégration de l'indice de satisfaction et du taux de recommandation dans les critères de leur prime d'intéressement les engage aussi au quotidien. D'autant plus que l'entreprise s'organise autour de la Voix du Client et favorise l'autonomie et l'initiative du collaborateur.

Pour simplifier l'expérience client et renforcer la proximité, tout collaborateur en magasin a les moyens de gérer la réclamation de manière autonome.

Partenaire officiel depuis 2005

LE GROUPE LA POSTE

Partenaire

BNP PARIBAS

Soutiens

LÉONARD DE VINCI PARIS-LA DÉFENSE · orange · RATP · Liberté • Égalité • Fraternité RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

3 partages d'expériences pour s'orienter client

Groupe Pierre & Vacances CenterParcs

La communication interne au service de la satisfaction client

Valentine Maillard, responsable communication interne et RH

Pour fédérer les collaborateurs autour de la démarche qualité du Groupe, les **services Clients en partenariat avec la Communication interne ont initié une dynamique** qui s'est initialement traduite par la **création d'une news interne dédiée à la satisfaction client**.

Découvrez ce retour d'expérience sur notre guide de bonnes pratiques.

SAINT-GOBAIN DISTRIBUTION BATIMENT FRANCE

Votre centre de contacts : incubateur d'orientation client, à destination du marketing ?

David Mainguy, directeur marketing clients

IKEA

Traduire la voix du client en opportunités business

Pierre Villeneuve, chief customer officer

Bientôt disponibles sur notre guide !

Le regard de la finance et du management sur l'orientation client

La satisfaction client, moteur de performance financière

Jean-Sébastien Beslay, fondateur associé de Trusteam Finance

Un **indice de satisfaction élevé** est pour une entreprise la certitude d'avoir des **clients plus fidèles**, un **coût réduit d'acquisition de nouveaux clients** et la **maîtrise de ses prix à tout moment**.

Convaincu de cette logique business, **Trusteam Finance gère un fonds qui investit sur les sociétés mettant le client au cœur de leurs préoccupations**. CQFD : **en 5 ans ce fonds a bondit de +72%,** contre 39% pour ceux de la même catégorie.

Longtemps perçu comme un centre de coûts, le service client fait de plus en plus figure d'un allié incontournable à la profitabilité de l'entreprise !

Quelques clefs managériales au profit de l'orientation client

Benoît Meyronin, conseiller scientifique de la Fondation ServiceLab

Au-delà de leur expertise métier et de leur devoir d'exemplarité, les managers des services clients doivent **allier humilité** – reconnaître que ce qui compte pour le client n'est pas forcément ce qui me semble essentiel – et **culture de la preuve**, la DG étant encore trop rarement acquise à la cause…

Sa **capacité à faciliter les coopérations entre équipes opérationnelles, en partant du client**, de son expérience et de ses besoins, comme sa capacité à promouvoir la **symétrie des attentions©** à tous les échelons (et d'abord à son niveau, avec son équipe) seront déterminants.

Nouvelle charte & site orienté adhérents

Essayant de vivre de ses convictions, l'AMARC est fière de vous présenter son nouvel univers graphique, appelé de vos vœux, puis retenu par vos soins.

Cette identité visuelle s'accompagne d'un nouveau site, où vous retrouverez sur notre espace adhérents, les présentations de cette 36e convention et les coordonnées des membres rencontrés à cette occasion.

@AMARC_asso