

## Un Mercredi sur deux, découvrez et appréciez Seamless Experience Fanzine, la lettre d'informations exclusives sur l'expérience client, shopping, utilisateur.

Presque quatre ans après la création de Plates-Formes®, la lettre d'informations exclusives sur le service client et les centres d'appels, (lue par 57% des 3200 abonnés avec des taux d'ouverture frôlant parfois les 80%), les équipes de RadioCarolineMedia créent Seamless Experience Fanzine, la lettre d'informations sur l'expérience client, shopping. Destinée aux directeurs du marketing, du digital, aux fameux Chief Digital Officer, elle a vocation à informer de façon indépendante sur les innovations, bonnes pratiques dans les domaines évoqués.

« Quatorze ans après avoir créé En-Contact, le magazine des centres d'appel et de la relation client, puis Plates-Formes, deux ans après la création de *Expérience Client – The French Forum*, nous poursuivons notre route, avec le même cap : fournir à ceux et celles qui décident, un moment de lecture et d'information privilégié, bref, efficace, déclare Manuel Jacquinet, CEO de RadioCarolineMedia. Nous sélectionnons partout dans le monde les informations qui nous semblent utiles à cet effet, grâce à nos implantations en Europe (Londres, Sofia, Paris) et à nos correspondants en Asie et aux Etats-Unis. Et parce qu'il faut continuer d'être de bonne humeur, nous nous autorisons le droit à des billets d'humeur ! »

### LE CHIFFRE

**- 10 %**

**DE VISITES**

DANS LES AGENCES  
BANCAIRES BRITANNIQUES

**5 %** D'APPELS  
..... EN .....  
**MOINS**

**Moins d'appels téléphoniques et moins de visites en agences pour le réseau bancaire au Royaume-Uni : faites sauter la banque !**

La rue commerçante (la high street) de demain comprendra certainement moins d'agences bancaires, en France, si notre

pays suit la tendance observée au Royaume-Uni : les banques britanniques constatent une désaffection maintenue de leurs clients pour les visites en agence (-10% chez HSBC et la Royal Bank of Scotland) et un volume d'appels téléphoniques qui a également tendance à diminuer (-5%). C'est principalement grâce à leurs smartphones ou tablettes que les citoyens britanniques payent leurs factures, effectuent des virements, ou gèrent leur compte d'après les chiffres révélés par la British Bankers Association. C'est en général, si l'on en croit la RBS, dans les transports et en se rendant au travail, entre 7h et 8h du matin, que le client se connecte et utilise ces applications. Elles sont utilisées plus de 18 millions de fois chaque semaine. Les analystes indiquent que les banques britanniques pourraient servir correctement 80% de leurs clients avec seulement 770 agences au lieu des 8800 actuelles. Les fermetures devraient s'accélérer...

- . -10% de visites par an
- . 5% d'appels téléphoniques en moins
- . 18 millions de consultations des applications bancaires par semaine
- . 770 agences seraient suffisantes au Royaume-Uni pour servir 80% des clients (il en existe 8800 aujourd'hui, et 3000 ont fermé depuis 12 ans)
- . 35 à 40% des coûts de la banque de détail : c'est le coût global des réseaux d'agences bancaires au Royaume-Uni

### L'ACTU

**225 millions d'euros pour la « révolution numérique » du groupe, investissements tous azimuts, cap sur l'expérience client : Bazin met tout le monde d'Accor**

Quand le premier groupe hôtelier du monde décide de prendre à bras-le-corps la révolution digitale, il ne le fait peut-être pas parmi les premiers, mais il ne fait pas semblant. Lors de son premier « digital day » organisé dans l'un des fleurons du groupe, le Sofitel Saint James de Londres, Accor a en effet annoncé la création d'une véritable force de frappe digitale...

[LIRE LA SUITE](#)

### L'EXCLUSIVITÉ

**Exclusif : Fleur Pellerin a visité une librairie...**

(Lettre à Fleur Pellerin et à ses conseillers Communiqué de Presse : Le 28 Octobre 2014) Je sais désormais, ma chère Fleur, que vous ne lisez pas beaucoup, à l'exception des dépêches AFP et que votre temps est compté. Aussi vous ai-je préparé une petite anti-sèche valable pour les prochains jours, afin que ne soit pas plus écornée votre image, à laquelle vous tenez tant. Vous sachant très concernée par les nouvelles technologies, je me suis permis de concevoir cette Anna-bac, version ministre, en version géolocalisée. Je l'adresse à l'afp, donc comme ça semble indiqué et préférable.

[LIRE LA SUITE](#)



## iDTGV embarque les Google glass et un PDA innovant pour améliorer l'expérience de ses clients lors de l'embarquement des TGV

Il y a une foule de significations possibles au nom a priori un peu abscons d'iDTGV.

La récente présentation à la presse, dans une salle anonyme de l'Holiday Inn de la gare de Lyon, puis sur les quais de ladite gare, des dernières innovations de ce qui constitue en quelque sorte le laboratoire de l'expérience client de la SNCF en a illustré plusieurs.

### Idées TGV

iDTGV, c'est d'abord des idées pour le TGV. Une façon de voyager autrement qu'avec le transporteur historique, et des billets moins chers. En chiffres, cela donne 4 000 000 de voyageurs par an, dans 10 000 trains desservant plus de 30 destinations, pour 2 à 3 fois moins cher qu'un billet SNCF. Mais là où certains se seraient bornés à faire du low-cost, iDTGV fait de l'expérience client. En servant de laboratoire in vivo pour la SNCF.

Car le principal challenge est de faire oublier à la clientèle que ce qu'elle gagne sur son billet, elle le perd en service humain : les billets s'achètent exclusivement sur internet, il faut les imprimer soi-même, et ils sont contrôlés sur le quai avant le départ – d'où l'obligation d'être en gare une vingt minutes avant le départ. Le challenge est de rendre ce point de friction et de contact aussi fluide que possible, alors qu'il y a 500 personnes à contrôler en 20 minutes, pour une demi-douzaine de contrôleurs.

C'est là que la technologie vient au secours de l'expérience client.

[LIRE LA SUITE](#)



## la 3ème édition de Expérience client the french Forum ? à la Baule toujours, mais du Mercredi 16 septembre au 18 septembre.

Les organisateurs de la manifestation de référence dans le domaine de l'expérience client renouvellent leur confiance aux équipes de l'Hermitage Barrière où se tiendra la 3ème édition du French Forum, du mercredi 16 septembre - 12h au vendredi 18 Septembre (fin de la manifestation à 12h).

### LE BILAN DE LA 2<sup>ÈME</sup> ÉDITION

### Dans le prochain numéro du magazine En-Contact / numéro 83

- Les services premium améliorent ils le service ou l'expérience client ?
- Benchmark des outils logiciels de télémarketing et gestions de campagne TMK .
- Bientôt Noël ! livres, disques, films à voir pour devenir un vrai pro du « customer service »
- Et comme d'habitude, nos rubriques récurrentes et décoiffantes, on l'espère.

### BOUCLAGE : LE 4 DÉCEMBRE 2014

### SAVE THE DATE

## Venez rencontrer les champions de l'expérience client

**Du 16 au 18 septembre 2015**

**15 conférences & master-classes  
pour devenir un champion de l'expérience client**

Expérience Client / The French Forum<sup>®</sup>

[www.experienceclient-thefrenchforum.org](http://www.experienceclient-thefrenchforum.org)



Hermitage Barrière  
La Baule