

Paris, le 1^{er} octobre 2024

Les champions de l'Expérience Client récompensés lors des Palmes de la Relation Client 2024

Les Palmes de la Relation Client, plus grand événement du secteur qui réunit plus de 500 professionnels chaque année, a révélé les Lauréats de cette 17^{ème} édition le lundi 30 septembre.

L'AFRC a récompensé des entreprises et des personnalités dans les catégories : Expérience Client, Expérience Collaborateur, Expérience Citoyen, Jeune pousse ainsi que le Directeur.trice Client de l'année.

Cette édition a mis en lumière le thème : « Gagner la confiance. ».

PALMARÈS 2024

- **Christophe Leclerc, Directeur de la Relation Client – Decathlon France a été élue Directeur Client de l'année**

Christophe Leclerc a débuté sa carrière chez Decathlon en 1995 en tant que vendeur cycle. Initialement destiné à devenir pilote d'hélicoptère, il a finalement choisi Decathlon comme école pour développer ses compétences. Après 14 ans dans le retail, il a gravi les échelons en occupant divers postes, de directeur de magasin à chef de produit chez B'Twin, puis directeur du e-commerce France, où il a contribué à augmenter la part de l'e-commerce de 5% à 20% du CA France.

En janvier 2022, Christophe a pris la tête du Centre de Relation Client (CRC) de Decathlon France. Fort de son expérience en conception de produits et e-commerce, il a réorganisé le CRC en intégrant de nouveaux canaux comme WhatsApp et en permettant aux conseillers de finaliser des ventes. Sous sa direction, la satisfaction client a atteint 90% en 2023, et le bien-être des collaborateurs a fortement progressé, avec un taux de 92,5% de plaisir au travail.

Animé par un credo fort, il reste fidèle à sa mission : « Satisfaire et enchanter nos clients », tout en veillant au bien-être des équipes qui incarnent quotidiennement la voix de Decathlon.

- **La Palme Jeune Pousse est attribuée à Gyfti**

Le cadeau professionnel réinventé

Gyfti, plateforme française créée en 2021, permet aux entreprises de personnaliser l'expérience client en automatisant l'envoi de cadeaux via leurs outils CRM.

Elle humanise les relations clients en marquant les moments de vie importants, rendant l'envoi de récompenses aussi simple que l'envoi d'emails. La startup s'appuie sur 4 leviers principaux :

Contact presse : Bérénice Carrillo – berenice.carrillo@afrc.org



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

- Une interface intuitive qui permet des envois en moins de deux minutes,
- Un catalogue varié avec plus de 500 produits de marques renommées,
- Des solutions éthiques avec des cadeaux éco-responsables et fabriqués en France,
- Une gestion simplifiée grâce à la mise en place d'un tableau de bord de suivi pour ses clients.

Une solution qui permet d'engager et fidéliser ses clients.

- **AIR FRANCE remporte la Palme Expérience Client**

Faire voler l'élégance toujours plus haut »

En 2023, Air France a intensifié sa stratégie de "prémiumisations" en se concentrant sur l'amélioration continue des produits et l'excellence du service client.

Le programme de Relation Attentionnée, qui incarne les valeurs de la marque (Élégance, Excellence, Respect et Plaisir), a été étendu à 21 000 collaborateurs en contact direct avec les clients.

De plus, Air France utilise la plateforme "Customer Data Hub" pour collecter et partager des données client de manière efficace et conforme, permettant ainsi de personnaliser l'expérience client à chaque point de contact, comme l'accueil individualisé lors d'occasions spéciales ou encore l'envoi de notifications utiles aux clients. Ce projet vise à harmoniser le digital et l'humain pour que chaque client se sente reconnu et bien accompagné, renforçant ainsi l'expérience client tout au long de son voyage.

- **AXA FRANCE est lauréate de la Palme Expérience Collaborateur**

La culture client au cœur de l'intégration des collaborateurs : le « Vis ma vie Client » d'AXA France

Chez AXA France, la symétrie des attentions client/collaborateur est au cœur de l'entreprise. Après avoir bâti et mis en œuvre depuis quelques années une vision de l'Expérience Prospect/Candidat/Collaborateur en miroir de l'expérience client, la DRH a été encore plus loin en 2024 sur l'un des moments clés de cette expérience : l'intégration.

Avec 14 000 salariés en France et 1 800 nouveaux collaborateurs en 2023, AXA a décidé de renforcer cette année son dispositif d'intégration "Welcome@AXA" avec une volonté forte : infuser encore davantage sa culture client, même auprès des collaborateurs éloignés du client final.

Pour permettre de diffuser cette culture client tout au long de l'intégration, AXA a créé un espace virtuel immersif simulant une vraie agence AXA. Le nouvel entrant accède à différentes salles qui offrent des contenus à forte valeur ajoutée sur l'environnement commercial, la relation client jusqu'à même de vraies écoutes client pour une immersion au plus près du terrain. Une communication envoyée aux nouveaux entrants pour guider pas à pas leur intégration les invite régulièrement à explorer cet espace et est complétée

Contact presse : Bérénice Carrillo – berenice.carrillo@afrc.org

d'un rendez-vous tous les 3 mois pour échanger de vive-voix sur ce thème avec les experts de la direction client.

Le dispositif Welcome@AXA rencontre déjà un grand succès avec un indice de satisfaction de 9/10. La notion de service et d'attention client est au coeur, cela favorise ainsi une acculturation et une intégration qui ne peut être que réussies au sein d'AXA France ! #Simple #Humain #Moderne

- **LA POSTE GROUPE remporte la Palme de l'Expérience Citoyen**

Un écosystème de dispositifs d'accompagnement numérique partout et pour tous

La Poste est engagée depuis plusieurs années en faveur de l'inclusion numérique. En effet plus 16 millions de français se trouvent en situation de fragilité avec le numérique. Fidèle à ses valeurs d'entreprise à mission, La Poste place la lutte contre l'illectronisme au cœur de ses engagements et renforce, depuis des années, ses actions pour un numérique plus inclusif.

Pour répondre à cet enjeu, trois dispositifs ont été mis en place : 110 conseillers numériques en cible formant les citoyens en agence, 95 espaces de formation appelés "étapes numériques" pour le grand public et les entreprises et 3000 référents numériques dédiés aux solutions digitales du groupe. Des ateliers gratuits sont également prévus pour sensibiliser les jeunes à une utilisation sécurisée et éthique du numérique.

Depuis 2023, la communauté de 3000 chargés de clientèle et conseillers bancaires, référents numériques, animent mensuellement et montent en compétences leurs pairs sur les solutions digitales du groupe La Poste pour qu'eux-mêmes accompagnent les clients. Ces efforts ont permis d'offrir plus de 30000 heures de formation et 18 000 heures d'échanges aux collaborateurs, renforçant les compétences des équipes sur tout le territoire.

Côté conseillers numériques, des partenariats avec des organisations telles que La Croix Rouge, la Fondation FACE, Una et Konexio, facilitent leurs actions. Des synergies sont également créées pour homogénéiser les pratiques et maximiser l'impact, ce qui a permis l'accompagnement de 63000 citoyens en 2023.

Avec le soutien de



Business

Konecta



d dtabolocom

Microsoft



Medallia



kiamo



CISCO

