AFRC

7 OCTOBRE
PALMES
DE LA RELATION
CLIENT

Et si en 2019
vous étiez à leur place ?



MAUD BAILLY ACCOR
Palme Directeur Client
de l'année



COMMUNAUTÉ DE L'AGGLOMÉRATION HAVRAISE
Palme Expérience Citoyen



PATHE GAUMONT
Palme Expérience Client



FACIL'ITI
Palme Jeune Pousse

Mode d'emploi pour candidater aux Palmes



12e édition

De la relation à la considération

AFRC

PALMES DE LA RELATION CLIENT 2019

Sommaire

1 – Introduction.....3

2 - Objet du document.....3

3 - A propos de l'AFRC.....3

4 – Contact.....4

5 - Description des Palmes.....6

6 – Méthodologie.....8

La Palme du Directeur Client.....11

7 – Planning.....12

8 - Modalités de participation.....13

9 - Sponsors officiels et partenaires de l'AFRC.....14

10 - Règlement.....15

12e édition

De la relation à la considération

AFRC

PALMES DE LA RELATION CLIENT 2019

1 – Introduction

Depuis 2008, l'AFRC organise les Palmes de la Relation Client pour valoriser les initiatives des entreprises qui contribuent chaque jour à faire évoluer la relation entre l'entreprise et ses clients.

L'édition 2019 des Palmes de la Relation Client récompensera les meilleures pratiques en matière de Relation et Expérience Client en décernant les prix suivants :

- Palme **Expérience Client**
- Palme **Expérience Citoyen**
- Palme **Transformation par l'Expérience Client** (new)
- La **Palme Jeune Pousse**
- La **Palme du Directeur Client**

Une Palme « **Coup de cœur** » pourra éventuellement être remise sur décision du jury.

2 - Objet du document

Ce document décrit la méthodologie d'attribution ainsi que les modalités de participation aux Palmes de la Relation Client. Le document PowerPoint fourni conjointement constitue la base du dossier de candidature pour les participants 2019.

3 - A propos de l'AFRC

Créée en 1998, L'AFRC (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. Laboratoire de réflexion mais également espace d'expérimentations pratiques, l'AFRC mène des travaux au carrefour de toutes les fonctions : Stratégie, Innovation, Marketing, Relation & Expérience Client, Digital.

Forte de la confiance de 300 entreprises et 3 500 membres depuis 21 ans, l'association organise une cinquantaine d'événements chaque année et publie de nombreuses études ou livres blancs sur la valeur créée par l'économie de l'expérience.

4 – Contact

Votre contact pour le suivi du processus des Palmes de la Relation Client est :

Association Française de la Relation Client
5 rue de Chazelles, 75017 PARIS
Contact : Camille ELUARD
09 73 01 11 57
celuard@afrc.org



12e édition

De la relation à la considération

PALMES DE LA RELATION CLIENT 2019

AFRC

BILAN RELATIONS PRESSE retombées

Best Of coverage













5 - Description des Palmes

En 2019, cinq Palmes seront décernées par l'Association Française de la Relation Client

Palme remise	Description
Palme Expérience Client	Cette palme récompense une Invention, une nouveauté ou innovation en matière d'expérience client : toute initiative qui simplifie le parcours client, qui améliore la connaissance, la satisfaction et la fidélité client sera éligible à cette Palme.
Palme Expérience Citoyen	Cette Palme valorise les politiques innovantes ayant pour objectif l'amélioration de l'Expérience Citoyen. La prise en compte de la satisfaction des citoyens est un des éléments déterminants de l'attractivité économique des territoires, de la bonne gouvernance des collectivités/Services Publics/administration et de leur rayonnement.
Palme Transformation par l'Expérience Client	Cette nouvelle Palme récompense les entreprises qui ont su se transformer en mettant au cœur de leur stratégie, le client. Elle valorise les démarches d'organisations menant une transformation fondée sur la mise en place d'une culture de service, ainsi que d'une stratégie de coopération généralisée entre toutes les entités – incluant les parties prenantes de l'entreprise – au service non seulement du client mais aussi de ceux qui servent le client. Les transformations des organisations par l'expérience client nécessitent des innovations, une approche méthodique et une volonté politique de la Direction Générale pour que les collaborateurs travaillent ensemble afin de produire, de manière cohérente, les bonnes expériences sur tous les canaux de communication.
Palme Jeune Pousse	Cette Palme récompense une jeune entreprise ou start-up se distinguant par une innovation en matière de relation client ou expérience client ou par une approche disruptive générant de la création de valeur pour ses clients et collaborateurs.
Palme du Directeur Client	Cette Palme récompense la meilleure Direction Client de l'année pour ses capacités d'entraînement, son excellence managériale et sa force d'innovation.

Le 7 octobre 2019 et pour la 12ème édition des Palmes de la Relation Client, l'association a choisi de mettre à l'honneur la thématique de la considération.

La Considération, thème phare en 2019

L'intensité concurrentielle, les bouleversements induits par Internet et les solutions d'Intelligence Artificielle, l'arrivée d'acteurs nouveaux et digitaux font évoluer les rapports de force autour des entreprises. Ces évolutions ont en parallèle favorisé l'émergence et l'expression d'aspirations sociétales fortes de la part des « clients-citoyens » – des « consommateurs » qui veulent être écoutés, et surtout avoir une prise sur les décisions qui les concernent.

Ces changements profonds dans nos sociétés imposent aujourd'hui aux entreprises de remettre en question les concepts historiques de relation et d'expérience client pour prendre en compte le client en tant qu'individu au sein de son écosystème, avec ses valeurs, ses désirs et ses croyances propres.

La considération englobe également la place de l'entreprise au sein de la société, d'un point de vue environnemental et humain, en association avec le respect des normes établies. L'entreprise agit dans l'intérêt commun, les clients et des collaborateurs étant également des citoyens.

La considération repose finalement sur trois piliers : le client, l'interne le collaborateur et la dimension sociétale, soulevant ainsi plus largement la question du sens et de la mission portée par les entreprises.

Bien qu'il soit compliqué de quantifier précisément la valeur créée, il n'y a aucun doute possible sur le fait qu'il existe Une économie de la considération qui crée donc de la valeur. Tous les indicateurs semblent même montrer que les entreprises qui ne prendront pas le virage de la considération risquent de sortir de la course.

66 % des consommateurs déclarent par exemple changer de marque en l'absence de considération.

Ce qu'il est important de comprendre, c'est que nous n'avons pour l'instant pas d'indicateur pour mesurer la considération, car ceux utilisés habituellement sont insuffisants. La mesure du retour sur investissement de certaines initiatives est par ailleurs complexe, notamment pour celles qui ne sont pas directement liées aux clients, ou celles qui sont isolées. Néanmoins, de nombreuses études démontrent l'impact positif d'une stratégie de la considération sur les revenus. C'est par exemple visible tout au long du parcours client, sur le taux d'acquisition de nouveaux clients ou encore le panier moyen. C'est également observable sur la réputation de l'entreprise et son Net Promoter Score. Par exemple dans le secteur du tourisme, 69 % des consommateurs qui se sentent considérés par la marque vont la recommander.

6 – Méthodologie

Une équipe dédiée

Le jury chargé de la sélection des Palmes de la Relation Client est composé de conseils, experts, dirigeants membres de l'AFRC, ainsi que des professionnels spécialistes de la Relation Client, du Marketing, de la presse et des associations.

Il décernera les Palmes Expérience Client, Expérience Citoyen et Transformation par l'Expérience Client.

Quant à la Palme Jeune Pousse, le jury fera une sélection de 3 finalistes qui viendront pitcher devant le public le 7 octobre 2019 et c'est le vote du public qui désignera le vainqueur.

Enfin, la Palme du Directeur Client sera décernée d'une part par le vote du public et d'autre part par le jury des Palmes de la Relation Client à l'aide du dossier de candidature.

Attribution des Palmes

○ La Palme Expérience Client

Cette palme récompense une Invention, une nouveauté ou innovation en matière d'expérience client : toute initiative qui simplifie le parcours client, qui améliore la connaissance, la satisfaction et la fidélité client sera éligible à cette Palme.

Les critères discriminants seront donc, par ordre décroissant d'importance : quel impact sur l'expérience client ? Quelle innovation, quelle originalité ? Quelles perspectives de développement ?

Cette Palme doit répondre à une double préoccupation : d'une part révéler un caractère novateur fort, d'autre part avoir un impact conséquent sur la qualité de l'expérience client. Les candidats devront mettre en avant les résultats tangibles liés à cette initiative : impacts chiffrés sur l'acquisition de nouveaux clients, la rétention et la fidélisation des clients existants, la satisfaction client ou le taux de recommandation par exemple.

○ La Palme Expérience Citoyen

Cette Palme vise à récompenser les initiatives exemplaires en matière d'expérience citoyen. Elle s'adresse à l'ensemble des acteurs publics de la relation citoyen : Collectivités territoriales, Services Publics, Administrations.
Cette Palme doit répondre à une double préoccupation : d'une part révéler un caractère novateur fort, d'autre part avoir un impact conséquent sur la qualité de l'expérience citoyen. Les candidats devront mettre en avant les résultats tangibles liés à cette initiative : Impact sur l'expérience quotidienne et la satisfaction du citoyen, degré d'accessibilité pour tous et de simplicité de la démarche, prise en compte des besoins et des attentes des citoyens ; l'attention portée à la personnalisation de l'expérience citoyen, l'impact sur l'efficacité de

l'organisation de la collectivité/du service public/de l'administration, le degré de créativité et d'innovation de la démarche entre autres.

○ La Palme Transformation par l'Expérience Client



Une expérience client exceptionnelle ne se produit pas par accident. Pour y parvenir, une entreprise doit maîtriser six compétences « expérience client » spécifiques au service de la vision expérience client. Forrester (CX Index ™) a identifié ces six compétences en interrogeant des milliers d'organisations de tous les secteurs, en analysant les marques répertoriées dans l'indice de l'expérience client et en tirant les meilleures pratiques des entreprises. Forrester Research a également identifié les activités spécifiques requises dans chaque compétence. Ces six compétences sont: **la recherche, la priorisation, le design, l'activation, la mesure et la culture.**
Une fois que les entreprises ont maîtrisé les six compétences, elles pourront obtenir une excellente expérience client. Mais pour soutenir ce niveau d'exigence dans le temps, cela requiert une discipline d'entreprise pour s'assurer que tous les collaborateurs travaillent ensemble pour produire les bonnes expériences associées à tous les produits sur tous les canaux de communication.

Cette **nouvelle Palme** récompense donc les entreprises qui ont su se transformer en mettant au cœur de leur stratégie, **le client**.

○ La Palme Jeune Pousse

L'AFRC décernera la Palme Jeune Pousse à une jeune entreprise innovante en matière de relation client ou d'expérience client. 3 entreprises seront distinguées suite à une analyse de dossiers, et auront alors l'opportunité de pitcher leur approche pendant une minute devant un public. La sélection du lauréat s'effectuera à l'issue de ces pitchs.

Les critères discriminants seront ici les suivants : Innovation dans l'expérience client ? Quel type d'innovation ? Création de valeur ? Exemplarité pour le milieu ? Inscription dans le temps, perspectives de développement ? ROI ? Apport au client et au collaborateur ?

Les candidats devront mettre en avant les résultats tangibles liés à cette initiative : Conditions de travail / efficacité / ergonomie / autonomie du conseiller, Recrutement, intégration et diversité, Formation / gestion des compétences ; création de valeur, impact sur l'image de la société/ du conseiller et sur le chiffre d'affaires, …

Les processus de désignation des lauréats des Palmes Expérience Client, Expérience Citoyen et Transformation par l'Expérience Client est identique.

Pour chaque Palme :

1. Analyse des dossiers → **2. Réunion du jury** → **3. Soutenance orale (si demandé par le jury)** → **4. Sélection du lauréat**

Pour la Palme Jeune Pousse

La sélection des 3 finalistes est la même que pour les autres palmes.

Le jury désignera 3 finalistes qui seront départagés par un public de 500 professionnels présents à la cérémonie de remise des Palmes de la Relation Client le 7 octobre 2019 suite à un pitch de 2 minutes.

1 - Réception des dossiers de candidatures puis évaluation à l'aide d'une grille de critères prédéfinis.

Pour les Palmes Expérience Client, Expérience Citoyen, Transformation par l'Expérience Client et Jeune Pousse la grille permet d'évaluer les candidats sur un ou plusieurs des axes suivants :

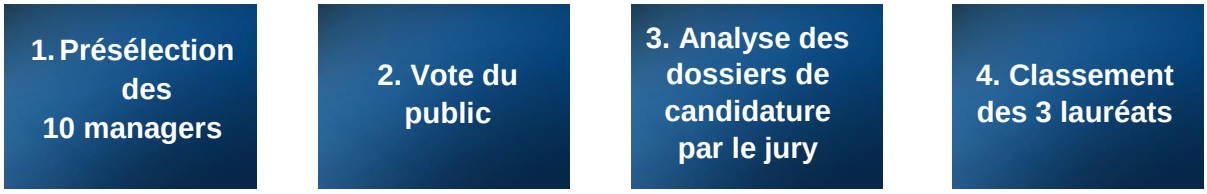
	Critère	Description
FOND	1. Degré d'innovation	*L'initiative comporte un caractère réellement innovant, en rupture avec les pratiques habituelles dans le domaine / secteur d'activité*
	2. Impact	*L'initiative apporte une transformation significative de l'expérience, de la culture d'entreprise orientée service et expérience/intelligence*
	3. Impact interne	*L'initiative impacte positivement l'entreprise dans sa performance, ses processus, son modèle relationnel et managérial privilégiant le leadership « au service de … » (dans une logique « employees first », ses pratiques de coopération interne et externe orientées sur la réussite de l'expérience client, ses pratiques RH, etc.*
	4. Résultats mesurés et tangibles, normes, labels	*L'initiative est étayée par des résultats tangibles, mesurés et chiffrés, des normes et labels de la profession.*
FORME	5. Qualité du dossier	***Dossier écrit** : le dossier répond au cadre demandé dans le règlement et apporte des éléments précis, de qualité ainsi que des compléments (vidéo, articles, visuels) qui enrichissent la candidature*

1. **Sur base de cette analyse et du dossier PowerPoint proposé, réunion d'un jury d'experts afin de sélectionner le lauréat.**

2. **Si le jury souhaite avoir des informations complémentaires pour départager les candidats, il pourrait présélectionner 3 finalistes. Dans ce cas, une seconde réunion du jury départagera les 3 finalistes. Une soutenance orale de 30 minutes par candidat sera éventuellement sollicitée (20 minutes présentation et 10 minutes des questions/réponses).**

3. **Sélection du lauréat et annonce des résultats au cours de la soirée des "Palmes de la Relation Client" qui se tiendra le 7 octobre 2019, à Paris.**

La Palme du Directeur Client



La remise de la Palme du Directeur Client se déroule de la façon suivante :

- Présélection de 10 Managers réalisée par l'AFRC. **Dix portraits** (photo, description de l'action menée) des Managers candidats seront proposés aux votants sur internet.

- Vote du public des professionnels Les internautes pourront voter en ligne. Les personnalités se verront attribuer cinq points pour celles citées en n° 1, trois points pour celles citées en n° 2 et un point pour celles citées en n° 3. L'ensemble des votes des lecteurs comptera pour 50% du résultat final. **Ne peuvent prendre part au vote les collaborateurs des sociétés (mère ou filiale) des personnalités nominées ou organisatrices.**

- **Dossier de candidature :** En complément de l'article rédigé par la rédaction de l'AFRC, un dossier sera demandé à chaque participant. Ce dossier sera analysé, à huis clos, par le jury des Palmes de la Relation Client. Les votes de ce jury compteront pour 50% dans l'attribution du classement final. Les candidats à l'élection du Directeur Client de l'année devront compléter

le formulaire de candidature prévu à cet effet. Ils ne pourront pas présenter une candidature deux années de suite.

1. **Analyse des dossiers de candidature** par un jury d'experts qui établit le classement des trois lauréats en fonction des éléments suivants:
    - des **résultats du vote du public** des professionnels
    - du **dossier de candidature** pour l'élection du Directeur Client de l'année dûment complété par les candidats.

2. **Annonce du lauréat** au cours de la soirée des "Palmes de la Relation Client" qui se tiendra le 7 octobre 2019, à Paris.

7 – Planning

L'évaluation des candidats 2019 suivra les jalons suivants :

Mai : lancement des candidatures

20 juillet : date limite de retour des dossiers de candidature

5 septembre : Réunion du jury et désignation des lauréats

13 septembre : éventuelles soutenances orales si le jury n'est pas unanime dans sa décision du 5 septembre

7 octobre : remise des prix

La remise des Palmes de la Relation Client 2019 se déroulera :

Théâtre de Paris

Le lundi 7 octobre 2019

A 18h30 précises

8 - Modalités de participation

Votre entreprise peut concourir à plusieurs Palmes. Pour ce faire, il est nécessaire de renseigner le(s) dossier(s) de candidature(s) correspondants.

Dossiers de candidature aux Palmes Expérience Client, Expérience Citoyen, Transformation par l'Expérience Client et Jeune Pousse

Les dossiers de candidature aux Palmes Expérience Client, Expérience Citoyen, Transformation par l'Expérience Client et Jeune Pousse sont à réaliser au format PowerPoint en utilisant la base fournie par l'AFRC. Quatre sections sont à renseigner :

- Un formulaire de candidature commune à toutes les Palmes
- Un « Executive Summary » : Il doit décrire de façon synthétique (1 slide maximum) votre initiative (nature de l'initiative, modalités mise en place et résultats tangibles)
- Une description détaillée de votre initiative
- De façon optionnelle, vous pouvez aussi joindre à votre envoi photos, vidéos, supports illustratifs et autres documents renforçant votre dossier.

Dossier de candidature à la Palme du Directeur Client de l'année

Les candidats à l'élection du Directeur Client de l'année devront compléter le formulaire de candidature prévu à cet effet. Ils ne pourront pas présenter une candidature deux années de suite.

Envoi des dossiers de candidature

Les dossiers de candidature doivent impérativement être remis **avant le 20 juillet 2019**. Ils doivent être envoyés par mail à l'adresse email suivante : candidaturepalmes@afrc.org

Les brochures et documents internes au format papier doivent être scannés et joints à l'envoi.

Si la taille du fichier excède 10 M0, les candidats doivent réaliser l'envoi en plusieurs envois.

IL EST TRES FORTEMENT CONSEILLE DE JOINDRE UNE VIDEO D'UNE MINUTE MAXIMUM (taille maximale 10 Mo) A VOTRE CANDIDATURE, CETTE VIDEO SERA DIFFUSE AUX PALMES LE 7 OCTOBRE 2019 DEVANT 500 PROFESSIONNELS DE LA RELATION CLIENT AFIN D'ILLUSTRER VOTRE DOSSIER DANS LE CAS OU VOUS SERIEZ LAUREAT.

Soutenance

A la suite des premières délibérations du jury, deux cas de figure sont possibles :

Votre entreprise n'est pas retenue **: un mail vous sera envoyé semaine 37 pour vous en informer.**

Votre entreprise fait partie des 3 entreprises retenues **: vous recevrez semaine 37 la convocation pour une éventuelle soutenance orale semaine 38.**

9 - Sponsors officiels et partenaires de l'AFRC

L'AFRC remercie ses sponsors et partenaires :

Avec le soutien de

10 - Règlement

Règlement Palmes Expérience Client, Expérience Citoyen, Transformation par l'Expérience Client et Jeune Pousse

Article 1 : Objet de la compétition

L'AFRC (Association Française de la Relation Client) organise en 2019, les Palmes de la Relation Client, trophées destinés à valoriser les meilleures pratiques en matière de Relation Client en France.

Article 2 : Conditions de participation

La participation est ouverte à toute entreprise, collectivité ou organisme délivrant une expérience client/citoyen. Peuvent se porter candidats les marques/donneurs d'ordre ainsi que les entreprises ou organismes accompagnés de leur prestataire.

Il faut remplir un dossier pour chaque catégorie (un dossier par catégorie).

Les entreprises / organisations peuvent déposer plusieurs dossiers dans plusieurs catégories (au maximum trois).

Article 3 : Jury

Le jury est constitué de personnalités du monde de l'entreprise, d'experts et de représentants des organisateurs.

Article 4 : Catégories

Les Palmes de la Relation Client récompenseront les meilleures pratiques en matière de Relation Client dans 5 catégories :

1. Palme Expérience Client
2. Palme Expérience Citoyen
3. Palme Transformation par l'Expérience Client
4. Palme Jeune Pousse
5. Palme du Directeur Client

Article 5 : Dossier de participation

Les dossiers de participation sont à envoyer par mail (voir section Planning)

La date limite de retour des candidatures est fixée au 20 juillet 2019. Aucun délai complémentaire ne sera accordé. Tout dossier non parvenu dans les délais ne pourra être pris en considération pour la sélection.

Article 6 : Remise des prix

La remise des prix des Palmes de la Relation Client aura lieu le 7 octobre 2019 à 18h30 précises à Paris.

Article 7 : Acceptation

Les candidats déclarent être propriétaires des droits de toute nature permettant la reproduction des documents présentés et **autorisent l'organisateur à les exploiter** à des fins de valorisation des Palmes de la Relation Client édition 2019.

Règlement spécifique à la Palme du Directeur Client

Méthodologie de l'élection du Directeur Client de l'année
Le classement des trois personnalités se fera de la manière suivante :

Vote des internautes

Les professionnels pourront voter en ligne. Les personnalités se verront attribuer cinq points pour celles citées en n° 1, trois points pour celles citées en n° 2 et un point pour celles citées en n° 3.

L'ensemble des votes des lecteurs comptera pour 50% du résultat final.

Analyse de dossier par un Jury

En complément de l'article rédigé par la rédaction de l'AFRC, un dossier de candidature sera demandé à chaque participant. Ce dossier sera analysé, à huis clos, par le jury des Palmes de la Relation Client. Les votes de ce jury compteront pour 50% dans l'attribution du classement final. Les candidats à l'élection du Directeur Client de l'année devront compléter le formulaire de candidature prévu à cet effet. Ils ne pourront pas présenter une candidature deux années de suite.

Classement final

Le vainqueur sera celui qui aura obtenu le plus grand nombre de points au travers de l'analyse des deux collèges de votants (Internautes professionnels et Jury).

En cas d'ex-æquo, le vainqueur sera celui qui aura été cité le plus grand nombre de fois en n° 1 par les membres du Jury.

Résultats

Le classement sera dévoilé au cours de la soirée des "Palmes de la Relation Client" qui se tiendra le 7 octobre 2019, à Paris.

Modalités de participation

Les participants

La participation est réservée exclusivement aux cadres et Dirigeants d'entreprises (chef d'entreprise, directeur général, directeur de la relation/expérience client, directeur marketing, directeur digital, …)

Ne peuvent prendre part au vote les collaborateurs des sociétés (mère ou filiale) des personnalités nominées ou organisatrices.

Le principe

Pour effectuer leur vote, les professionnels devront voter en ligne depuis le site dédié à la manifestation.

Acceptation

Le fait de participer à la présente opération implique l'acceptation du règlement dans toutes ses conditions et la renonciation à tout recours contre cette opération, ses modalités d'exécution et les organisateurs. Les candidats **autorisent l'organisateur de l'exploiter** à des fins de valorisation des Palmes de la Relation Client édition 2019.