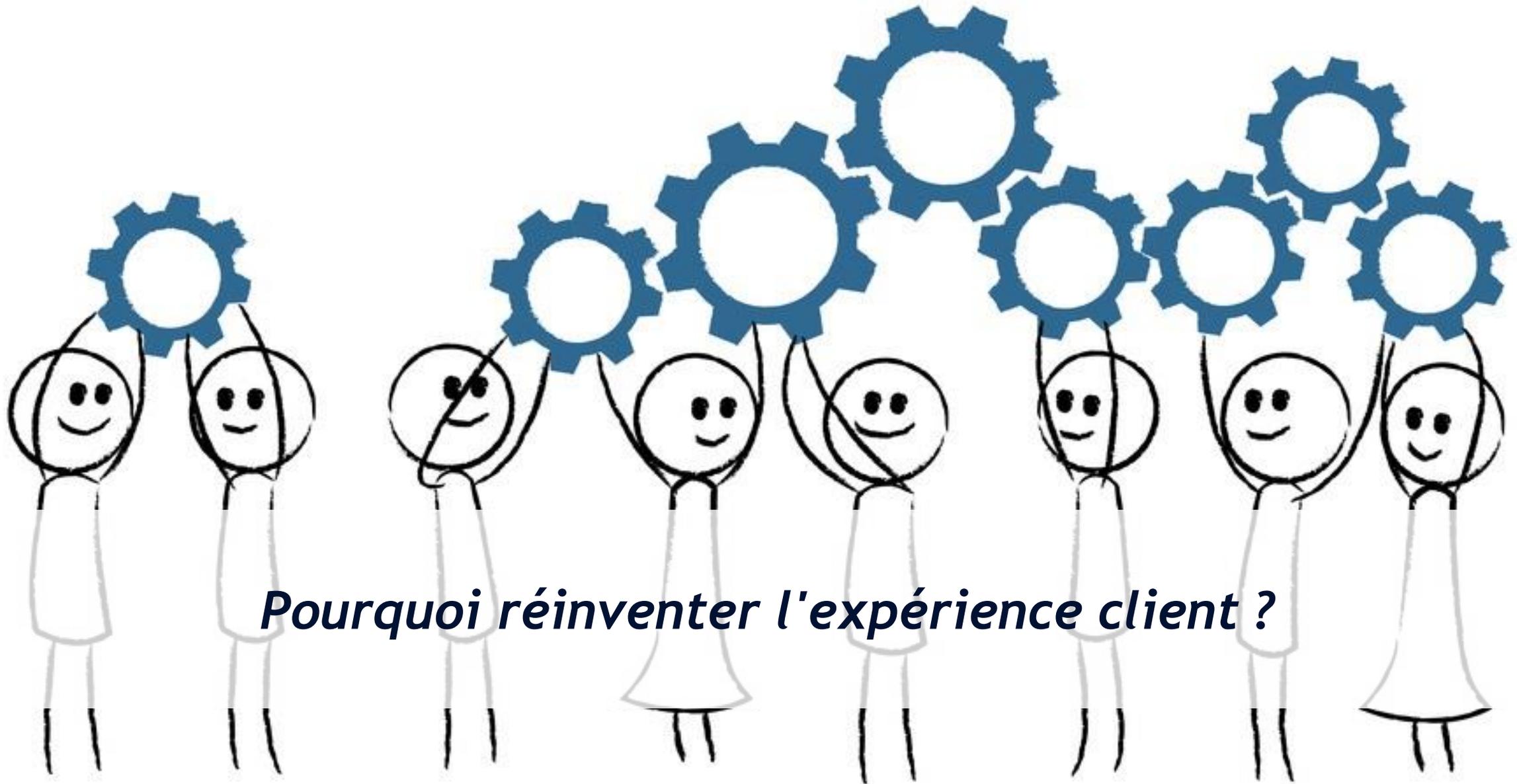




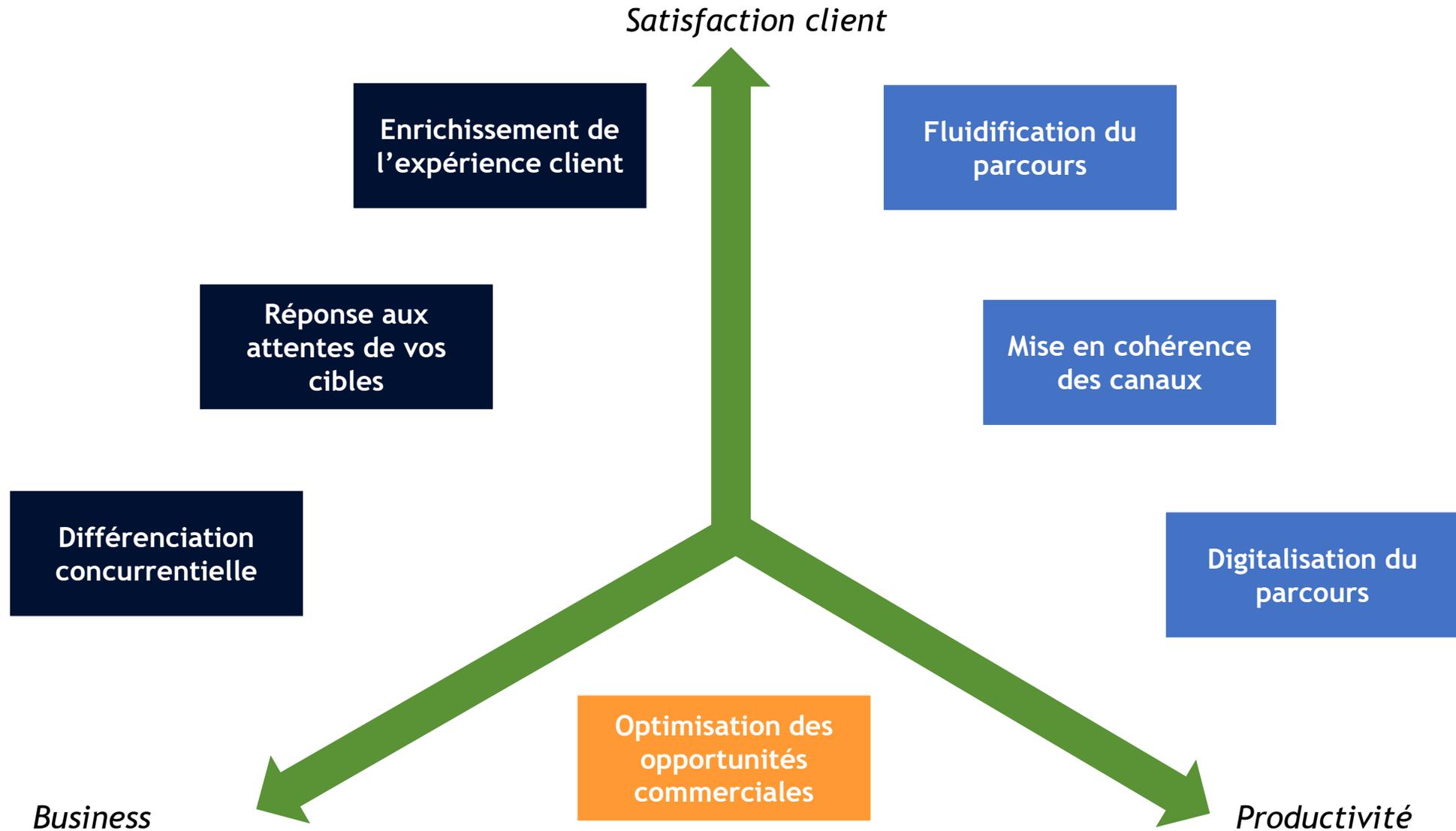
**WEBINAIRE**

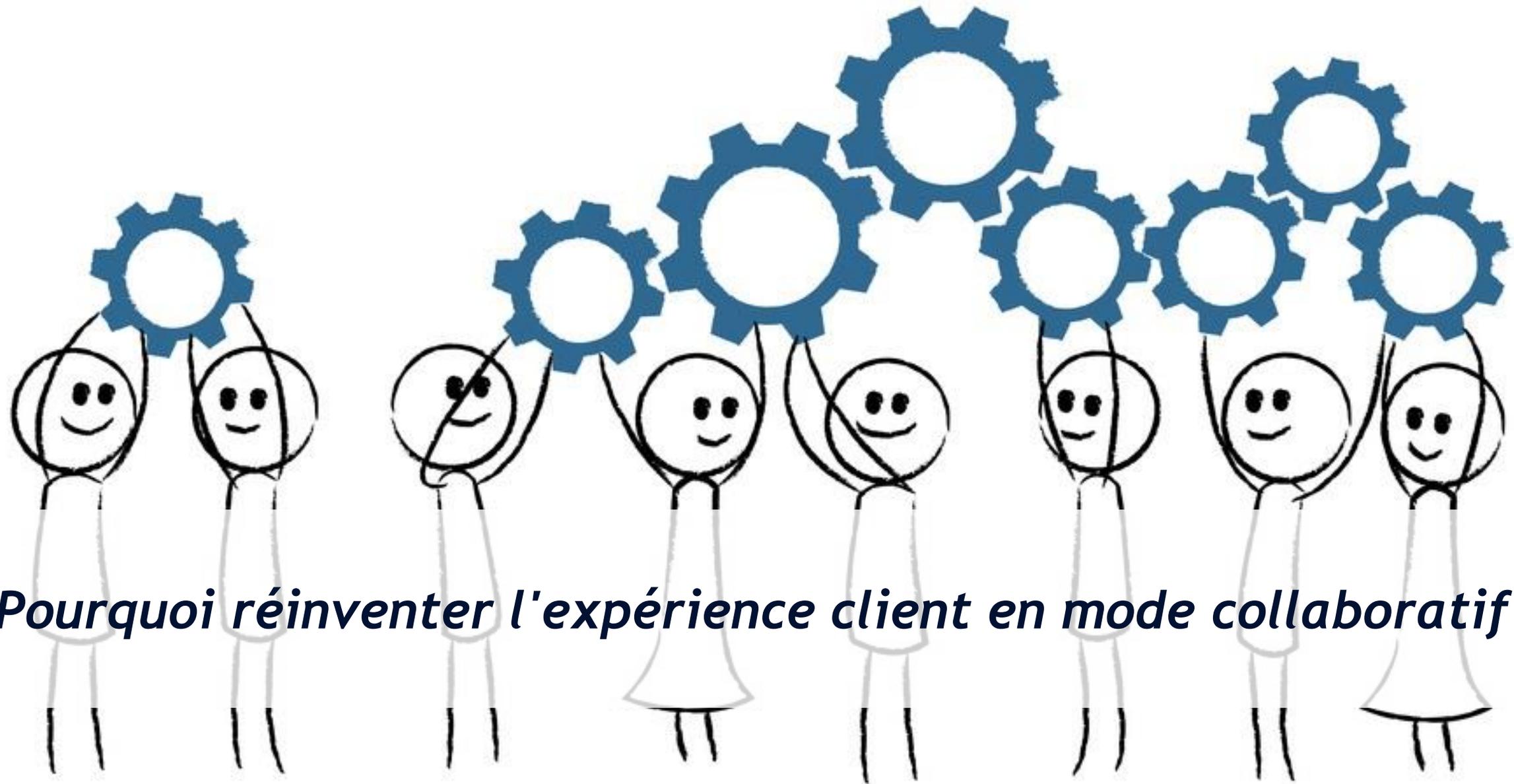
**REINVENTEZ L'EXPERIENCE CLIENT  
EN MODE COLLABORATIF**



***Pourquoi réinventer l'expérience client ?***

# Pourquoi réinventer l'expérience client ?





***Pourquoi réinventer l'expérience client en mode collaboratif ?***

**Avoir une vision partagée à 360°  
pour proposer une expérience client réellement centrée client**



**Embarquer, mobiliser les acteurs concernés... pour des réponses pertinentes et pour gagner du temps dans la mise en œuvre**



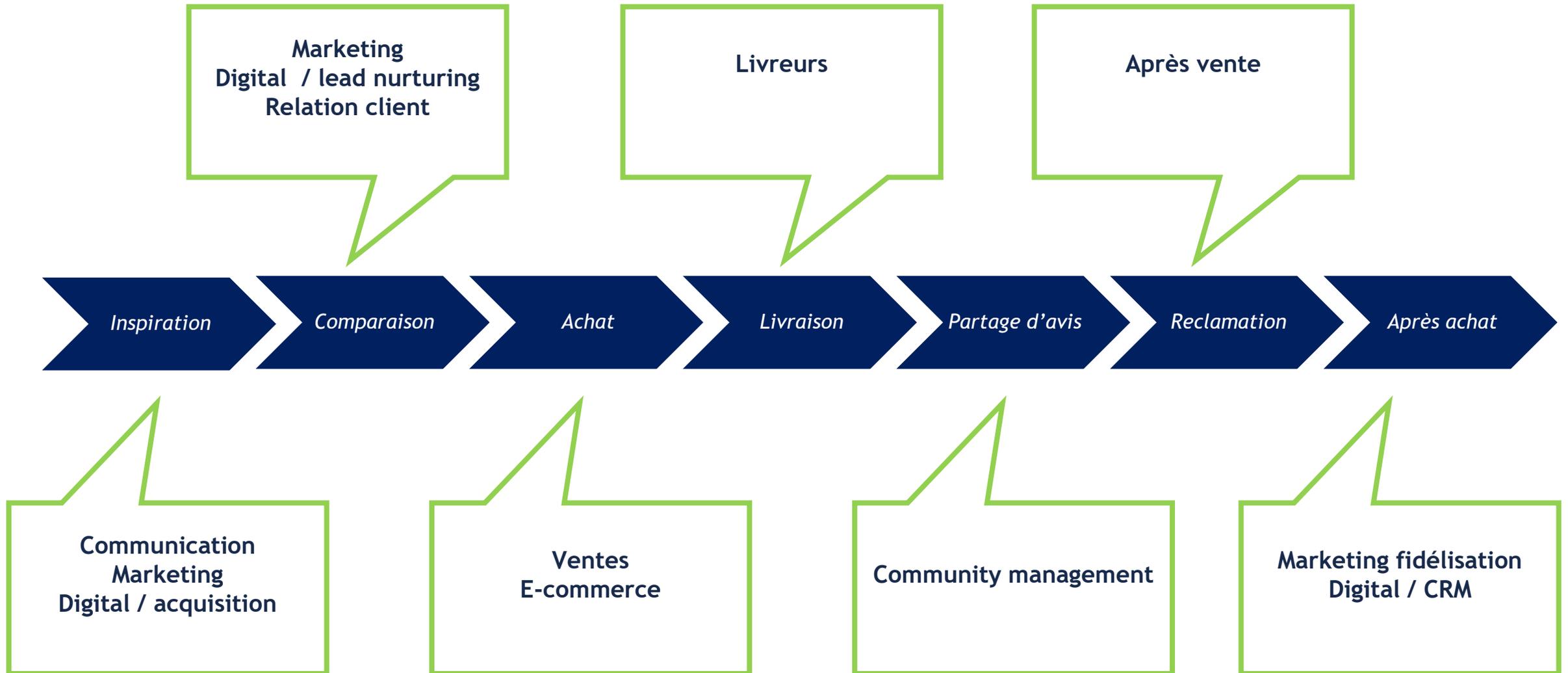
# Gagner du temps

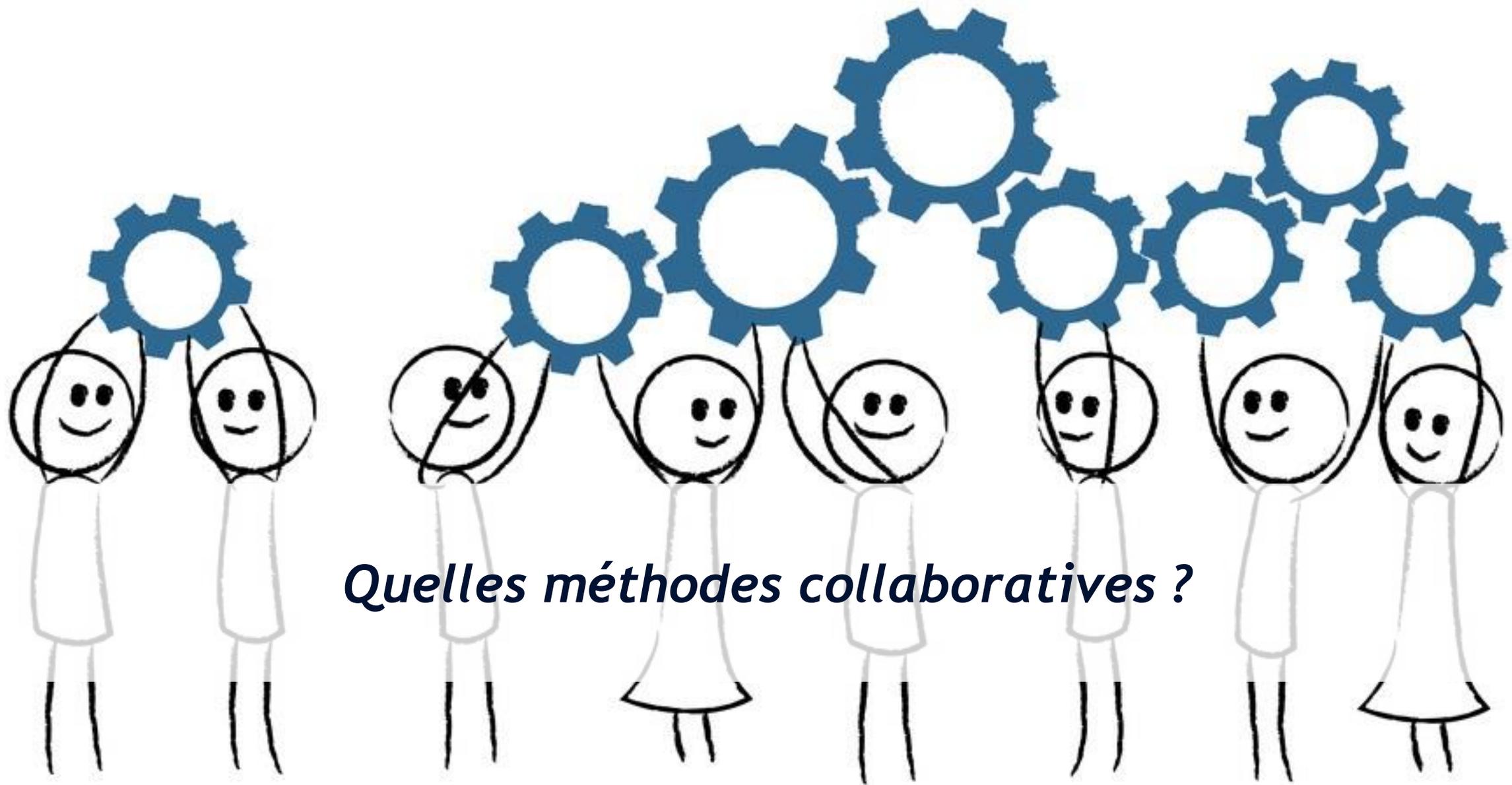




*Qui intégrer dans la démarche ?*

# Les collaborateurs en contact avec le client tout au long de son parcours





*Quelles méthodes collaboratives ?*

## Le workshop créatif



8 à 10 personnes de différents départements

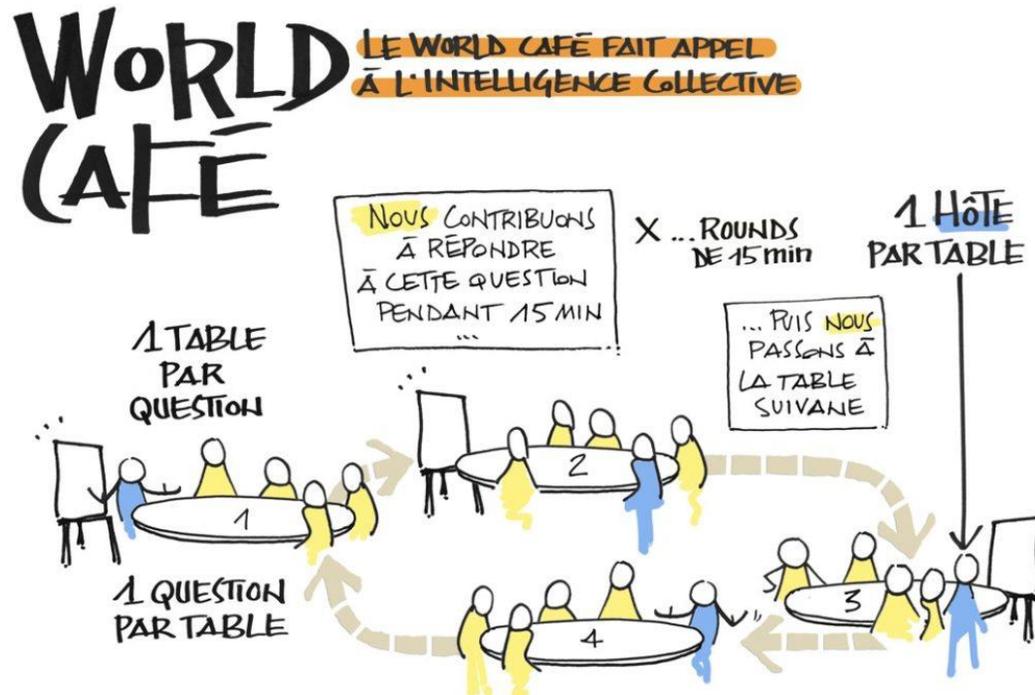
Prévoir plusieurs workshops en fonction de la complexité des parcours :

- Workshop par persona
- Workshop par macro étape
- Workshop par type d'offres

Méthodologie "classique" de brainstorming

Durée 3 h

# Le world café



De 12 à 50 personnes

Constitution de sous groupes : par étape du parcours, par persona, par type d'offre...

Les participants contribuent à tous les sous-groupes et se re-mélangent entre chaque round

1 hôte (animateur) pour chaque table

Durée : ½ journée

## Le forum ouvert



De 12 à plusieurs centaines de personnes

Cadre de créativité très ouvert : ce sont les participants qui proposent les sujets de travail sur un sujet large

De la créativité à la priorisation

Chaque participant participe à 1 ou plusieurs sujets.

Groupes de travail auto-gérés

Durée : ½ à 1 jour



***Comment choisir le bon dispositif ?***

## Choisir le bon dispositif d'intelligence collective pour co-créer les solutions

|                      | Workshop créatif                                   | World café  | Forum ouvert                               |
|----------------------|---|--|--|
| Périmètre          | Restreint   | Intermédiaire   | Large                                      |
| Culture d'entreprise | Participatif, hiérarchie forte                     | Intermédiaire   | Autonomie, responsabilisation, empowerment |
| Nombre de personnes  | 8 à 10   | 12 à 50   | 12 à plusieurs centaines                  |
| Temps                | 3h  |    journée  |    journée à 1 jour                      |
| Livrable             | Idées  | Idées   | Fiches chantiers                           |
| Animation            | 1 animateur habitée aux méthodes de brainstorming | 1 animateur qui maîtrise le world café + 1 hôte / animateur par table | 1 animateur qui maîtrise le forum ouvert  |



*Focus sur 2 cas clients*

## Word Café

The logo for JCDecaux, featuring the company name in a bold, blue, sans-serif font. A thin blue line is positioned above the text, starting from the left edge of the 'J' and extending to the right, then turning down to form a vertical line on the left side of the 'C'.

### Contexte

Le département DATA CORPORATE de JC DECAUX a pour mission de définir et mettre en place des solutions data et accompagner les filiales dans la réalisation de leurs projets data.

### Réponse apportée

Organisation d'un world café en anglais réunissant les équipes de DATACORP et les correspondants Data des filiales pour faire émerger les outils et le mode relationnel souhaités à chaque étape du process entre le corporate et les filiales.

### Objectifs

Aider le département DATACORP à mieux répondre aux besoins de ses clients internes.

Aider les pays à vendre les projets en internes, à les déployer et à les maintenir.

### Nb personnes

35 personnes,  
17 nationalités

### Durée

½ journée

# Word Café organisé pour JC Decaux

## Résultats

- Définition des actions et supports attendus de la part du corporate pour aider les pays à vendre les projets en internes, à les déployer et à les maintenir : 32 chantiers identifiés qui ont ensuite été priorisés
- Vision commune de l'équipe DATACORP des différents niveaux de maturité et des différents besoins des pays
- Amélioration de la communication et de l'efficacité de travail entre DATACORP et les filiales



# Forum ouvert



## Contexte

L'expérience client est un des piliers stratégiques majeurs de Kiloutou.

Après avoir commencé à travailler sur ce sujet avec une équipe projet restreinte, Kiloutou souhaite embarquer le top management pour en faire un vrai levier de conduite du changement.

## Réponse apportée

Organisation d'un forum ouvert réunissant le top management de l'entreprise pour partager le diagnostic de l'expérience client pour chaque persona et identifier les chantiers à mener pour réinventer l'expérience client

## Objectifs

Embarquer le top management dans le projet de réinvention de l'expérience client

### Nb personnes

75 personnes, 14 ateliers simultanés

### Durée

1 journée

## Question centrale du forum ouvert

Quels chantiers mener pour devenir le loueur préféré de nos clients ?

# Forum ouvert organisé pour Kiloutou

## Résultats

- 35 chantiers travaillés
- Un top management enthousiaste et embarqué
- Partage d'une vision commune sur un projet stratégique et ambitieux
- Décloisonnement, échanges de qualité, créativité (des pépites !)





***Bénéfices et facteurs clés de succès***

## Bénéfices

Des méthodes agiles et rapides

En présentiel ou en distanciel

Une vision customer centric partagée et alignée

Le décloisonnement entre services

Des actions concrètes pour optimiser l'Expérience client, des idées et solutions nouvelles

Des collaborateurs plus engagés, ce qui favorise la mise en action et conduite du changement

L'apprentissage de nouvelles manières de travailler ensemble qui favorisent l'agilité, la prise d'initiatives et la responsabilisation

# Les facteurs clés de succès

L'engagement de la  
Direction Générale dans la  
démarche

Le choix des participants  
(représentatifs de tous  
les services, ont envie)

L'écoute des idées de tous  
tous sur un même  
pied d'égalité (notion de  
cercle)

Pas de faux collaboratif  
: être prêt à mettre en  
œuvre les  
propositions des  
collaborateurs

Un facilitateur garant du  
cadre et qui maîtrise  
la méthodologie

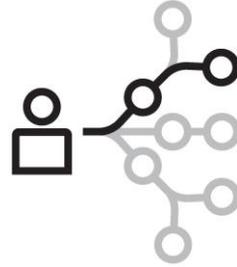


*Qui sommes-nous ?*

# Nos domaines d'expertise



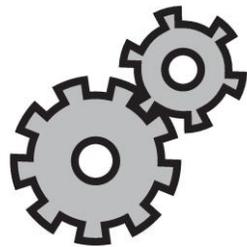
Persona



Parcours clients



Smart & Big Data



Marketing Automation



Fidélisation

# Notre ADN : culture client, mode collaboratif et pragmatisme !



# Nos références B to B

Distribution



Banque - assurance  
Prévoyance



Services aux  
entreprises



Industries  
Agro alimentaire



# Nos références B to C

Banques - Assurance -  
Prévoyance



Loisirs - Tourisme



Automobiles



Immobilier



Distribution



# Visitez le site stratello.com

**DES TUTOS**  
Chaine YouTube  
Les Tutos de Stratello



**DES TEMPLATES A  
TELECHARGER  
PARCOURS ET PERSONAS**



**DES INFOS  
REGULIERES  
VIA NOTRE NEWSLETTER**

SECTEUR : MUTUELLE ET ASSURANCE



### Les 3 défis à relever en expérience client dans le secteur Mutuelles et Assurances

Découvrez les principaux irritants d'un parcours client mutuelle/assurance et les attentes de leurs clients. Dans cet article on vous présente comment certains acteurs du marché, notamment les insurtech ont relevé les 3 défis pour l'Expérience client : Simplicité, Fluidité et plus d'expérientiel.  
[Lire l'article ...](#)

METHODOLOGIE



### Animation atelier interactif #Boostcamp Actito

Stratello a accompagné Actito à l'occasion de son 1er atelier #Boostcamp. L'idée était celle d'une séance interactive autour des bonnes pratiques pour développer des scénarios relationnels gagnants. Première session comment réengager les inactifs en 8 étapes ?  
[Lire l'article ...](#)

# Ne manquez pas notre prochain webinar



Webinaire

*8 étapes clés pour ré-engager  
vos inactifs*  
*Le jeudi 4 février à 11H00*

Pour être informé toute l'année de nos webinaires, abonnez-vous à notre chaîne  
<https://webikeo.fr/chaine/stratello/>

## Nous contacter

[www.stratello.com](http://www.stratello.com)

[contact@stratello.com](mailto:contact@stratello.com)

Tél.: +33 (1) 84 73 05 62