

Neurosciences, relationnel et émotions : les 3 enjeux de la relation client en 2025 !

Au sommaire

- Pourquoi miser sur l'émotion et le relationnel ?
- Neurosciences et expérience client
- L'importance de l'intelligence relationnelle
- Le rôle clé de la voix du client et des conseillers
- Ce qu'il fallait retenir...



Vos intervenants



Véronique LUPO
Responsable Relation
Client



Laurent TROJANI
Responsable de
l'expérience client



**Marc VAN
RYMENANT**
Auteur & consultant



Les chiffres clés du Groupe



153

Collaborateurs

106 M€

Chiffre d'affaires

138 M€

Fonds propres

23

Personnes au service client

42 000

Personnes protégées en individuel

56 500

Personnes protégées en entreprises

26 000

Personnes protégées en collectivités



Le partenaire facilitateur qui vous simplifie la vie



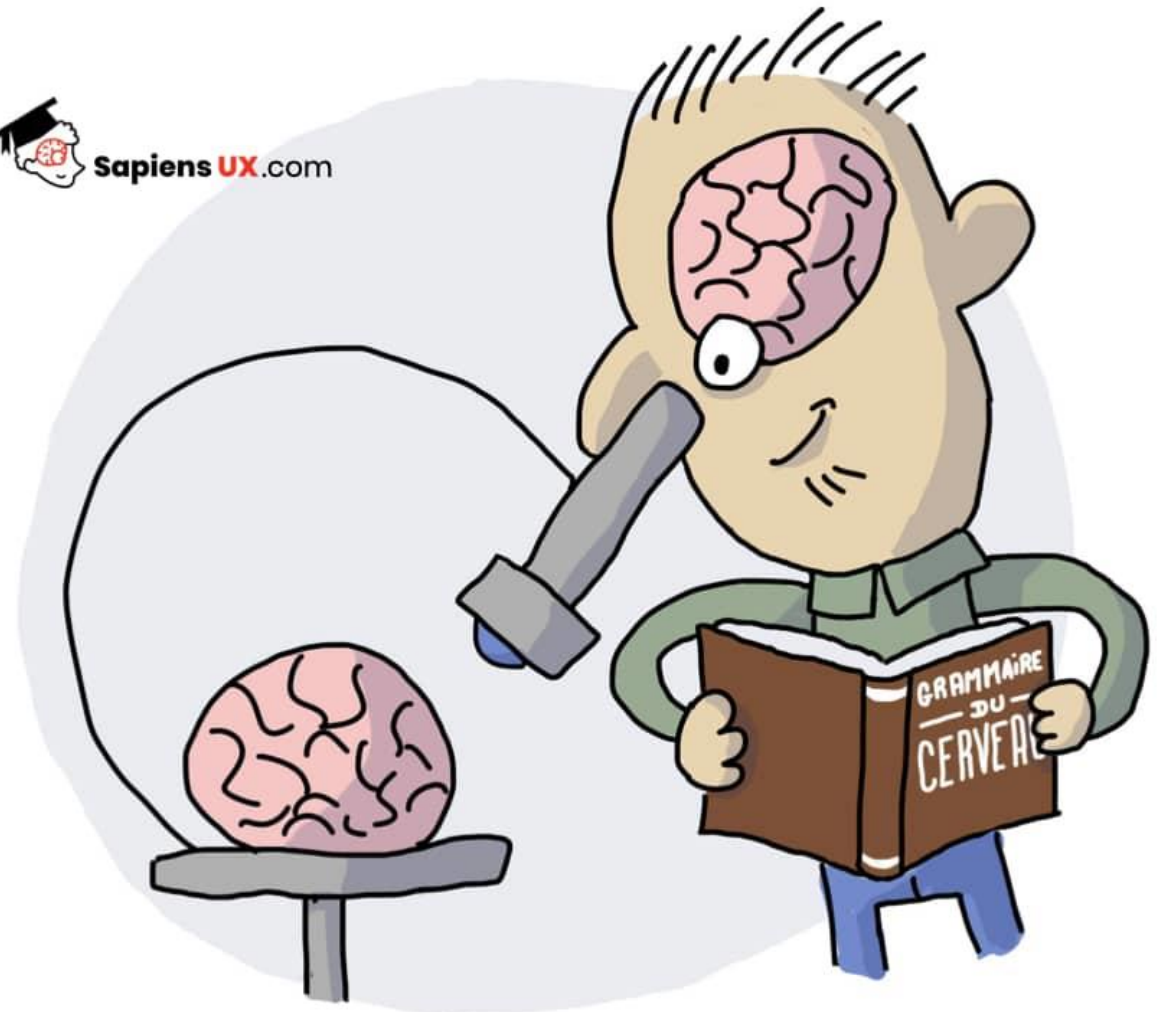
Fiabilité
Sécurité

Innovation
Technologie

Services
Valeur ajoutée



Marc Van Rymenant – SapiensUX.com



Eloquent, solution de Relation Client

Pour **gérer, orchestrer, mesurer et analyser 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
20 ans d'engagement



20 ans d'expérience
d'éditeur de logiciel en mode SaaS



120 experts à votre service



Notre offre 360°
choix de performance



450 millions
d'interactions



150 millions
d'enquêtes



Certifications
ISO 27 001 et 27 701
Sécurité des SI Confidentialité



Nos clients
et notre culture client



320 clients



+40 pays

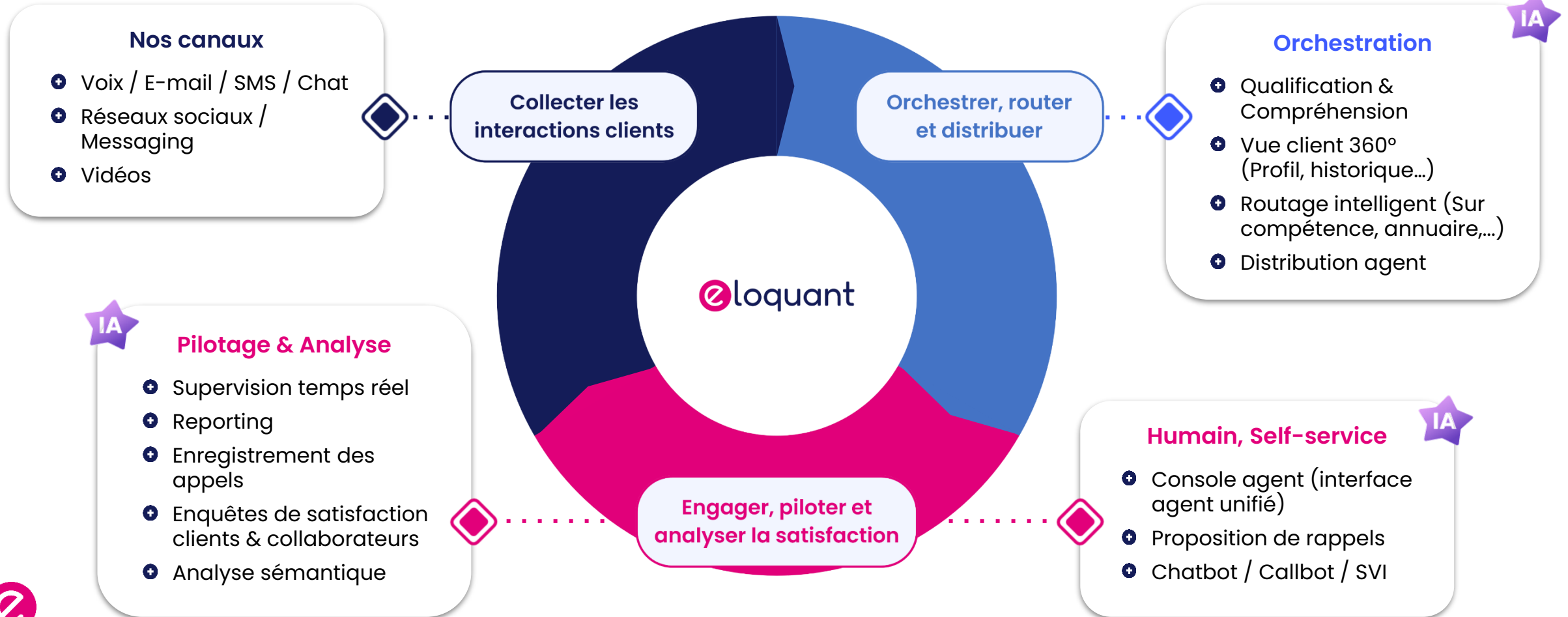


98% clients satisfaits



Fluidifiez et valorisez votre Relation Client avec Eloquant

Grâce à une plateforme cloud d'expérience client en mode SaaS



**Pourquoi miser sur l'émotion,
les neurosciences et le
relationnel ?**



La relation client est un maillon clé de l'expérience client

93%



La **qualité** de la relation client d'une entreprise influence **l'image** globale que vous en avez

89%



En cas de **déception** par rapport à la qualité de la relation client, vous pouvez changer d'avis et **ne pas acheter ou interrompre** votre abonnement.

90%



La qualité de la **relation** client influence la décision **d'achat** ou de **ré-achat**.

76%



En cas de **bonne expérience** avec un service client, vous êtes prêt à **dépenser plus** ou à être **plus fidèle**



Être joignable et répondre aux demandes ne suffit plus



Faire la différence



Être comme les autres



Être à la traine



Zone de danger





Neurosciences et expérience client



Sapiens UX



Noyaux Caudés

colore affectivement les décisions / jugements traités dans le avant de réaliser une action.

Globus Pallidus
niveau de motivation émotionnelle

Thalamus
filtrage proie/prédateur

Putamen
plaisir immédiat

Noyaux Accumbens
anticipation du plaisir

Amygdales
danger ou peur

1

BA 31
attention visuelle pour un stimulus jugé attractif

BA 23
transformation des émotions en intentions d'action

BA 24 & 32
perception des risques avant l'action

BA 26, 29 & 30
projection dans des situations déjà vécues / souvenir autobiographique

2

BA 6
mouvements moteurs (clics, ...)

BA 9 (droit)
raisonnements complexes

BA 9 (gauche)
gestion des émotions dans le processus de décision

BA 7 reconnaissance du contexte temporel + localisation

BA 17,18, 19
le "Où" : structure visuelle, attention sélective

BA 10
gestion des décisions incluant conflits et récompenses dont la gratification de soi

BA 11
perception de la valeur récompensante

BA 17,18, 19
le "Quoi" : familiarité, reconnaissance des objets

3

Cervelet
le « savoir-faire », automatisme, habitudes.

Application de la méthode Sapiens pour la vente de pompes à chaleur

- 1 Profilage comportemental
- 2 Micro-pensées
- 3 Formation
- 4 Renforcement



Comment expliquer ce qu'est une pompe à chaleur et son dimensionnement à un prospect ?



Des résultats concrets...

+13%

Performances commerciales



Des « petits rien » qui changent tout

+15%
de satisfaction client



+38%
de ventes en ligne



+36%
de ventes en ligne



+30%
taux de transformation



+200%
chiffre d'affaire online



+12%
de ventes en ligne



350 K€
réduction des coûts



140%
de ventes en ligne



+130%
activité sur le web banking



+6,75%
de taux de conversion



140%
de taux de conversion



+130%
d'activité des clients



+200%
devis santé



+132%
de taux de conversion



+60%
de commandes en ligne





L'importance de l'intelligence relationnelle



L'émotion au cœur de l'expérience Adhérents

Paroles d'adhérents

«Merci pour votre chaleur et l'accueil, je suis très satisfaite et vous remercie de votre gentillesse, merci infiniment»



«J'ai été très satisfaite d'avoir affaire à une personne avec qui nous avons pu avoir un véritable échange humain et c'était comme si je rencontrais la personne sans avoir besoin d'être à son guichet »

«Les adhérents sont contents de la personne qui leur répond et cela donne des ailes...je suis sous le charme de certains compliments »

«La conseillère était très aimable très professionnelle, à l'écoute et elle connaît très bien son métier, elle a répondu à toutes nos attentes et c'est super chaleureux »

Paroles de collaborateurs

«Les verbatim que je reçois, grâce aux enquêtes à chaud, sont une source de motivation à donner le meilleur de moi tant niveau relationnel que connaissance métier.

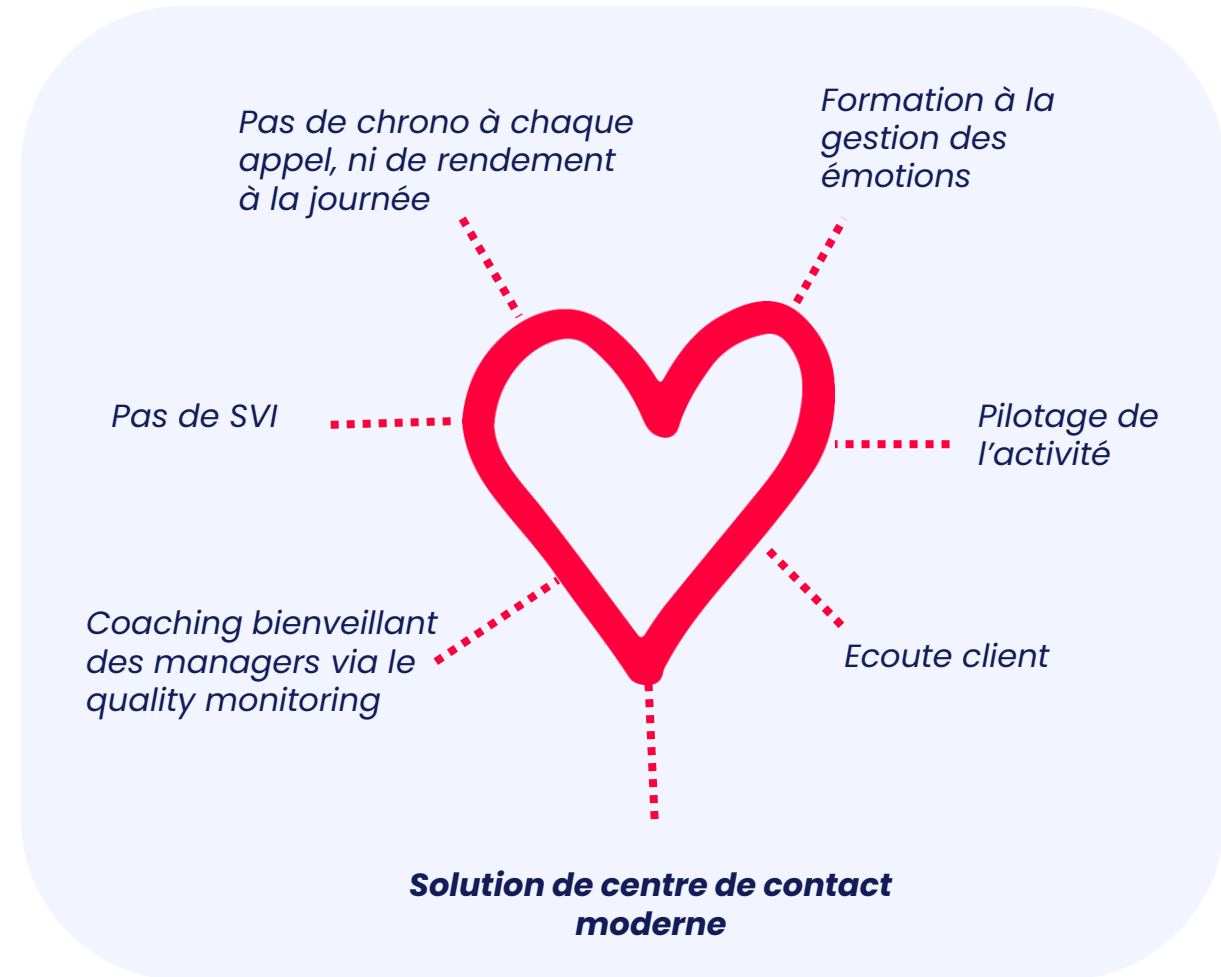
C'est gratifiant, les compliments à mon égard me donnent le sourire et me donne confiance en moi, en mes compétences et qualités relationnelles. »



Les adhérents au cœur de notre engagement mutuel

Objectif : marquer les esprits en nous démarquant et rendre nos adhérents "fans" de leur Mutuelle.

- Apporter à la Relation Adhérents **les outils, les bons réflexes et le discours adapté** pour satisfaire les attentes de chaque adhérent.
- **Renforcer nos liens avec empathie et bienveillance**, chaque adhérent est précieux, et notre métier est de le protéger.
- Mettre de l'humain, du cœur et **de l'émotion** dans chaque interaction.
- Mesurer et piloter la satisfaction client pour **donner du sens**





Le rôle clé de la voix du client et des conseillers à l'ère de l'IA

bouygues TELECOM  Pro | KEYYO



Un programme d'expérience client / collaborateur sur 3 grands principes



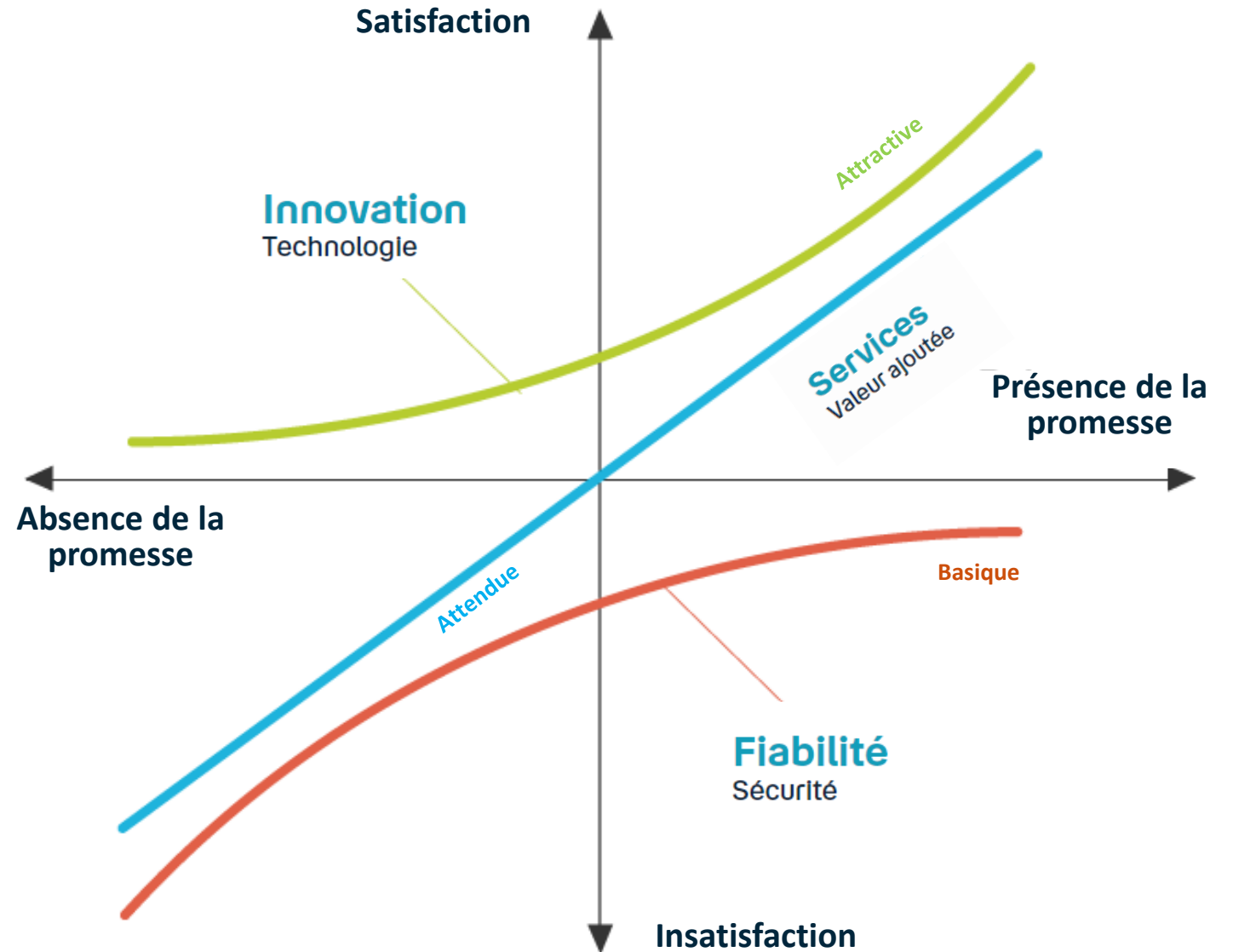
1 Ecouter et satisfaire les besoins des clients

- Libérer les énergies au service du client

2 (Culture client)

- Corriger (le plus rapidement possible) quand le

3 but n'est pas atteint



Trouver la bonne combinaison relationnelle et émotionnelle

ECOUTE DES PARTIES PRENANTES

ECOUTE COLLABORATEUR

GENERATIVE AI

ECOUTE CLIENT

QUALITE

QUALITE PRODUITE

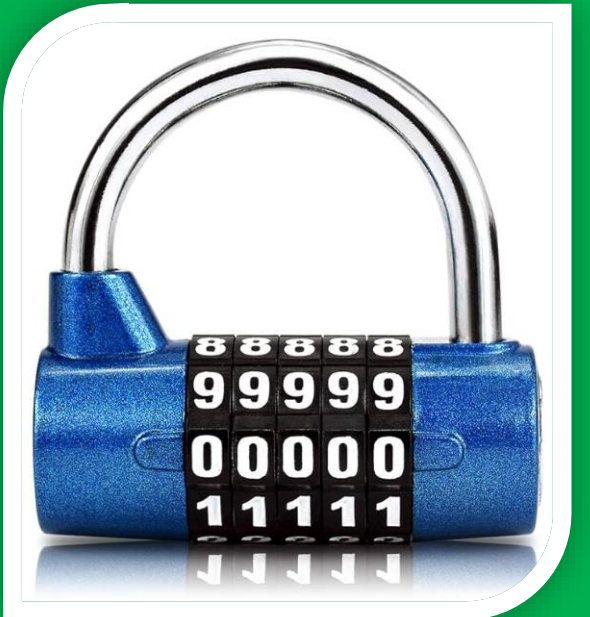
Questionnaires orientés processus (sondages)
Mesure de la Qualité Interne
Lean Six Sigma

QUALITE PERCUE

Customer FeedBack Management
Focus parcours omni-canal
Customer Journey Mapping => attentes clients,
irritants clients, effort Client

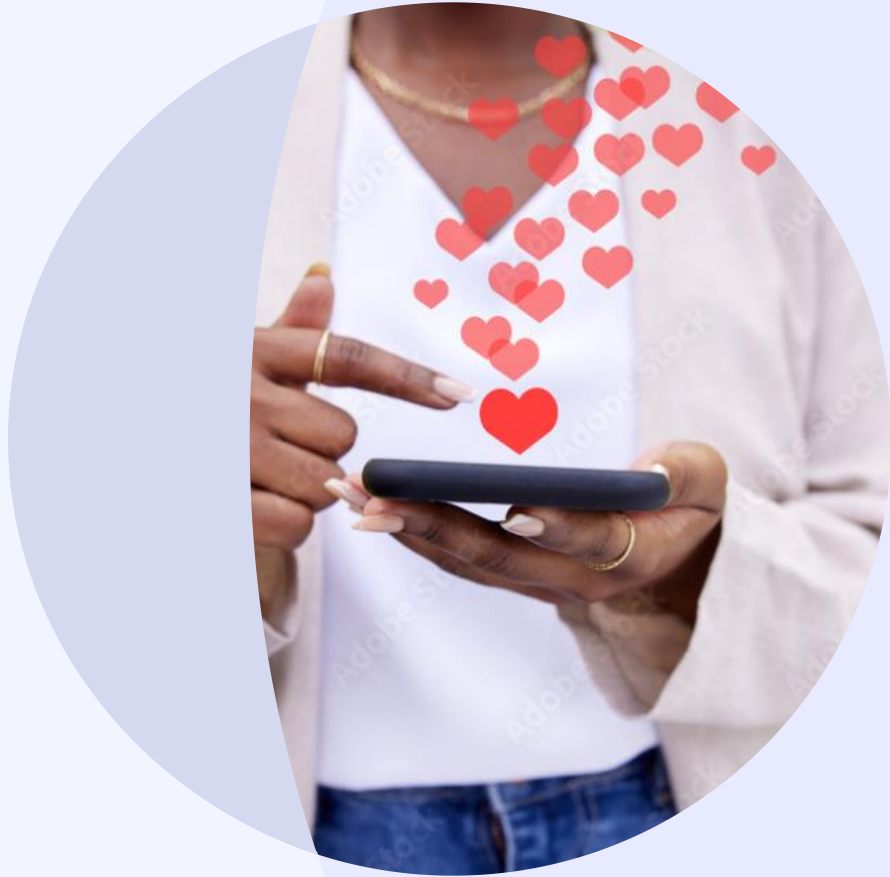
ACTEURS INTERNES

Symétrie des attentions
Management par le CARE
Culture client



ENJEUX SOCIETAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Décarbonation de nos parcours
Attractivité de la marque
Impact sociétal



Ce qu'il fallait retenir



Ce qu'il fallait retenir

- ✓ Dans une relation client de + en + digitalisée, l'humain doit faire la différence
- ✓ Le métier des agents évolue, vers + d'émotion et de relationnel
- ✓ L'écoute client et les bons outils sont essentiels!



Votre plan d'action

◆ Dès maintenant

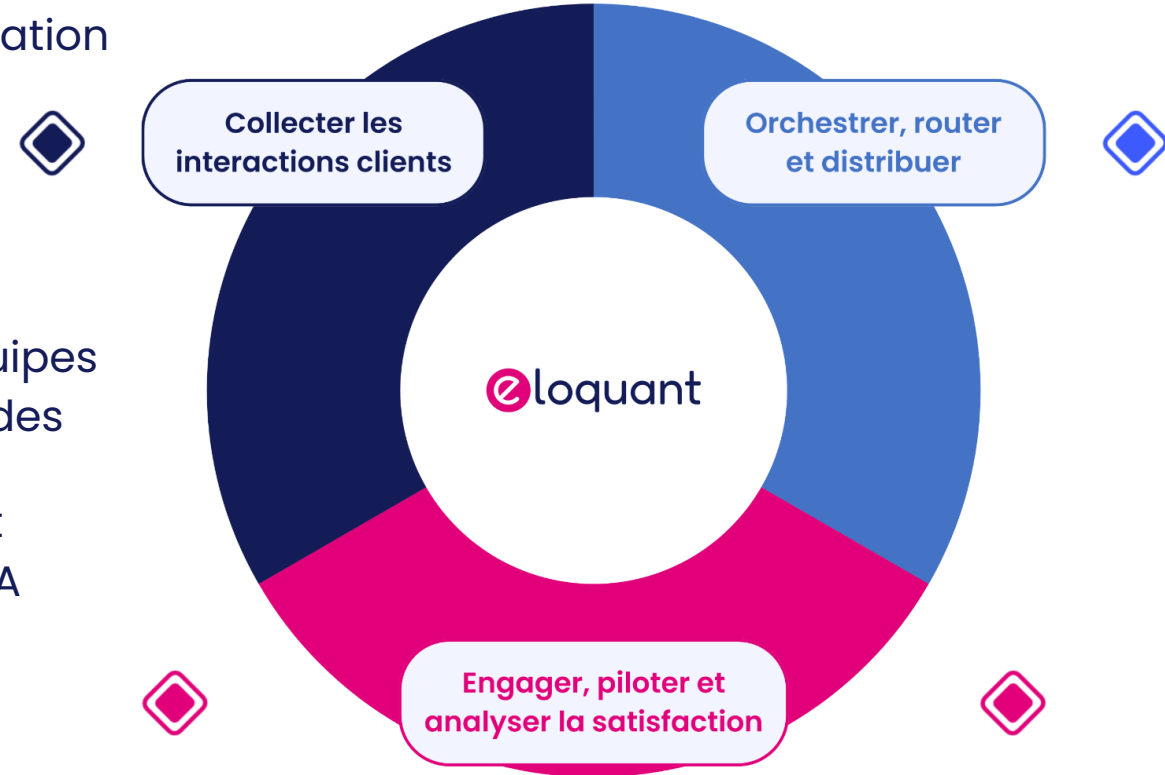
- ◆ Analysez les moments d'émotions et les points noirs du parcours client via les feedbacks clients et collaborateurs
- ◆ Identifiez où l'humain est essentiel et où l'automatisation est possible (et correcte)

◆ Dans 3 mois

- ◆ Sélectionnez les outils et les formations pour les équipes
- ◆ Lancez un programme de formation sur la gestion des émotions
- ◆ Intégrez les neurosciences dans vos parcours client
- ◆ Vérifiez que vous avez les bons outils vos équipes (IA intégrée, feedback client...)

◆ Dans 6 mois

- ◆ Faites un bilan
- ◆ Elargissez le programme à d'autres points du parcours



Retrouvez-nous sur le salon

Eloquent - E36
marketing@eloquant.com



Marc Van Rymenant

+352 621 51 20 00

marc@sapiensUX.com

