



## QUEL TEMPS FAIT-IL SUR LES PARCOURS CLIENTS ?

INTERVENTIONS DE **NATHALIE ROLLIN**,  
DIRECTRICE RELATION CLIENTS, WONDERBOX  
ET D'**EMMANUEL RICHARD**,  
DIRECTEUR ASSOCIÉ, EXTENS CONSULTING

« Pour les professionnels du métier, le parcours client ressemble à une météo fluctuante » explique Emmanuel Richard, Directeur Associé d'Extens Consulting. « Être en capacité de la prédire et agir dessus grâce à des indicateurs de mesure est la clé de la conquête et reconquête du client, puis surtout de sa fidélisation », poursuit-il. Mise en évidence par la *Harvard Business Review*, la corrélation entre fidélisation et croissance d'une entreprise ne fait plus aucun doute. Mais pour obtenir cet engagement client, l'engagement du collaborateur doit aussi être appréhendé : marque de fabrique d'Extens Consulting.

C'est en collaboration avec Extens Consulting que Wonderbox, spécialisé dans les coffrets cadeaux, a mis en place un labo « Test & Learn » dans le but d'identifier les points de rupture du parcours client. Par un dispositif de techniques expérimentales, Wonderbox a interrogé six dimensions de l'Expérience Client et de l'expérience du collaborateur : la compréhension, la navigation, le relationnel, le physique, le temporel et le financier. Les résultats obtenus ont permis d'ajouter aux indicateurs de Satisfaction Client (NPS, CSAT) et d'Effort Client (CES) de nouveaux indicateurs mesurant la *Facilité Collaborateur* (C2ES). Ainsi, en sondant le Big Data, Wonderbox a identifié le Little Data révélateur des comportements client et collaborateur.

Grâce à cette contextualisation, Wonderbox « a pu comprendre comment client et collaborateur se portent, et dégager une combinatoire performante : la Facilité » explique Emmanuel Richard.

# EUROPEAN CUSTOMER DAY PARIS 2016



Revoir le business case de Bouygues Telecom



Revoir le business case de La Poste



Revoir le business case Wonderbox

IGNITE | PASSION & VISION