



*la dynamique de votre relation clients*

---

---

## **Quelles évolutions pour les métiers de la Relation Clients ?**

83, boulevard Exelmans  
75016 Paris  
T 33 (0) 1 40 71 18 00  
E conseil@acemis.fr  
[www.acemis.com](http://www.acemis.com)

## Sommaire

---

- **Quels types d'évolutions ?**
- **Quels impacts sur les personnes ?**
- **Pourquoi les entreprises ont du mal à y faire face ?**

## Notre conviction

---



La relation client, c'est avant tout la relation entre deux personnes, quel que soit le média qui la supporte.

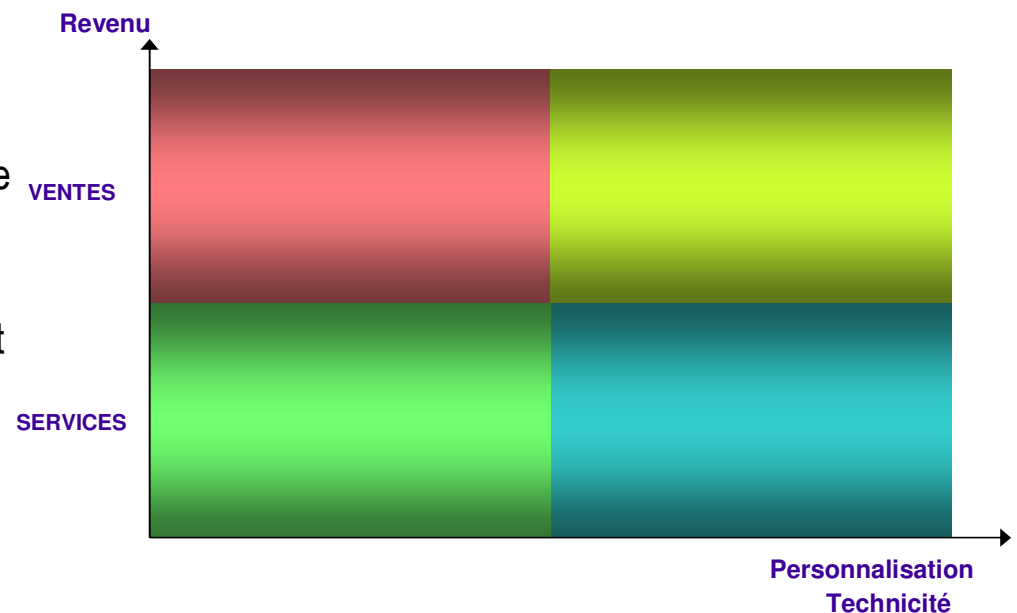
# La Relation Clients

La Relation Clients vise à répondre à des objectifs multiples dont les priorités peuvent varier selon les secteurs d'activités

- Génération de revenu (court terme ou long terme) => valeur commerciale
- Délivrance de services à plus ou moins forte technicité => valeur produit
- Qualité de service déclinée selon des niveaux de personnalisation => valeur client

Pour progresser dans la réalisation de ses objectifs, l'entreprise s'appuie sur des compétences

- Internes ou externes
- À dominantes de motivation orientées ventes ou services



# Les évolutions

---

## Les clients et le marché :

- Les comportements
- La technologie
- Les « offres Relation Clients »

## L'entreprise :

- Une volonté constante de COMPETITIVITE
  - > Accroissement du revenu
  - > Réduction des coûts
- La recherche permanente :
  - > D'offres toujours plus différenciantes : la TECHNICITE
  - > D'un meilleur ciblage des clients : la VALEUR CLIENT
  - > D'une meilleure adéquation de l'offre à la cible : la DIFFERENCIATION DU SERVICE

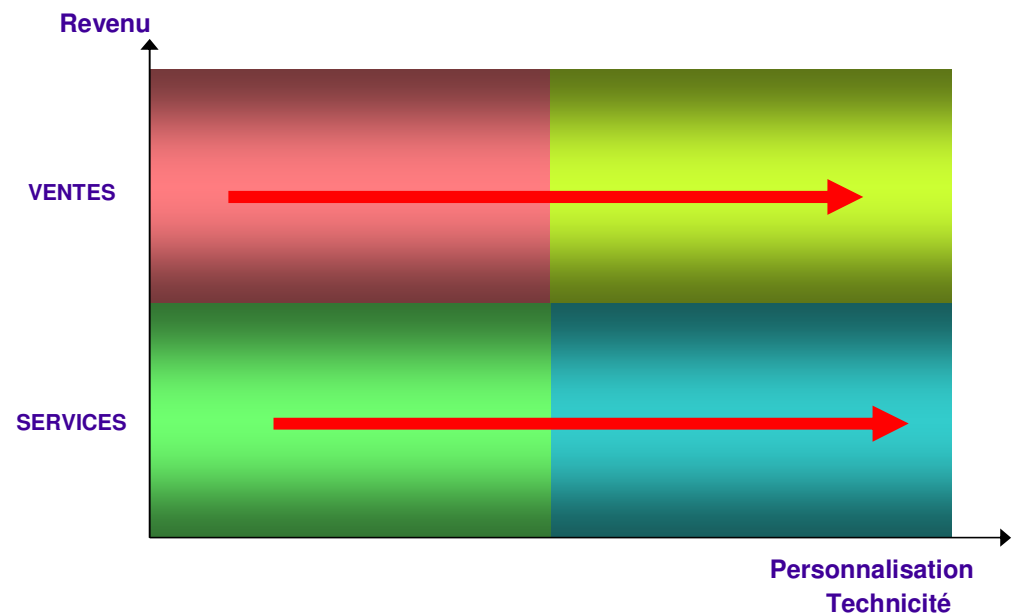
## L'environnement :

- L'évolution de la « valeur travail »
- L'image des métiers (dans et hors l'entreprise)

# Les impacts sur les activités Relations Clients

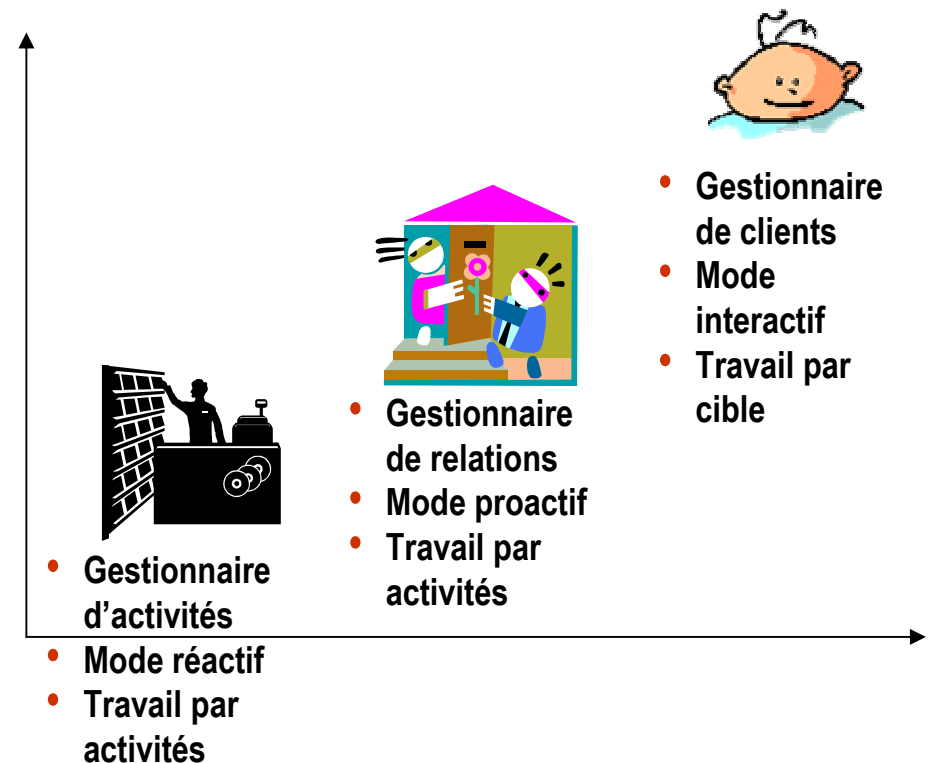
## « L'offre » Relation Clients se complexifie :

- L'évolution technique, en plus de ses incidences sur le poste de travail lui-même, apporte de nouveaux outils qui peuvent assumer, de fait, les services à plus faible valeur ajoutée
- La sophistication croissante des offres renforce le besoin en technicité
- L'exigence des clients en terme de RC progresse plus vite que les besoins en produits/services « traditionnels »
- La segmentation requiert une capacité d'adaptation des objectifs à la nature de la relation voulue par le client à un moment donné
- Le développement de la pro-activité implique une capacité à être force de proposition dans la relation



# Les impacts sur les compétences Relations Clients

- Assurer son métier de base en gérant les relations de façon réactive et professionnelle
- Valoriser la relation en optimisant son résultat :
  - > Le « juste nécessaire »
  - > La génération de valeur
- Interagir avec le client pour :
  - > Adapter la relation à la valeur du client
  - > Moduler son objectif personnel en fonction de cette adaptation



# Le évolutions de compétences Relation Clients

---

## Relations

- Niveau de personnalisation
- Durée de la relation
- Positionnement R / P / I
- Cohérence multicanal

## Méthodes

- Capitalisation des connaissances
- Partage des données
- Travail en réseau
- Gestion dynamique des objectifs (vente / service)

## Offres

- Technicité de l'offre
- Réalisation des adéquations offres / clients / canaux
- Notion de gratuité / paiement

## Outils

- Gestion des données clients
- Gestion de la connaissance
- Gestion de la formation

# Les difficultés rencontrées par les entreprises

## Capacité de détection

- Percevoir les évolutions (ex. : marché du travail)
- Identifier les freins (internes / externes)
- Détecter les besoins de compétences
- Connaître les relais

## Capacité de mobilisation

- Construction des messages
- Animation des changements
- Accompagnement des changements
- Formation des acteurs
- Pilotage

## Capacité technique

- Outils de gestion des offres et transactions
- Outils de gestion des relations (internes / externes)
- Dispositif de pilotage
- Outils de partage des connaissances
- Outils de formation
- Dispositif de gestion des compétences

## Capacité financière

- Coûts de relations / cibles clients
- Temps de préparation et de mise en œuvre
- Coûts de formation des acteurs

## En conclusion...

---

- **Évolution du marché du travail**
- **Image de certains métiers de la relation clients**
- **Formation initiale assurée, mais quid de la gestion des compétences ?**
  - ⊗ Dispositif de formation continue :
    - > Souvent centrés sur les seuls produits (ou offres)
    - > Souvent inexistant sur les autres aspects (dispositif habituel pas toujours adaptés aux nouvelles pratiques de relation clients : rythmes,....)
  - ⊗ Gestion des compétences dans la durée :
    - > Peu formalisée (gestion « à l'opportunité » ou « au besoin »)
    - > Conséquences négatives sur la fidélisation des compétences
    - > Écarts grandissants entre compétences requises et compétences disponibles