

Personnalisation, proactivité et confiance : la nouvelle équation relation client



Le programme de la matinale

9h25 – Le mot d'accueil



9h30 – Introduction sur les enjeux du secteur par Bruno Huss, président de l'ADOM.



9h35 – Keynote *"Les neurosciences appliquées à la relation client"*



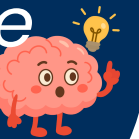
10h – Table ronde *"Les nouveaux parcours client : le bon équilibre entre IA et relationnel"*



10h35 – Pause networking



10h55 – Table ronde *"Transformer les contraintes réglementaires en levier de performance : le rôle clé de la gestion des connaissances"*



11h30 – Table ronde *"Relation adhérent : quels leviers distinguent les organisations les plus performantes ?"*



12h05 – Conclusion par Bruno Huss



12h10 – Présentation de l'association *"Solidarité avec les soignants"* par Anne Roumanoff



12h25 – Cocktail déjeunatoire et networking.

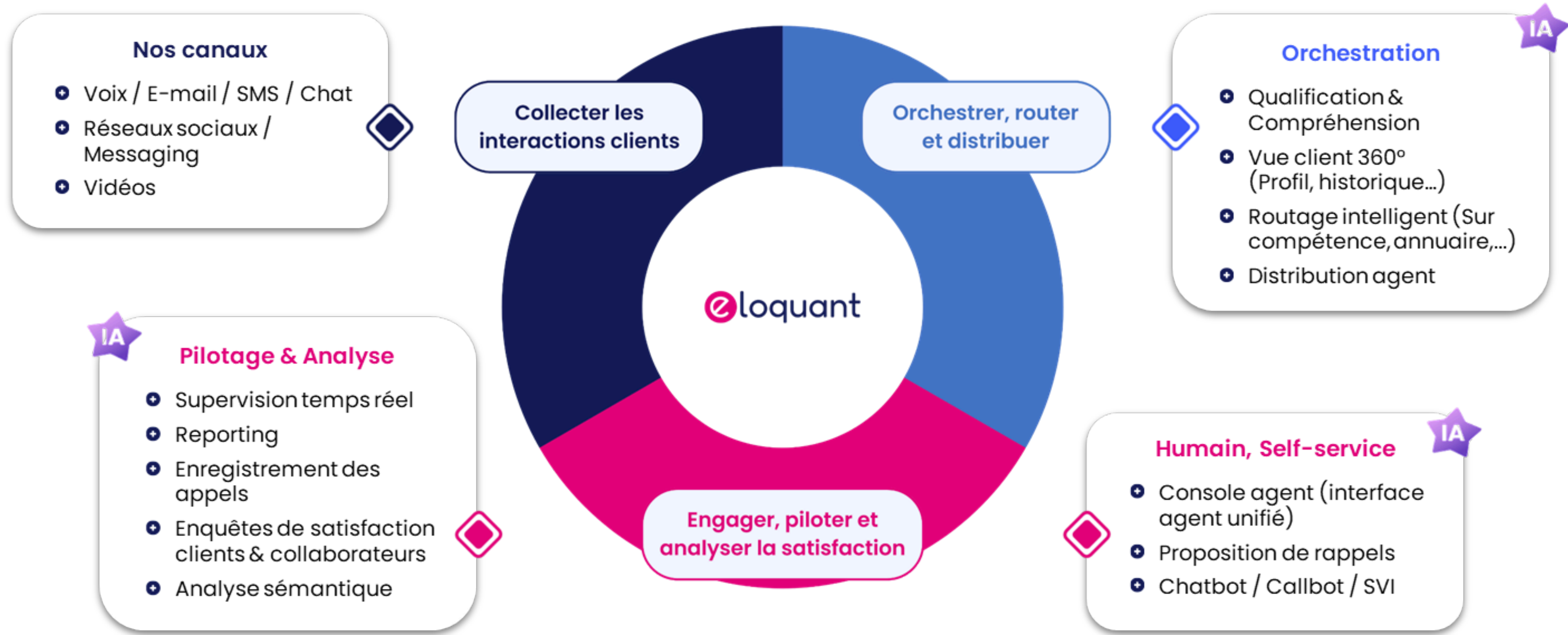


Eloquant, solution de Relation Client

Gérer, orchestrer, mesurer et améliorer les conversations avec ses clients grâce à une Plateforme Cloud d'Expérience Client basée sur l'IA, solution étendue de Centre de Contact (CCaaS) et de Voix du Client (VoC).

 Notre entreprise <i>20 ans d'engagement</i>	 Notre offre 360° <i>choix de performance</i>	 Nos clients <i>et notre culture client</i>
 20 ans d'expérience d'éditeur de logiciel en mode SaaS	 450 millions d'interactions	 320 clients
 120 experts à votre service	 150 millions d'enquêtes	 +40 pays
	 Certifications ISO 27 001 et 27 701 <i>Sécurité des SI Confidentialité</i>	 98% clients satisfaits
	 Major player solution CCaaS	

Fluidifier et valoriser votre Relation Client



Nos références dans votre secteur



Mayday, leader de la connaissance.



L'histoire débute en 2020 :

3 co-fondateurs créent une communauté de plus de 100 experts dans le but de construire la première plateforme knowledge pour et par la relation client.



Ils se donnent 1 mission :

la bonne connaissance, au bon endroit, au bon moment.



5 ans plus tard, Mayday c'est :

1 conseiller sur 5 en France dans +150 clients grands comptes accompagnés par une entreprise déjà solide et rentable soutenue par des investisseurs de renom.

Partenaires



Soutiens écosystèmes



Récompenses

🏆 2 CX Awards, RelationClientMag
🏆 1 Palme Jeune Pousse, AFRC
🏆 1 Cas d'Or, "Gestion des connaissances"
🏆 Nommée comme entreprise émergente dans le French AI Report 2024



Mayday, le tiers de confiance à l'ère de l'IA.

Notre vision ? Pas d'IA sans une bonne gestion des connaissances.



Plus de **150 directions** de la relation client nous font confiance

1 conseiller sur 5 en France est équipé de Mayday





Réinventer la relation client externalisée



Onepilot est un partenaire **très important** pour nous. Nous travaillons ensemble pour maintenir la plus haute qualité de service client. Ils sont **très flexibles et peuvent nous soutenir lors d'une montée en charge importante**. Nous sommes **très satisfaits** du partenariat.

Chloé Legrand - Care Ops Alan



Experts Mutuelles et Assurances

Offrir une expérience omnicanale experte

Assurez-vous d'être là où vos adhérents ont besoin de vous, avec le niveau d'expertise ad-hoc (7/7)

Maximiser votre CSAT / NPS

Industrialisez l'expertise offerte à vos clients, tout en déployant une flexibilité jamais vue (7h->23h)

Faire en sorte que chaque interaction compte

30 à 40% de la rémunération des agents est basée sur le respect de votre grille qualité propre

Nés avec la Data

Une data pure, exploitable, granulaire, permettant de vous comparer aux meilleurs standards du secteur

Une offre à 360°

Mission ponctuelle de renfort? KYC? Bot IA? Rachat de portefeuille? Appels sortant B2C/B2B? Nous pouvons.

L'approche Onepilot



Combiner les meilleurs agents, sous supervision intégrale de Onepilot, avec notre technologie propriétaire

Agents humains



Experts de votre industrie (niv 1 à 3)
Entrepreneurs, incentivés au résultat
Supervision totale par nos équipes
23 mois de rétention moy par mission

Agents IA

Ticket Match: IA pré-résolvant les tickets pour augmenter l'efficacité des agents et réduire vos Opex

Autopilot: outil d'automatisation propriétaire (jusqu'à 50% des tickets)

Compétitif

20% plus compétitif VS autres BPO

Qualitatif

92% CSAT en moyenne

Flexible

Jusqu'à +50% de WFM sous 1 semaine

International

+15 langues couvertes

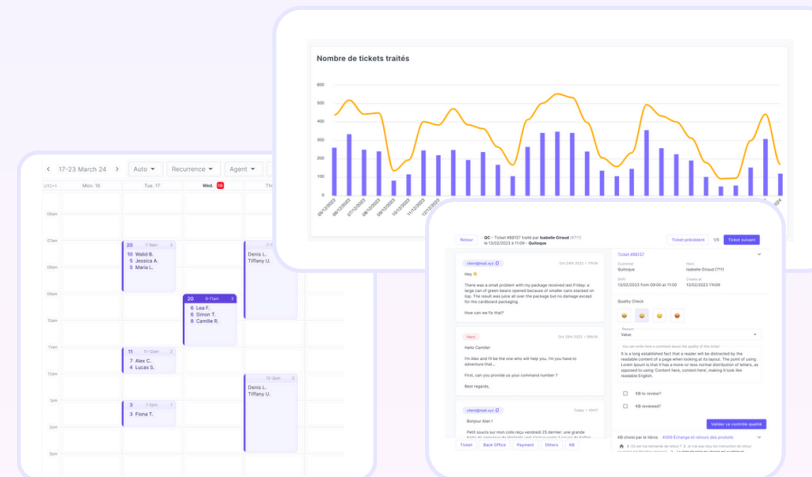
Sécurisé

RGPD compliant et certifié **ISO 27001**

La technologie Onepilot

Reproduit les conditions d'un call center physique avec des agents à distance

Augmente l'efficacité des agents et de nos superviseurs



+250 clients nous font confiance



Fier d'être leur partenaire



LVMH



Qonto

Orpi



G7



QUI TOQUE

ISABEL
MARANT



leetchi:



h.me
exchange



GoCardless



Conforama+



Sage

Pourquoi cette matinale ?

Bruno Huss – Président ADOM



Neurosciences & relation client

Marc Van Rymenant



La relation client n'existe pas dans vos outils.

Elle n'existe que dans le **cerveau du client.**

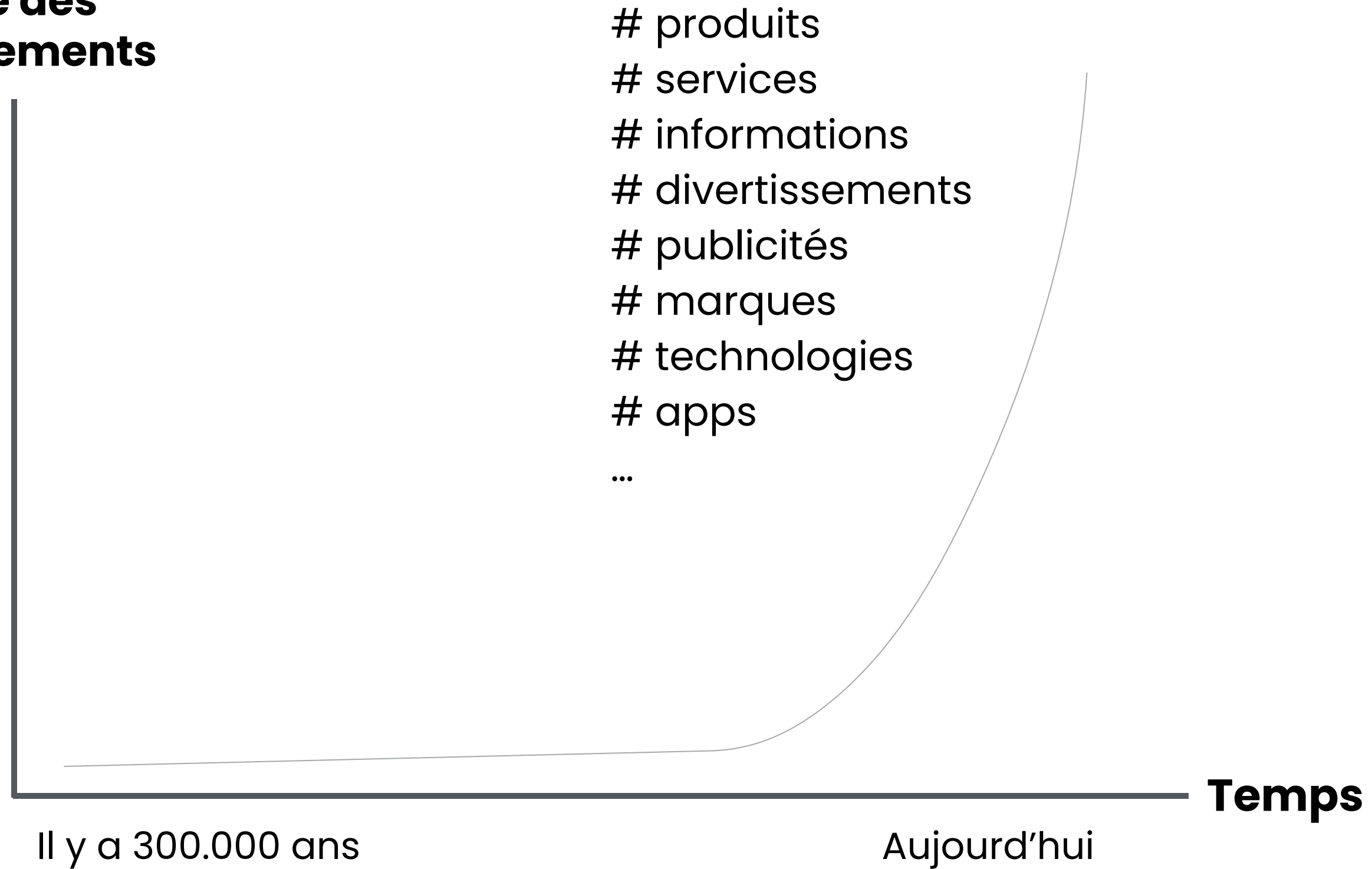
Je prendrai l'**exemple de la branche assurance d'un groupe bancaire**, acteur majeur du marché français.

Projet **digital** : conversions **x4**

Projet **commercial** : **+ 30%** de vente

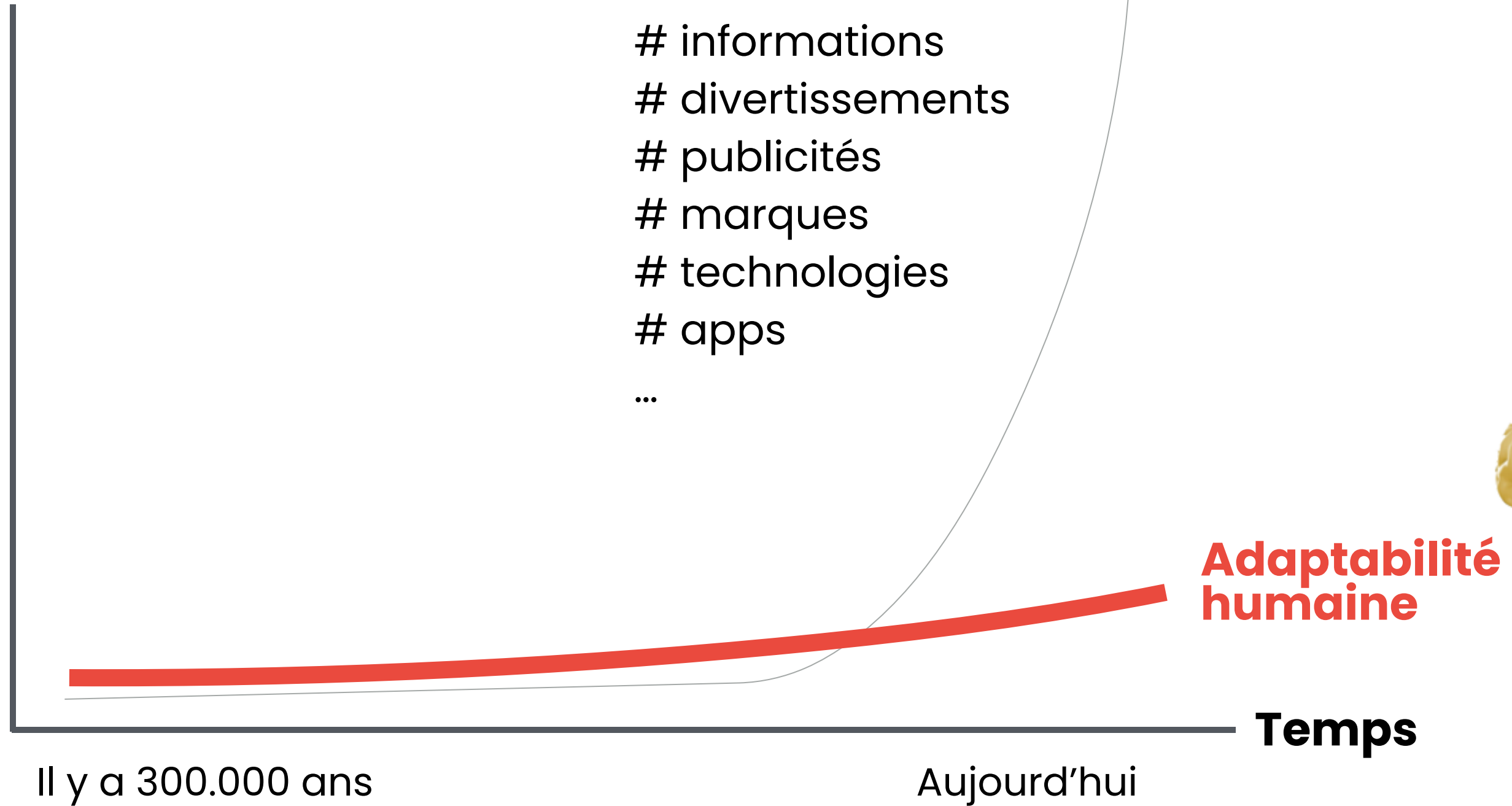
Vos clients vivent dans un **monde d'opulence** où, **pour un même besoin**, ils ont **en quelques clics** des **milliers de solutions** à leur disposition.

Vitesse des changements

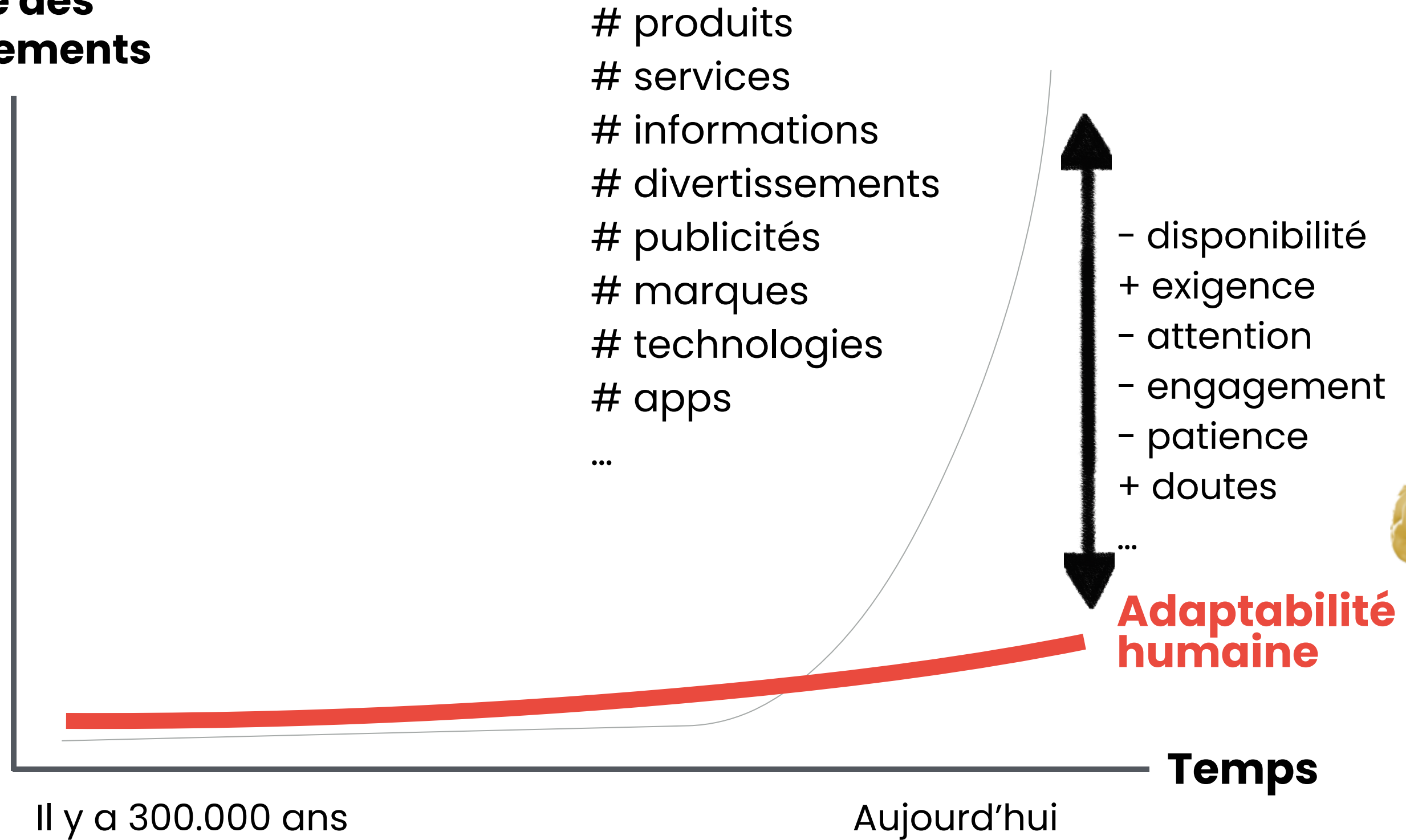


Vitesse des changements

produits
services
informations
divertissements
publicités
marques
technologies
apps
...



Vitesse des changements





90%

« La CX est stratégique »

69%

« Nous offrons une CX gratifiante, nous enchantons le client »



80%

« Ils ne me comprennent pas »

51%

« Je passe à la concurrence »



Où se passe **réellement** la relation client ?

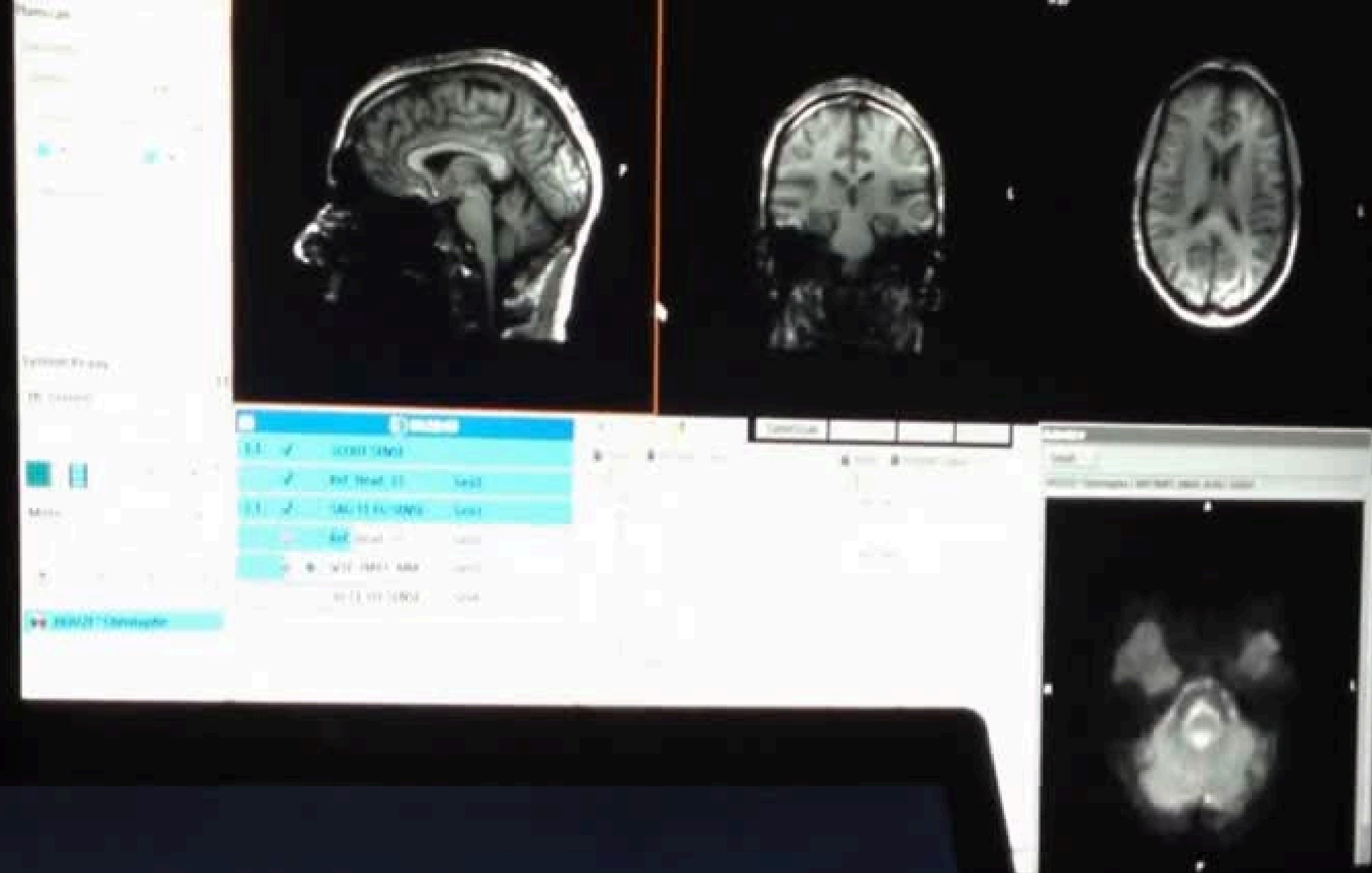
dans vos **agences**,
sur le **parcours digital**,
dans votre **CRM**,
dans votre **centre de contact**,

...

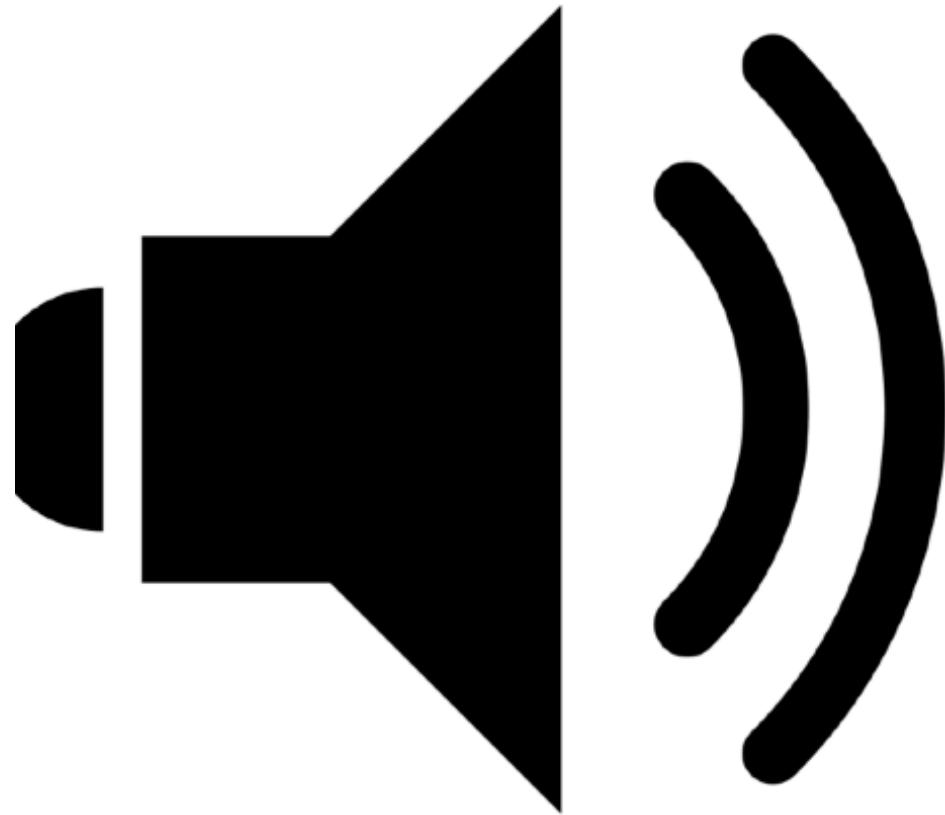
OU

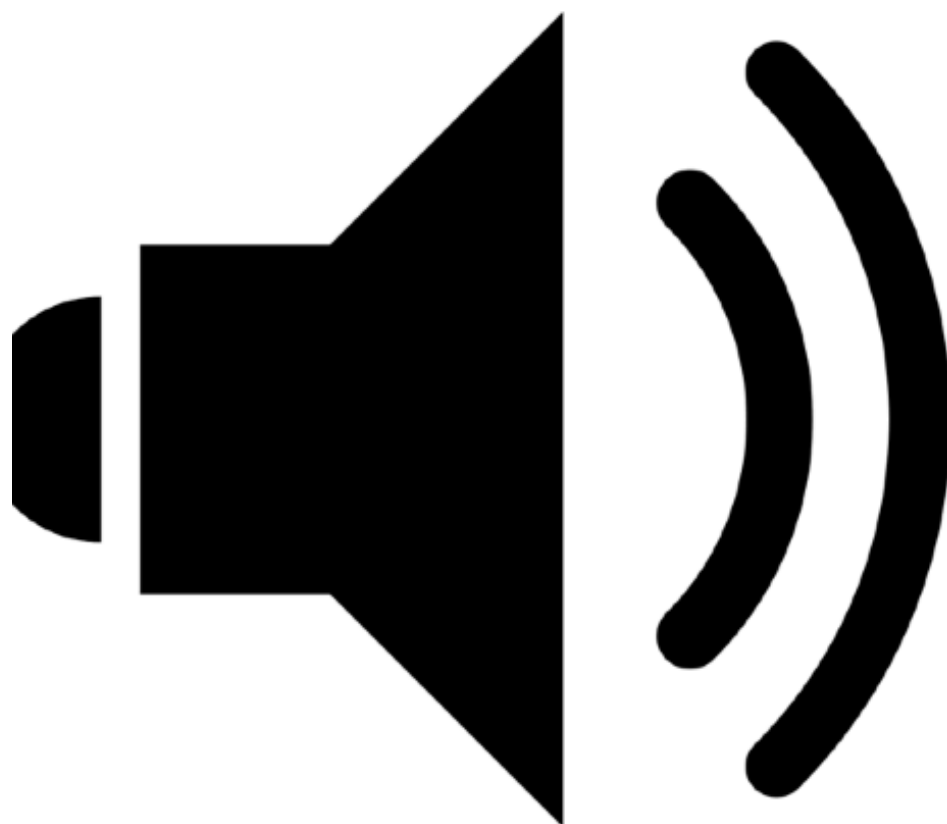


dans le **cerveau**
de vos clients









2

$$2 + 2 = ?$$

3

$$27 \times 32 = ?$$

Vous n'avez rien verbalisé, votre voisin n'a pas entendu ce que vous avez pensé dans votre tête, **et pourtant vous avez eu des pensées.**

C'est exactement ce que font vos clients.

Selon la situation, les micro-pensées ne sont pas les mêmes. Et ce sont elles qui déterminent le comportement.



PROJECTION

« Je me revois là-bas »

« Je reconnais la situation »

« Chouette, c'est fini ! »

Selon la situation, les micro-pensées ne sont pas les mêmes. Et ce sont elles qui déterminent le comportement.



PROJECTION

*« Je me revois là-bas »
« Je reconnais la situation »
« Chouette, c'est fini ! »*

$$2 + 2$$

AUTOMATISME

*« Ben oui c'est 4 »
« C'est évident »
« Pas besoin d'y penser »*

Selon la situation, les micro-pensées ne sont pas les mêmes. Et ce sont elles qui déterminent le comportement.



PROJECTION

« Je me revois là-bas »
« Je reconnais la situation »
« Chouette, c'est fini ! »

$$2 + 2$$

AUTOMATISME

« Ben oui c'est 4 »
« C'est évident »
« Pas besoin d'y penser »

$$27 \times 32$$

EFFORT

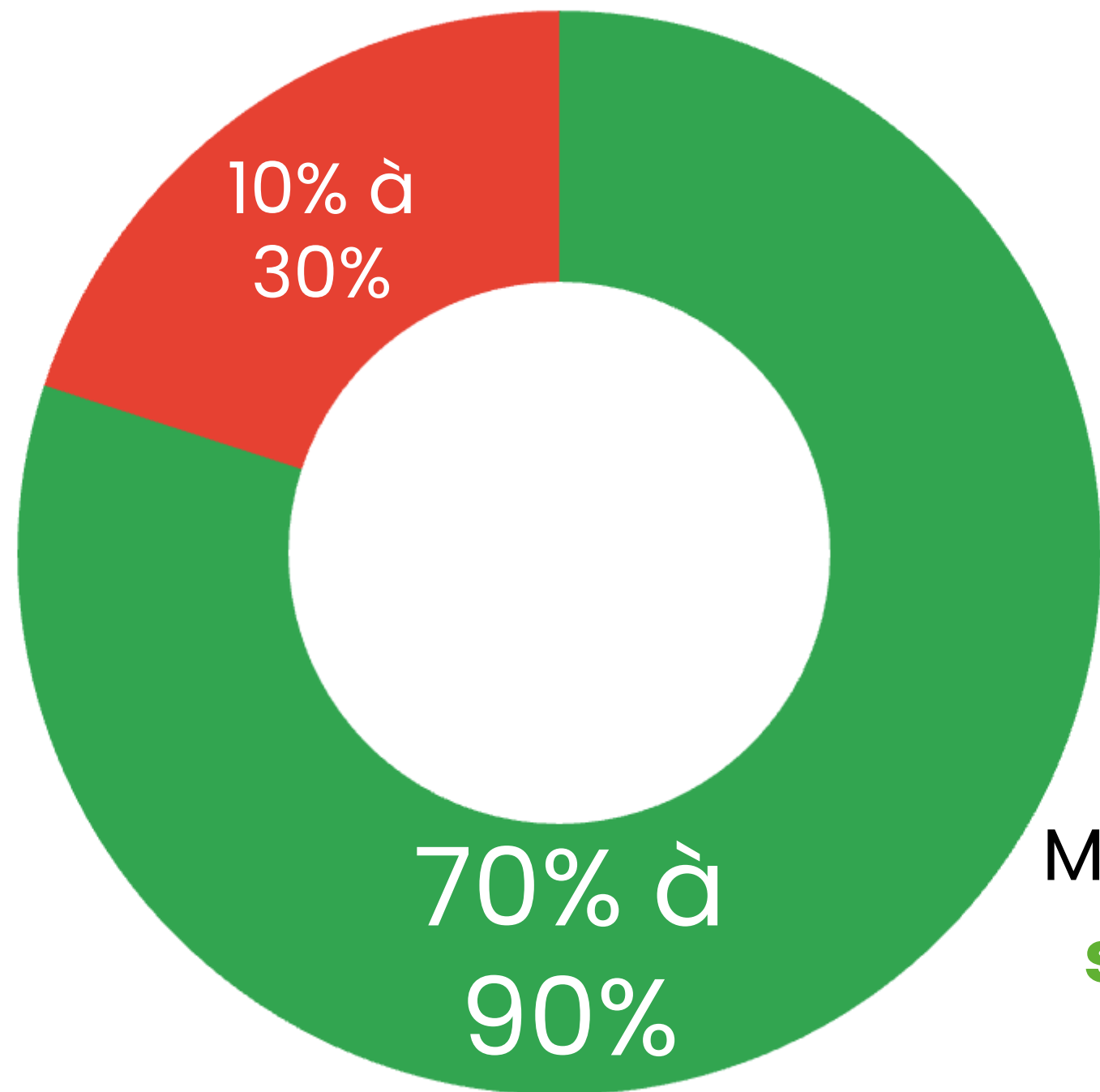
« Oups, c'est plus compliqué »
« $10 \times 32 = 320 \times 2 = 640$ »
« $7 \times 30 = 210, 7 \times 2 = 14$ »
« $640 + 210 + 14 = 864$ »

Vous avez toutes et tous des
personnalités différentes, des vécus
différents, ... et pourtant **vous avez**
généré à 90% les mêmes micro-
pensées silencieuses.

**Vos écrans ne vendent pas.
Vos discours non plus.**

**Ce qui fait acheter, ce sont les
micro-pensées que le client
génère dans sa tête.**

Pensées
verbalisées
(ce que l'on dit)



Micro-pensées
silencieuses
(non dites)

Aujourd'hui, la majorité des
décisions de vos clients
sont prises en dehors de
tout ce que vous mesurez.

Les entreprises ont industrialisé la donnée, les processus, les outils.

La prochaine étape vers la performance sera d'intégrer dans les équipes la compréhension humaine.

Exemple de la branche assurance d'un groupe bancaire, acteur majeur du marché français.

Projet **digital** : conversions **x4**

Projet **commercial** : **+ 30%** de vente

« On voudrait revoir le **parcours** **souscription PER** »

Ce que font 90 % des entreprises aujourd'hui

- besoins
- attentes
- fonctionnalités utiles
- expérience idéale
- personas
- ...

Recherche



- formulaires
- explications
- choix multiples
- conditions,
- argumentaires,
- FAQ

Conception



Comportement



Motivation & aptitudes



Motivation

Probabilité de l'exécution
du comportement



Faible

Forte



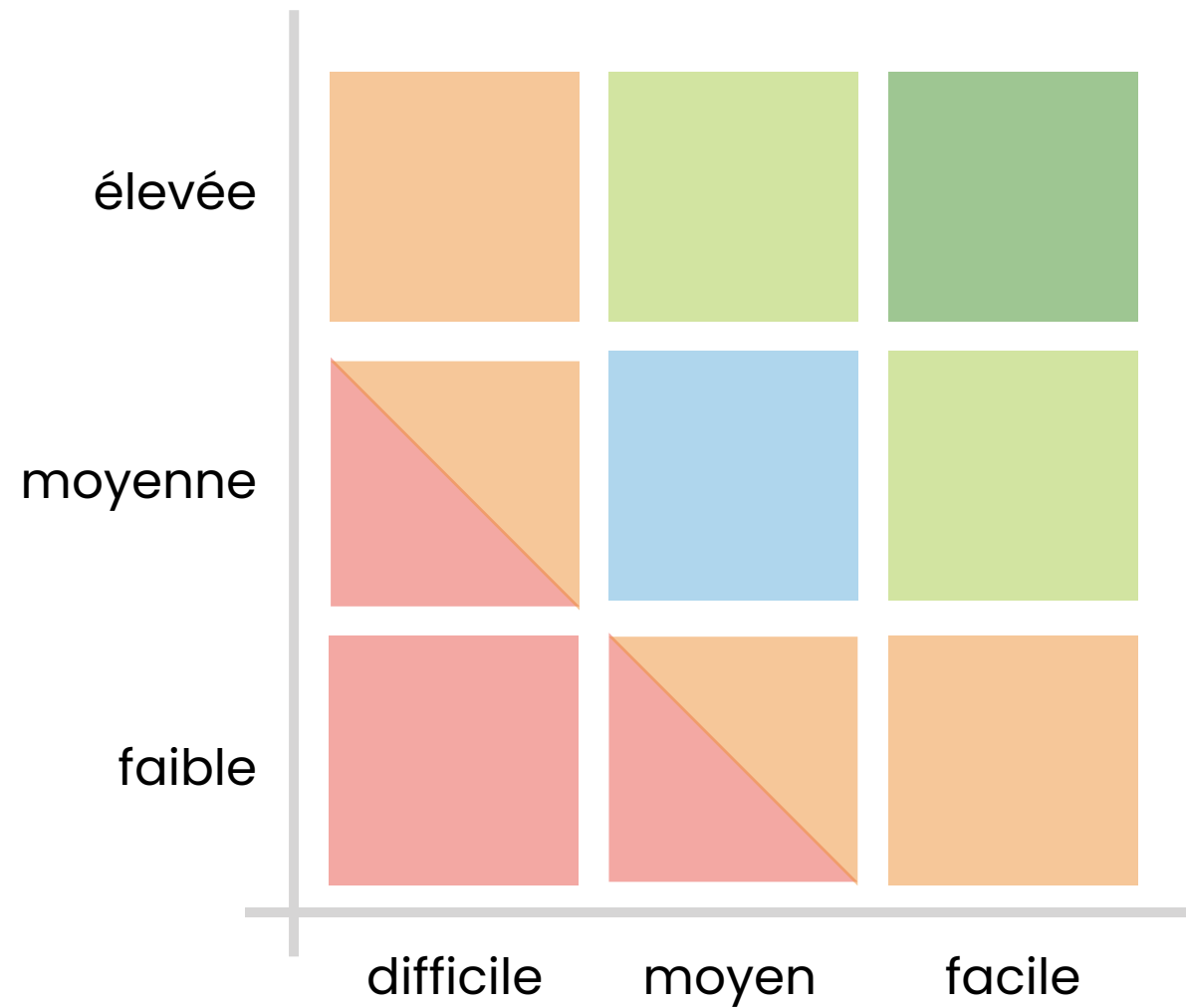
Motivation
intrinsèque
profonde



Motivation
extrinsèque



Peur profonde



Aptitudes



Habitudes



Connaissances théoriques



Compétences

Motivation & aptitudes



Motivation

Probabilité de l'exécution
du comportement



Faible

Forte



Motivation
intrinsèque
profonde



Motivation
extrinsèque

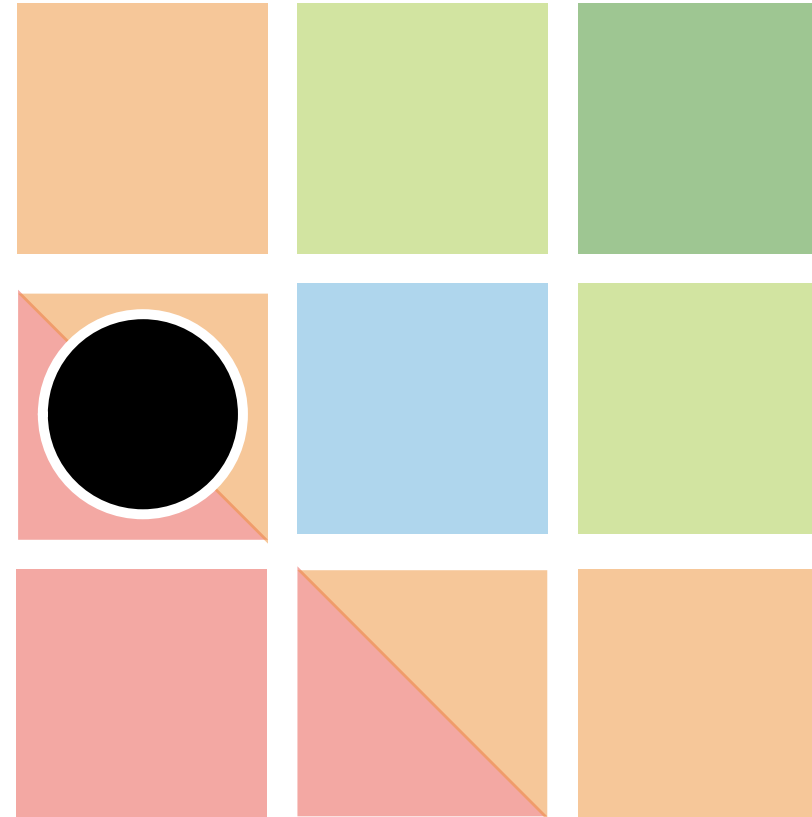


Peur profonde

élevée

moyenne

faible



difficile

moyen

facile



Aptitudes



Habitudes



Connaissances théoriques



Compétences

« Je n'y connais pas grand-chose. »

« Je sais que j'aurai une retraite ridicule... »

« Oulala... je n'ai pas l'habitude. »

« Les questions sont compliquées. »

« J'ai peur de faire une erreur. »

« Je regarderai ça plus tard. »

« On voudrait revoir le **parcours** **souscription PER** »

Ce qui a été fait

**Psychologie
commune à 70% des
clients & conseillers.**

Comportement

actuel



Modèles comportementaux
pour **identifier les leviers &
les freins**

Comportement

attendu



- micro-pensées
- écrans

Conception

Motivation & aptitudes



Motivation

Probabilité de l'exécution
du comportement



Faible

Forte



Motivation
intrinsèque
profonde



Motivation
extrinsèque



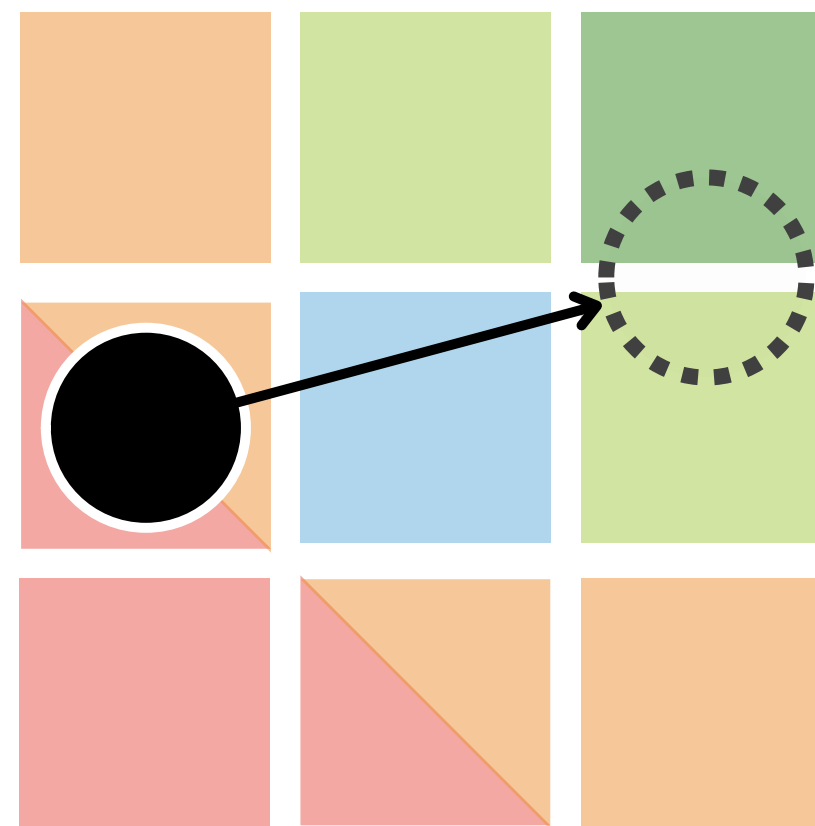
Peur profonde

« Je n'y connais pas grand-chose. »
« Je sais que j'aurai une retraite ridicule... »
« Oulala... je n'ai pas l'habitude. »
« Les questions sont compliquées. »
« J'ai peur de faire une erreur. »
« Je regarderai ça plus tard. »

élevée

moyenne

faible



difficile

moyen

facile

« Ah oui... si demain je perds 30 % de mon salaire... »
« Je ne sais pas comment je ferais. »
« Je n'ai jamais vraiment anticipé ça. »
« Ça me concerne plus que je ne le pensais. »
« Je vois très bien la situation. »
« C'est plus simple que je ne l'imaginais. »
« Ok... je vois ce que je dois faire. »



Aptitudes



Habitudes



Connaissances théoriques



Compétences

Conversions x4

Ce n'est pas le PER qui a changé.

**C'est l'ordre et la nature
des micro-pensées déclenchées.**

« Les produits de prévoyance se vendent mal »

Ce que font 90 % des entreprises aujourd'hui

- Besoins
- Attentes
- Fonctionnalités utiles
- Expérience idéale
- Personas
- ...

- **formation** d'une journée

Recherche



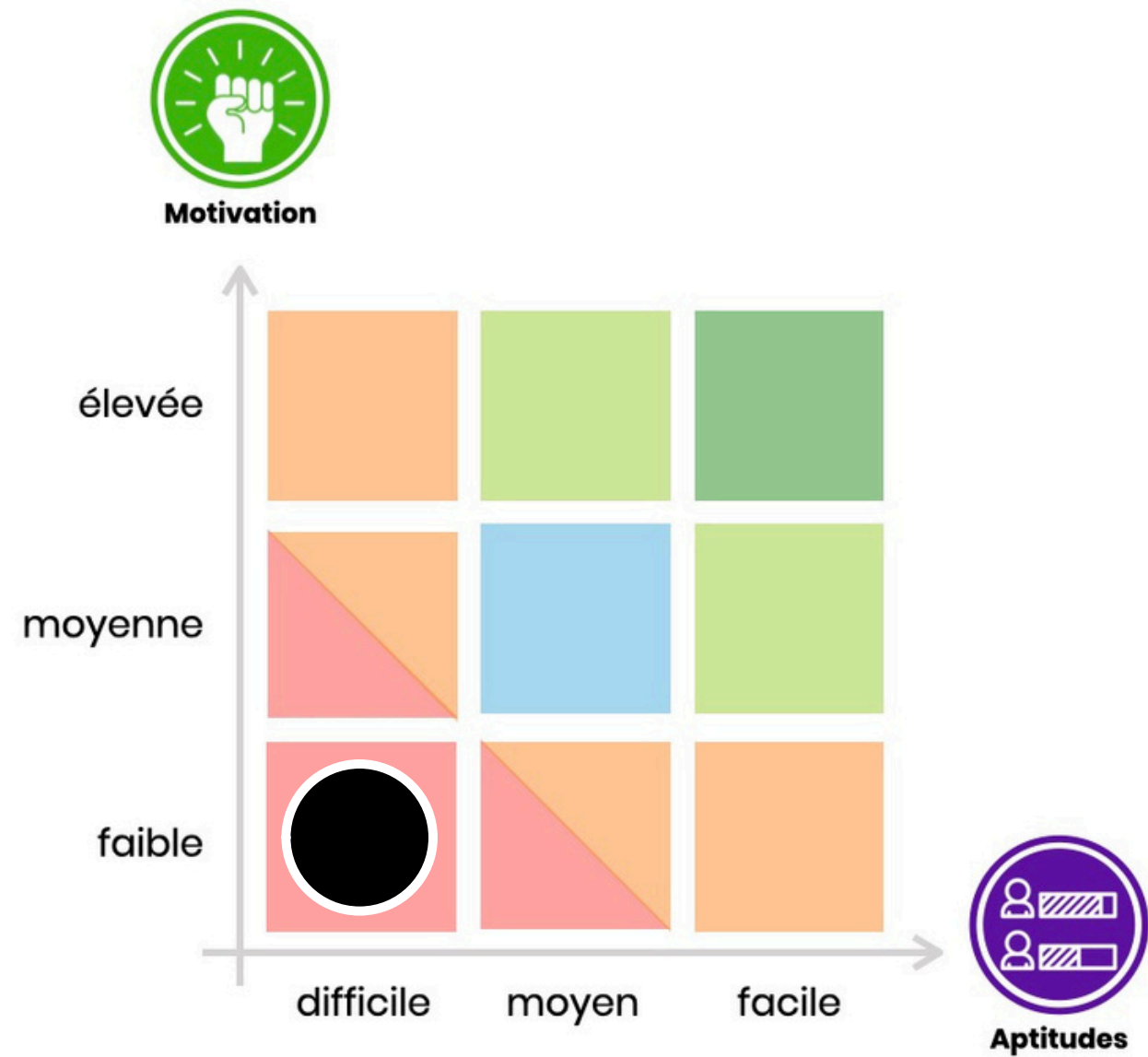
Conception



Comportement



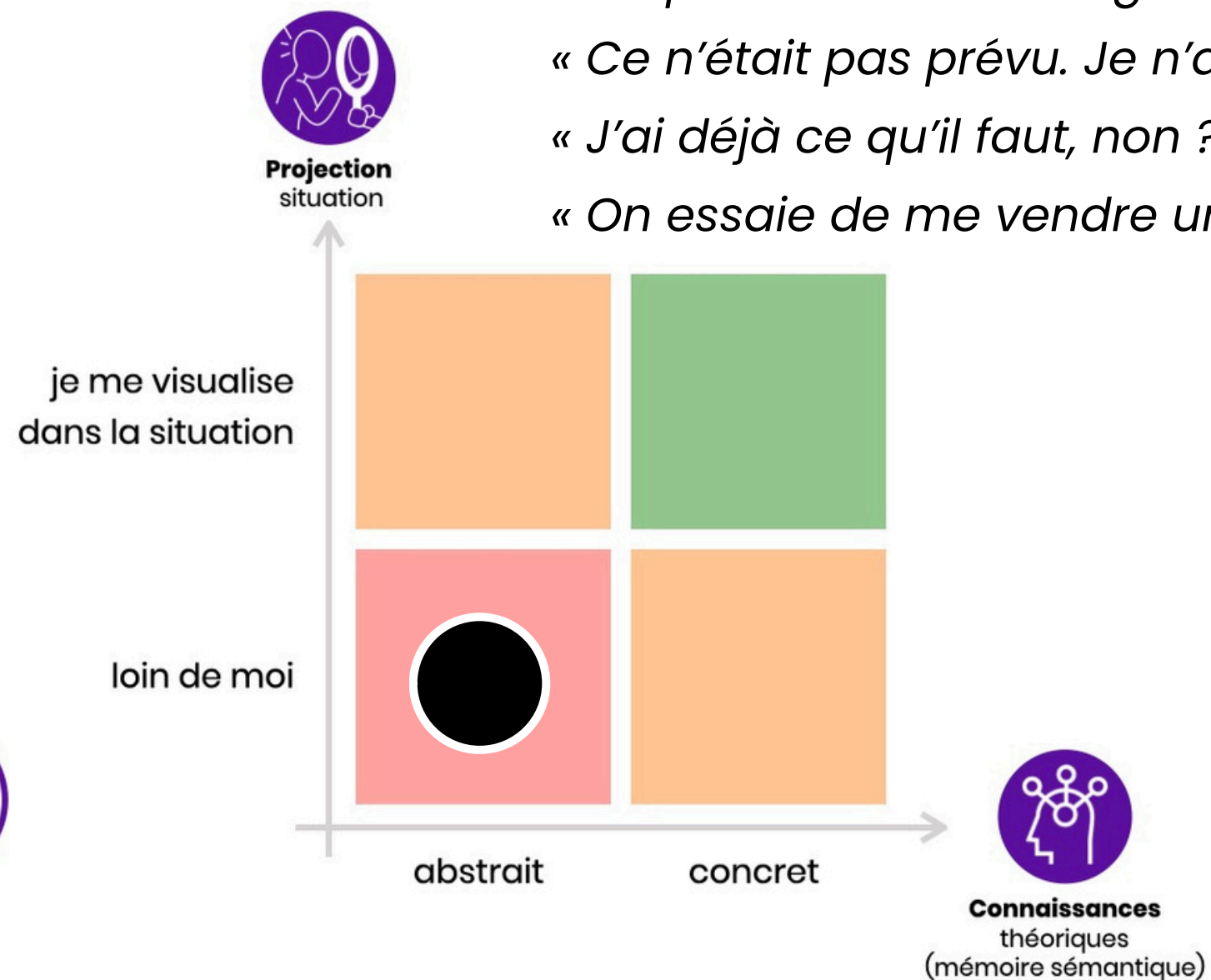
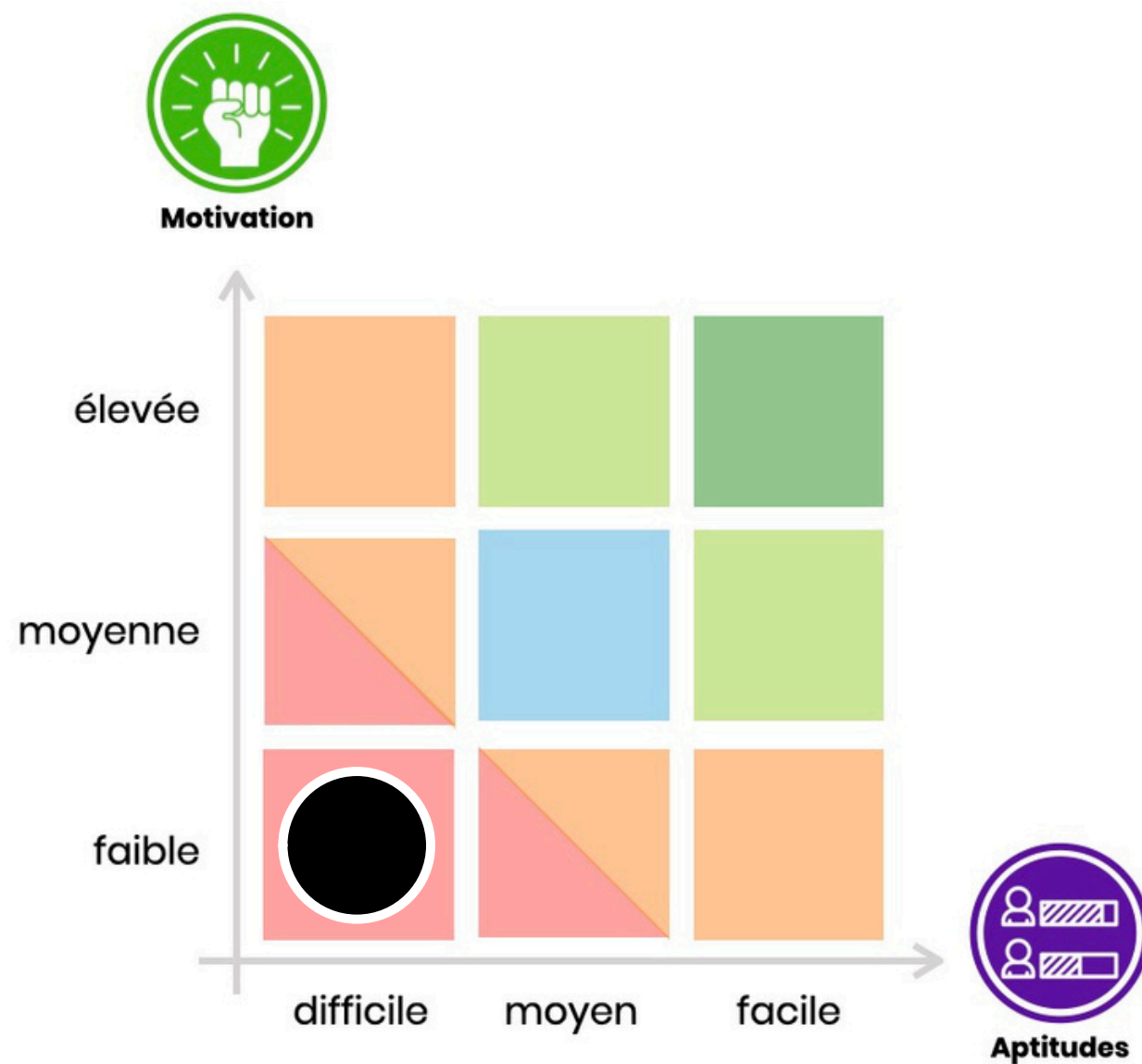
Conseillers



- « Ce n'est pas le sujet initial du RDV... »
- « Je vais avoir l'air lourd. »
- « Je ne suis pas hyper à l'aise sur ce produit. »
- « Je ne veux pas lui faire peur. »
- « J'espère qu'il ne va pas poser trop de questions. »

Conseillers

Client



« Je ne vois pas bien à quoi ça sert. »
 « On parle de choses négatives là... »
 « Ce n'était pas prévu. Je n'ai rien demandé. »
 « J'ai déjà ce qu'il faut, non ? »
 « On essaie de me vendre un truc en plus. »

« Ce n'est pas le sujet initial du RDV... »
 « Je vais avoir l'air lourd. »
 « Je ne suis pas hyper à l'aise sur ce produit. »
 « Je ne veux pas lui faire peur. »
 « J'espère qu'il ne va pas poser trop de questions. »

**Un conseiller stressé + un client défensif
 = probabilité de vente très faible.**

« Les produits de prévoyance se vendent mal »

Ce qui a été fait

**Psychologie
commune à 70% des
clients & conseillers.**

Comportement

actuel



**Modèles comportementaux
pour identifier les leviers &
les freins**

Comportement

attendu



- micro-pensées
- dialogue de vente

Conception

Exemple de technique : l'effet d'amorce



Amorce en début
d'entretien

Dialogue sur la
prévoyance

- permet de **parler d'un sujet sensible en le temporisant.**
- **préparer le terrain émotionnel** sans que le client n'y soit confronté immédiatement.

+30% ventes produits prévoyance

Ce n'est pas la prévoyance qui est difficile à vendre.

Il faut connaître les micro-pensées des conseillers et des clients.

La relation client n'existe pas dans vos outils.

Elle n'existe que dans le **cerveau du client**.



Marc Van Rymenant

+352 621 51 20 00

marc@sapiensUX.com

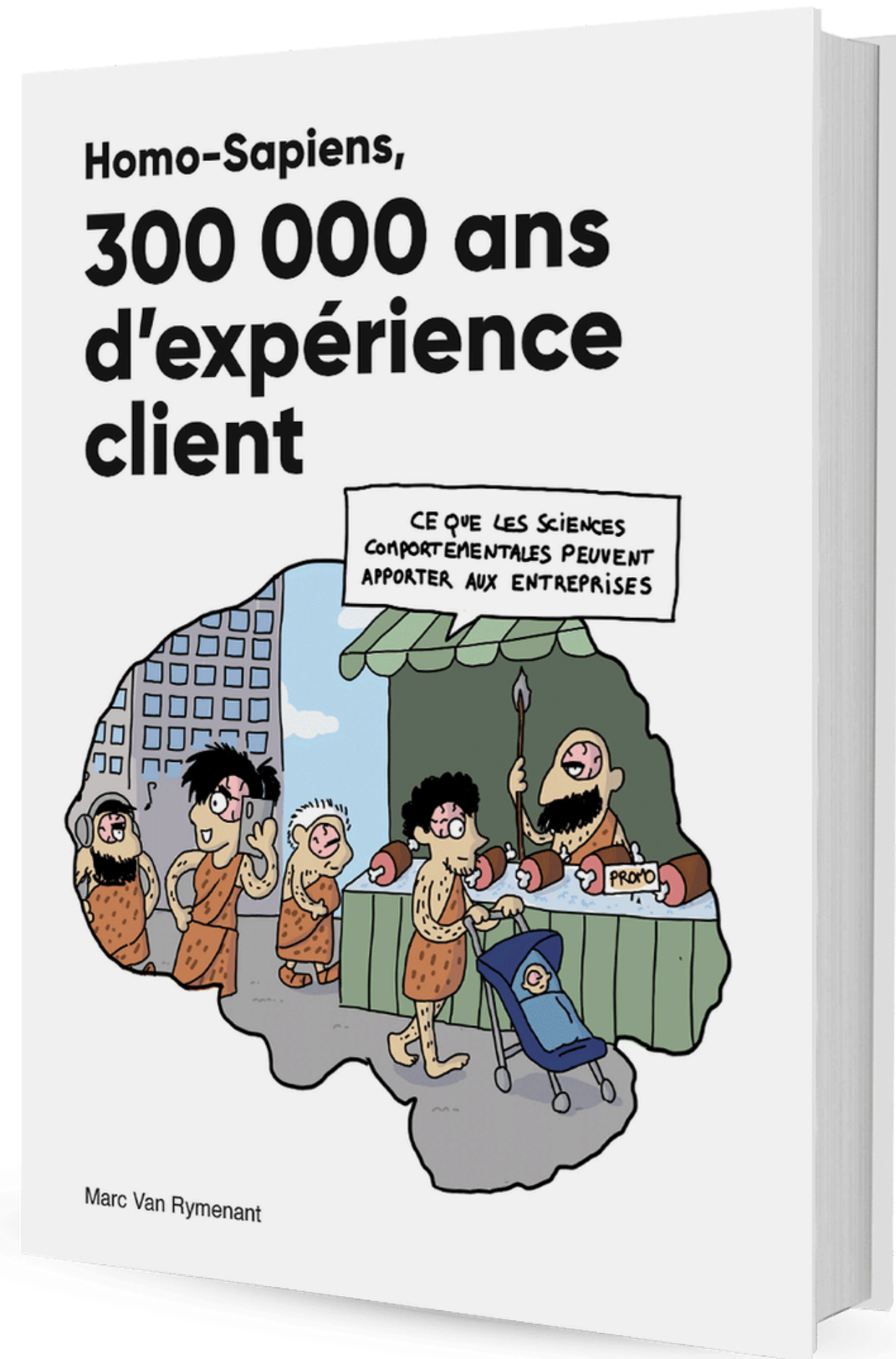
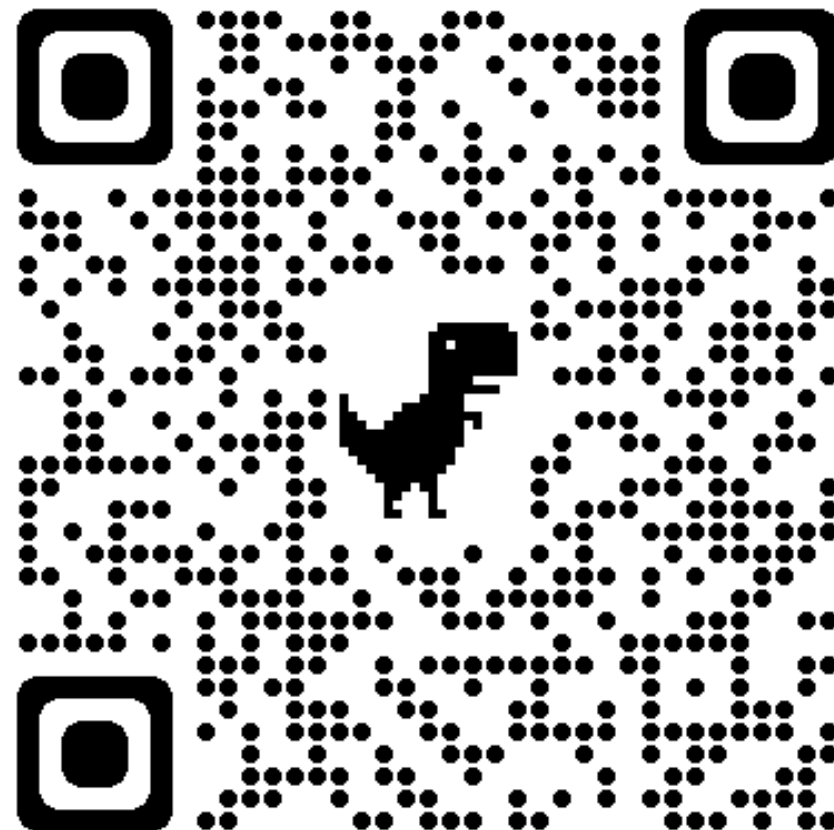


Table ronde

Les nouveaux parcours client : le bon équilibre entre IA et relationnel

Projet 2024 - Grille notation agent

< coute : Réalisées Ecoute : Rejetées WIKI Ecoute Assistée : A faire > | Exports

Lignes 1 à 10 sur 32
<< < | 2 3 4 > >>

laurent - EquipeDemo
Superviseur Véronique
 06/03/2025 13:40:30 CV_IAV
Durée communication NC
Employee Effort Score **5**

1:08 / 1:46

Evaluation à faire

Mots-clé

sinistre déclaration questions pièces justificatives

processus dommages dossier traité

traitement du dossier journée contact

J'ai déclaré un sinistre il y a quelques jours et l'assureur me demande maintenant des pièces justificatives.

La cliente est furieuse car l'expert n'est pas encore passé.

Elle n'avait pas son code client, l'agent a utilisé son numéro de téléphone.

La visite de l'expert avait été décalée d'une semaine.

Une expertise en visio a été proposée en alternative.

La visio expertise est prévue pour le 07/03 à 9h

frédéric - EquipeDemo
Superviseur NC
 06/01/2025 10:19:10 CV_IAV

Evaluation à faire

Mots-clé

remboursement numéro de contrat position

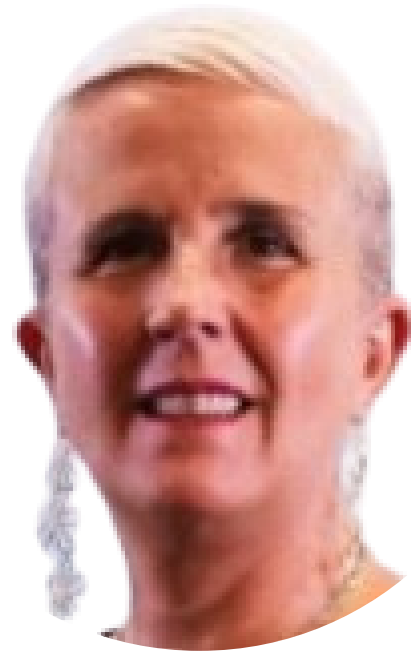
voyage annulé date d'annulation réponse services

Les nouveaux parcours client : le bon équilibre entre IA et relationnel



**Tanguy
Vincent**

Product Manager
Innovation
(DSID/SEC)



**Christèle
Grand Jean**

Responsable
Pilotage
et Maitrise des
risques



**Anne Combes
de Pradès**

Lead designer
approche
relationnelle
sociétaire



**Martial
Ramspacher**

Lead designer
approche
relationnelle
sociétaire



**Magali
Tassery**

Présidente



AG2R LA MONDIALE



l'avenir en toute confiance

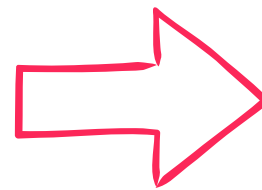


FranceCare
Mon assistant santé personnalisé

Le parcours SVI visuel

Suite à votre appel, faites votre demande en toute autonomie via ce lien sécurisé :

<https://www.ag2rlamondiale.fr/svi/part/MEVT?gb=FMPAUi48> .



19:42 5G 62

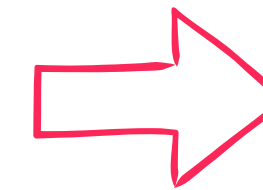
ag2rlamondiale.fr/svi/

AG2R LA MONDIALE

J'ai une question concernant...

Choisir l'une des propositions ci-dessous :

- La carte de tiers-payant
- Un décompte de remboursement santé
- Une attestation d'appartenance à la mutuelle
- Un certificat de radiation
- Une attestation de non remboursement
- Une attestation ou un échéancier de paiement



19:45 5G 62

AG2R LA MONDIALE

Précédent [Recommencer](#)

Une attestation ou un échéancier de paiement

L'attestation de paiement justifie du bon paiement des cotisations à votre contrat santé.

L'échéancier de paiement précise le montant des cotisations à venir, sur l'année en cours, pour votre contrat santé.

Souhaitez-vous une attestation concernant :

- Le paiement des cotisations passées
- Le montant des cotisations à venir

Ou vous préférez :

Contactez le service client

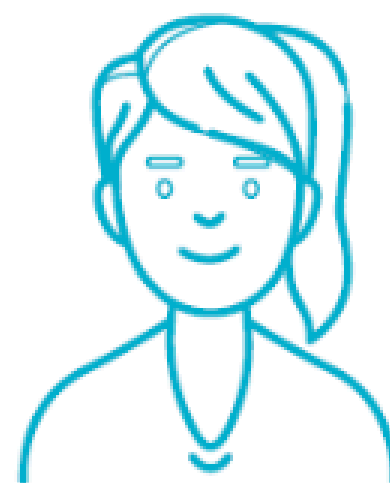
Vous souhaitez vous assurer d'être bien couvert tout en maîtrisant votre budget, contactez notre service commercial au **09 69 39 17 32**.
(du lundi au vendredi de 8h30 - 18h)



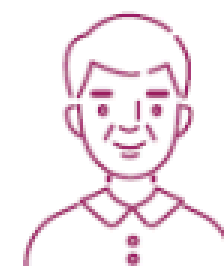
Chiffres clés 2025

La Cipav est la plus importante des 10 sections professionnelles

En 2025, elle verse chaque mois des pensions à
231 606 prestataires



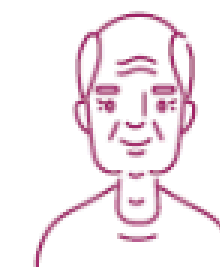
412 219
assurés



171 564
professionnels
libéraux



240 655
micro-entrepreneurs



231 606
prestataires



Chiffres clés 2025

La Cipav est la plus importante des 10 sections professionnelles

Les engagements de la Cipav concernent plus **d'un million quatre cent mille professionnels libéraux non retraités** qui ont acquis des droits futurs à la retraite auprès d'elle.

1 milliard dix millions d'€

Montant annuel des prestations versées en 2025 en euros (retraite + autres prestations)

11 milliards

Montant des réserves (en euros)

5 millions

Montant alloué à l'Action sociale (en euros)



Séréna, le nouveau CallBot de la Cipav

**Un assistant vocal
disponible 24h/24 et 7j/7**

75 % des demandes sont entièrement
traitées par le callbot;

25 % donnent lieu à l'enregistrement d'un
ticket pour être rappelé.





Relation client accueil

Les experts retraite de la Cipav sont joignables via tous les canaux :

- par téléphone
- via l'espace en ligne
- en rendez-vous physique
- ou en visio, un format qui rencontre un vrai succès car il combine proximité et flexibilité.

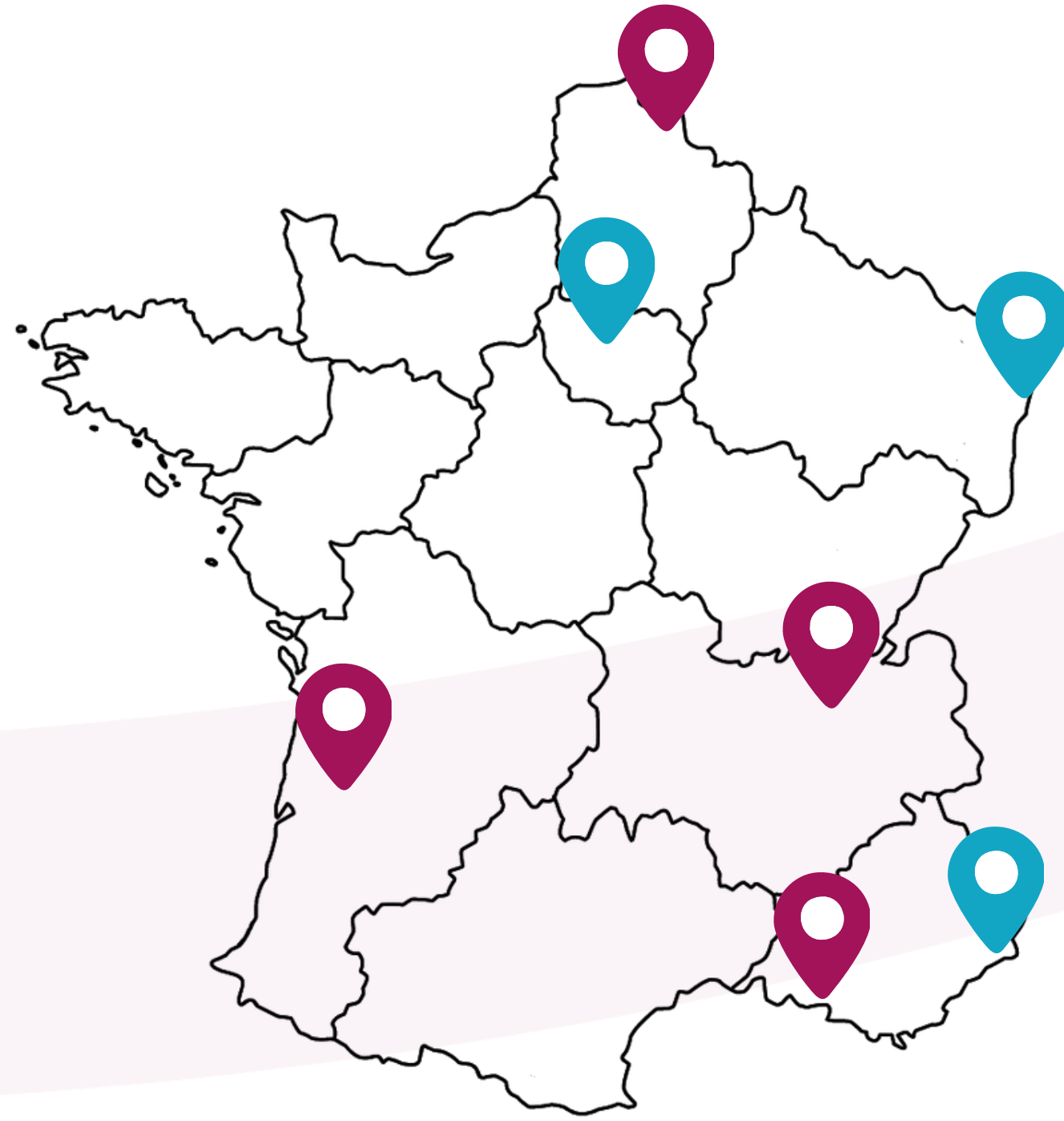




Relation client accueil

Et dans toutes ces villes :

- Nice
- Paris (Saint Ouen)
- Lille
- Marseille
- Lyon
- Bordeaux
- Strasbourg



La stratégie des lieux





Chaque année

**34% des Français
renoncent aux
soins et à la Santé**

C'est plus de 6 Français sur 10 ces 5 dernières années

Et si en choisissant
une démarche pro-active...

on pouvait
**transformer un sinistre évité
en fidélisation gagnée ?**



**L'humain en front-office.
L'IA en back-office.**

Parce qu'en situation de crise,
on ne cherche pas de l'information.

On cherche quelqu'un en qui avoir confiance.

Et la confiance...

**c'est le premier pas vers l'alliance
thérapeutique.**

L'observance. La prévention.



Et si la vraie question était

~~« comment réduire vos sinistres » ?~~

« comment être là avant » ?

 **FranceCare**
Mon assistant santé personnalisé

Pause networking – 20 mins



Transformer les contraintes réglementaires en levier de performance : le rôle clé de la gestion des connaissances

Transformer les contraintes réglementaires en levier de performance : le rôle clé de la gestion des connaissances



Tanguy Vincent
Product Manager
Innovation (DSID/SEC)



Elodie Goulet
Réfèrent métier – Service
de l'Aide sociale



Julien Riberolle
Responsable
opérationnel



Solène Nassif
Responsable
Customer Success



Relation adhérent : quels leviers distinguent les organisations les plus performantes ?

Relation adhérent : quels leviers distinguent les organisations les plus performantes ?



Stéphanie Chabrier

Responsable de
l'expérience client

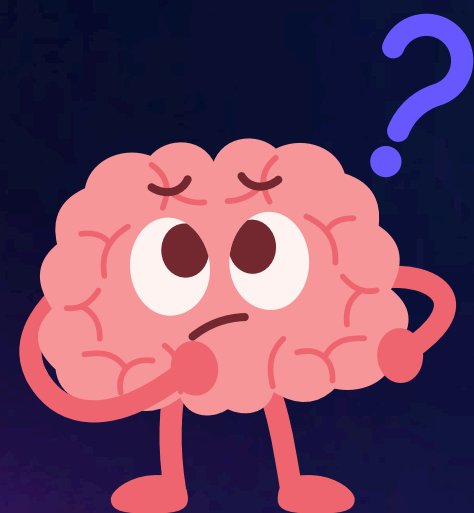


Gautier de Rougé

Directeur Commercial



Ce qu'il fallait retenir...



Conclusion de la matinale

Bruno Huss – Président ADOM



*Solidarité
avec les
soignants*

**3500 salles de repos de soignants
rééquipées depuis 2020**



Cocktail déjeunatoire



Matinale 

***Personnalisation, proactivité et
confiance : la nouvelle équation
relation client***

 eloquant

 Mayday

 Onepilot

 eloquant

 Mayday

 Onepilot

Matinale ADOM

