

**Chaque conversation  
est un pénalty!**

CX  
+ UX  
+ IA  
= NPS\*

**#ECTFF**

**Expérience Client/The FrenchForum©**

**12ème édition**

**23-25 septembre 2024**

**La Baule, Hotel Hermitage Barrière**

hipto



manifone

callity.



opportunity

[experienceclient-the frenchforum.org](https://experienceclient-the frenchforum.org) #ECTFF

**Le programme**

# Les nouveautés de la 12ème édition d'Expérience Client/The French Forum

Manuel Jacquinet, organisateur du forum, les présente :

## Le 9H33, le 23/09. Dès opportunités commerciales, dès la Gare Montparnasse

Le Forum débutera un lundi, à 13h mais dès la Gare Montparnasse et le TGV Inoui 8913, qui emmènera les participants à la Baule, nous organiserons des one-to-one, des rendez-vous d'affaire.

Quatre grandes marques, qui désirent concrétiser leur partenariat avec des fournisseurs, rencontreront les éventuels partenaires dans le TGV :

- Le groupe Verlaine, leader français de la rénovation énergétique, recherche une plateforme omnicanale et un prestataire en leads.
- A., spécialiste des avantages aux salariés et de la vente dématérialisée des billets, se rend à ECTFF pour rechercher un spécialiste en télémarketing, sur 3 pays. Il y lancera ses activités en novembre.
- V., spécialiste de la e-réputation et des avis clients, se rend à ECTFF pour identifier un spécialiste du RCS et des campagnes WhatsApp.
- Enfin, deux acteurs du retail désirent rencontrer, lors du Forum, des spécialistes de la formation en gestion des incivilités.  
(3 de ces quatre marques ont désiré rester anonymes)

Les quatre se sont engagées à signer leurs contrats lors d'ECTFF. Au Forum, on se forme, on fait des rencontres (car il y a quatre repas partagés ensemble) et l'on rencontre les meilleurs, qui ne sont pas toujours les plus communicants. Et du coup, on rentabilise les deux jours consacrés à cette halte.

NB : l'inscription au Forum comprend l'hébergement à l'Hermitage Barrière et tout le reste, mais pas le transport.  
50 places sont réservées dans un TGV matinal.





# Les nouveautés de la 12ème édition d'Expérience Client/The French Forum

## Mardi 24, fin d'après-midi, c'est hipto qui est sur la plage et aux manettes

La Baule est l'une des plus belles baies du monde. Il faut en profiter. Nous avons confié à hipto, le spécialiste des leads intentionnistes, la responsabilité d'animer la fin de journée ensoleillée. Ils ont carte blanche, on a confiance.

## Les régionaux de l'étape seront là

Le grand Ouest est riche de PME, start-up, spécialiste des parcours clients et de l'engagement. Deux participants réguliers du Forum (Benjamin Cormerais, de Tête-à-Tête et Patrice Giraudon, de Smart CX) doués et professionnels nous ont proposé, ce que nous avons accepté 😊, de sélectionner une douzaine de grands professionnels de l'expérience visiteurs, voyageurs et patients dans l'Ouest. Ils participeront à la journée du 24/09, à des conditions négociées\*.



## John Cochet dédicacera son livre. « Tu seras un bon à rien »

et animera un atelier sur l'expérience client et collaborateurs, option artisanat et professionnels du bâtiment

## Le 23 au soir et 24 au soir : Atelier recrutement et chasse de têtes

Les talents sont rares, très rares et les opportunités de rencontre. Les organisateurs ont proposé à 8 professionnels du secteur, en recherche d'une nouvelle étape dans leur carrière, de participer à la 12ème édition, à des conditions particulières\*. Vous cherchez des talents, des cadres expérimentés ? Participez à ces deux ateliers et rencontrez des top gun.

\*360 euros TTC.

Pour s'inscrire au Forum, **c'est ici**

# On va parler d'eux, ils interviendront\*, à la Baule, pour la 12ème édition d'Expérience Client/The French Forum

Le 1er forum exclusivement consacré à l'expérience client, visiteurs, patients, se tiendra cette année du 23 au 25 septembre. Extraits du programme des master classes et ateliers.

## Expérience voyageurs et visiteurs

### **Airbnb, GetYourGuide, Booking, Staycation, TUI.**

Le marché des excursions, expériences touristiques et activités pèse 130 milliards d'euros au niveau mondial, et il est très fragmenté. Les plateformes, les voyagistes ou le guide local (qui connaît bien la destination, ses secrets) qui peut effectivement vous proposer des expériences mémorables, immersives, pour profiter de l'âme d'une ville, d'un monument, d'un musée ? Pendant un an, le magazine En-Contact, partenaire média d'ECTFF, a testé ces vendeurs d'expériences et rend compte de ce *mystery-shopping*.

### **Air France, Anne Rigail et la relation attentionnée. La facturation des bagages en cabine, sur Transavia.**

La compagnie aérienne française emploie plus de 30 cadres supérieurs dans des fonctions de directeurs de l'expérience client, de « la relation client attentionnée » (sic). Pourquoi ? Qu'ont-ils transformé effectivement au sein des avions, des salons d'attente VIP, dans les parcours client, depuis dix ans, pour améliorer l'expérience passagers ?

### **Low-cost et service client humanisé sont-ils compatibles ?**

Quand Transavia, la compagnie low-cost filiale du groupe Air France, décide de facturer les suppléments bagages, les clients protestent. Mais peut-on continuer à tout offrir lorsque les prix de vente sont déjà bas et le marché contraint ? Isabelle Mirocha, cliente fidèle de la compagnie, s'est plainte de ce changement tarifaire, notamment sur les réseaux sociaux. Comment gérer au mieux ces escarmouches et la e-réputation ?

### **Opportunity. Tout commence par une conversation !**

Anthony Dinis et l'expérience client, c'est une longue histoire, souvent jalonnée d'innovations marquantes. Grâce à Omni, la plateforme développée par son équipe, Oney, TotalEnergies, Promovacances, Verisure etc notamment, ont amélioré l'expérience client qu'ils proposent à leurs clients et abonnés, et réduit leurs coûts.

## Expérience patients /parcours clients

### **Alan, l'assureur santé, répond désormais au téléphone et externalise une partie de son service client.**

Pourquoi, avec quels prestataires, la réponse par e-mail et via chat suffit-elle toujours ? L'omnicanal peut-il faire abstraction du media téléphone ?

### **Callity aide Magnolia à vendre des assurances emprunteur, par téléphone, en toute conformité !**

Face à des géants anglo-saxons nombreux, la PME française s'est fait une place remarquable, sur un marché bagarré. On peut en effet tirer profit des conversations téléphoniques et de leur retranscription, éviter les ventes non conformes, entendre en direct live la voix des clients. Ce qu'a fait

Magnolia, le leader français de l'assurance emprunteur, qui témoigne.

### **IA conversationnelle, automatisation. Volubile. ai, Kyutai, Feedae, Klark et leurs innovations annoncées.**

Tous les directeurs de la relation client ont reçu la même consigne : diminuer les coûts tout en personnalisant. Mission impossible ?

### **Les mutuelles croient à l'expérience des assurés et des adhérents**

L'une des plus anciennes et prestigieuses a choisi INO, une plate-forme française, pour assurer sa relation client omnicanale.



## Acquisition et satisfaction, technologie

### **Manifone. Le démarchage téléphonique, c'est mort ?**

On peut continuer de faire de l'acquisition de clients à distance, par téléphone, en sollicitant les prospects au bon moment, en respectant Bloctel, le nouveau plan de numérotation et la santé des télévendeurs ! Entretien avec un homme convaincu : Lounis Goudjil, PDG de l'opérateur qui équipe les plus grands BPO dans le monde, parce qu'il leur permet d'être plus efficace.

### **Dataventure. Le marketing digital est devenu incontournable.**

Que peut vous apporter un leader européen de la Data et du CRM ?

### **hpto, Pauline Binelli, une histoire de leads intentionnistes et de conformité.**

*The leads are weak* se plaignait l'un des vendeurs dans *Glengarry Glen Ross*, le film mythique des années 80, qui mettait en scène des courtiers en terrains et programme immobiliers. Depuis plus de soixante ans, les commerciaux sédentaires sont rassurés et plus performants lorsqu'ils peuvent travailler sur la base de fiches prospects qualifiées. C'est le métier d'hpto que d'en fournir. Et celui de Pauline Binelli, leur directrice juridique, de garantir leur conformité.

## Mesure de l'expérience client. Retail

### **« Oui, monsieur le client, c'est possible ! »**

Histoire et parcours de John Cochet, charpentier couvreur à la Féclaz, en Savoie. Ce qu'un artisan du bâtiment a appris et peut partager sur l'expérience client, collaborateurs.100% vrai et décapant.

### **Picard surgelés et la livraison, assurée normalement par Chronofresh.**

(Quand ça ne se passe pas comme prévu). La *supply-chain* est décisive dans l'expérience client et son exécution difficile. Le récit d'une livraison initialement ratée, en Savoie. Comment et

pourquoi la *wismo* est devenu un cauchemar dans les services clients ( *wismo* : *where is my order* ; où est mon colis ? ) ?

### **Alltricks, Decathlon, Giant, Cyclofix. Qui répare bien et vite les vélos, gravel, VAE ?**

Benchmark exclusif des ateliers de réparation vélos dans deux grandes villes françaises Délai d'obtention d'un rdv, tarifs attractifs, compétence des techniciens, à quoi sont sensibles les citoyens qui se sont mis à la bicyclette ? Comment assurer quand il manque des techniciens et qu'il faut du temps pour les former ?

## Expérience collaborateurs

### **Incivilités. La prévention, grâce à la formation.**

Au guichet, à la caisse, aux urgences des hôpitaux, elles ont explosé depuis trois ans. Qui sont les spécialistes français de la formation des salariés de la première ligne, qu'apprend-on grâce à eux, faut-il faire confiance aux ex-policiers de la BRI, du

GIGN qui se sont lancés sur ce marché ? Les centres Leclerc, l'AP-HP, la CPAM ont déployé ces formations.

\*(Extraits du programme, arrêté au 26/08, non-contractuel). 20 Masterclasses et Ateliers sont animés durant les deux jours du forum, en sus des one-to-one.