

BEST

PRACTICES

CUSTOMER

EXPERIENCE

2018

#BESTPRACTICESCX2018



xtens  
CONSULTING



## Extens Consulting partage avec vous sa sélection des 24 meilleures idées Expériences Client de l'année.

A travers ce carnet d'inspiration, découvrez quelques bonnes pratiques issues de tous les secteurs d'activités pour réenchanter votre expérience client.

Initiez votre réflexion lors de **nos journées d'innovation immersives\***.  
Sous le format d'un workshop, nous vous proposons d'explorer les tendances, l'évolution des usages, et vous donnons des clés pour vous les approprier.

Pour en savoir plus, [consultez notre page dédiée.](#)

*\*Journée d'innovation immersive : 5 000 euros HT*

*Plus d'informations sur demande.*

CONTRE  
TOUTE  
ATTENTE

ING  
DIRECT  
FRANCE



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

# 1

ING Direct France rémunère ses clients lors de leur attente téléphonique pour joindre un conseiller bancaire. Une attente dédommagée à hauteur de 60 centimes par minute.

ING  DIRECT®

[En savoir plus](#)

ASSISTER LE  
E-PAIEMENT

OUI  
SNCF



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

# 2

OUI.sncf enrichit son expérience client grâce au conversationnel et propose à ses utilisateurs de payer directement leurs billets sur OUIbot, son assistant conversationnel.



[En savoir plus](#)

DU PHYSIQUE  
AU DIGITAL

24  
SÈVRES



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

# 3

Étendre l'univers du luxe au digital, tel est l'enjeu de 24 Sèvres, filiale de LVMH. Les clients peuvent vivre une expérience empreinte des codes du luxe sur le web, avec accès à des personal shoppers en vidéo chat. Suite à leur commande, l'expérience se poursuit avec un service de livraison premium et un grand soin apporté à l'unboxing.



[En savoir plus](#)

FACILITER  
LE PAIEMENT

AVIVA  
FRANCE



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

# 4

Aviva propose à ses clients de souscrire leur assurance auto ou multirisque habitation avec Amazon Pay. Les clients peuvent utiliser les informations stockées dans leur compte Amazon, plutôt que de renseigner une nouvelle fois leur numéro de carte bancaire et leur code. Un parcours client plus simple, plus rapide et plus fluide.



[En savoir plus](#)

PAIEMENT  
SANS  
COUTURE

GEMO



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

# 5

Gemo teste un concept de magasin «le Family Store» alliant physique et digital. Dans ces magasins, l'encaissement en cabine est possible.

Plusieurs services digitaux y sont implantés, comme un point de retrait click & collect ou des tablettes connectées. Ces dernières viendront pallier l'absence de certaines références : les vendeurs pourront y commander le produit et la taille recherchés par le client.

GÉMO

[En savoir plus](#)

ÉCHANGES  
COLLABORATIFS

FOX  
NOT



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

# 6

FoxNot est une startup Legal Tech qui propose aux notaires et à leurs clients une plateforme qui regroupe les échanges avec toutes les parties prenantes (agent immo, acheteur, vendeur,...). Une façon de faciliter le parcours client et collaborateur.



[En savoir plus](#)



TEST EN  
CONDITIONS  
RÉELLES

CANADA  
GOOSE



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

# 7

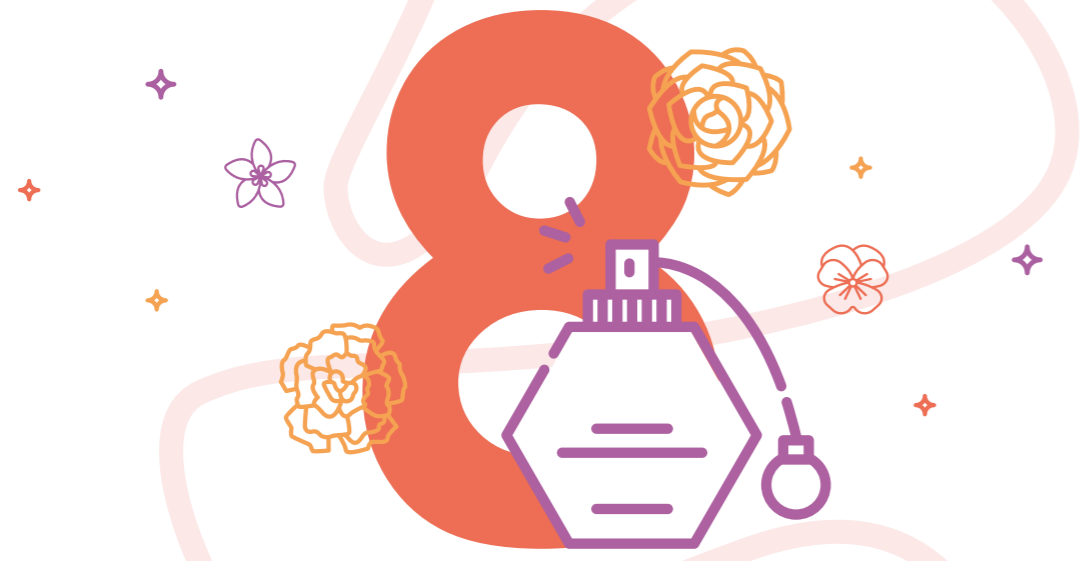
Canada Goose a ouvert des chambres froides à  $-25^{\circ}\text{C}$  dans plusieurs de ses magasins pour permettre à ses clients de tester en conditions réelles la chaleur de ses manteaux. Une opération qui s'inscrit dans la stratégie de rapprochement entre Canada Goose et ses clients finaux, après plusieurs décennies de vente à des grossistes.



[En savoir plus](#)

VOYAGE  
OLFACTIF

GUERLAIN



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

# 8

Le parfumeur Guerlain propose un voyage olfactif hors du commun avec l'assistant Google. L'application vocale permet une consultation parfum à distance et indique le magasin le plus proche pour venir découvrir la sélection. Une série de podcasts spécialisés est aussi proposée.

GUERLAIN

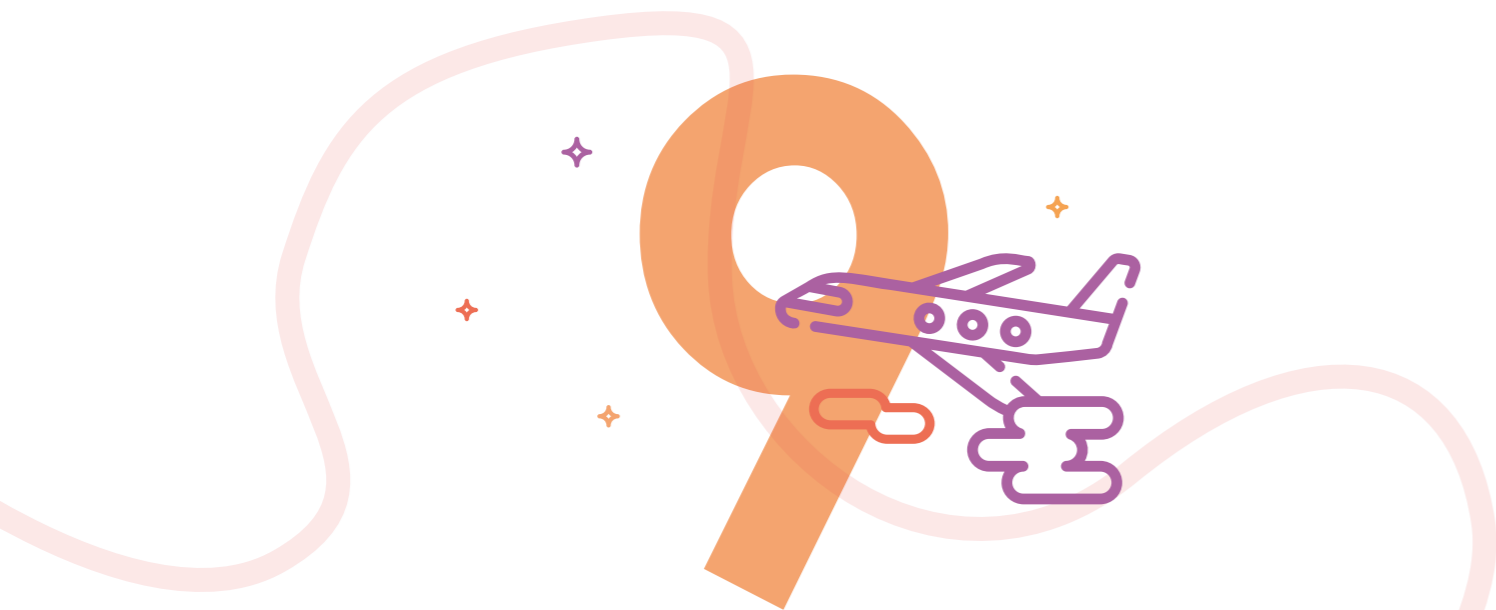
[En savoir plus](#)

JUSQU'AU BOUT  
DU MONDE

HOP !

BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT



# 9

La compagnie aérienne HOP! révolutionne le shopping à bord des avions en s'associant avec la startup française SKYdeals. Les passagers pourront vivre la 1ère expérience de shopping digital en plein vol et bénéficier d'un service Click & Collect à l'atterrissage. SKYdeals sera disponible gratuitement sur PC, tablettes ou mobiles, sur les lignes de la navette reliant Paris-Orly à Bordeaux, Marseille, Montpellier, Nice et Toulouse.

HOP!

[En savoir plus](#)

#BESTPRACTICESCX2018



FACILITER  
LES INTERACTIONS

INTUIMO



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

# 10

Intuimo est une société qui a créé une plateforme immobilière de mise en relation entre particuliers et professionnels. Cette solution centralise les recherches, les demandes et propose plusieurs outils comme une messagerie instantanée ou encore un agenda interactif. Grâce à cette solution, les parcours client et collaborateur sont fluidifiés.



[En savoir plus](#)

EXPÉRIMENTER  
AVANT D'ACHETER

DECATHLON



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

#11

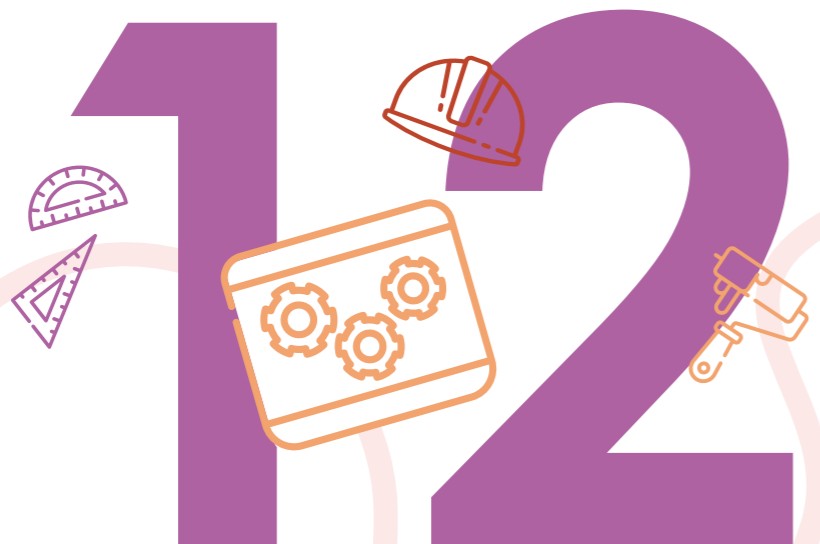
Un quart du nouveau magasin Decathlon au Canada est dédié à l'Expérience Client. Les clients ont accès à une quinzaine d'espaces test (golf, basket, tir à l'arc, paddle...) et à un gymnase doté de vestiaires en accès libre. Ce dispositif est une 1ère mondiale !

DECATHLON

[En savoir plus](#)

CONSTRUIRE  
ENSEMBLE

K  
PAR  
K



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

#12

Filiale du groupe Saint-Gobain, K par K est spécialisé dans la rénovation sur mesure des fenêtres, volets et portes. K par K a créé un bureau digital permettant à tous les acteurs d'un chantier de travaux de partager les mêmes informations. Cela permet d'optimiser la gestion des plannings et les interventions grâce à une application mobile. Un service très différenciant que peu d'entreprises déploient dans le secteur.



[En savoir plus](#)

COMME  
À LA MAISON

CLUB  
MED



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

#13

A l'heure où les ventes en ligne détrônent les ventes en boutiques, Club Med repositionne sa stratégie commerciale en vente en directe. La marque a créé des « appartements-boutiques » chics et spacieux, pour mieux vendre et recevoir les clients.

Club Med 

[En savoir plus](#)

CONSEILLER  
VIRTUEL

AUCHAN  
RETAIL



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

#14

Auchan Retail lance le premier chatbot vocal, un conseiller virtuel qui accorde mets & vins. A la voix, le consommateur indique au robot conversationnel le plat qu'il souhaite accorder, la couleur du vin qu'il préfère et le budget envisagé. Une première dans l'univers de la Winetech.



[En savoir plus](#)



L'HOSPITALITÉ  
AUGMENTÉE

ACCORHOTELS



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

#15

Accor a lancé en 2018 son outil ACDC (AccorHotels Customer Digital Card) permettant à l'ensemble des hôtels du groupe de partager les préférences des clients pour des expériences toujours plus personnalisées. Connecté à l'échelle mondiale, ce programme permet d'offrir une hospitalité augmentée à tous les clients.



[En savoir plus](#)

RITUEL  
CULTURE  
CLIENT

SCHNEIDER  
ELECTRIC



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

#16

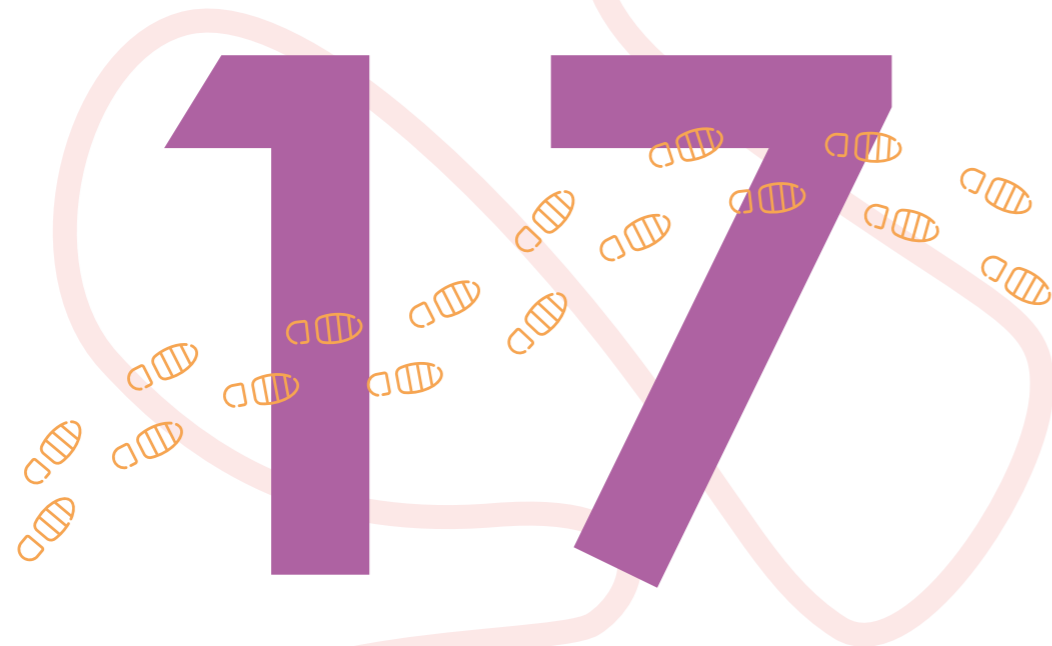
Ancrer la Culture du Service se traduit sur des actions au quotidien chez Schneider Electricité. Chaque réunion commence par un verbatim client. Ce rituel rappelle la finalité des contributions de chacun aux efforts de l'entreprise pour satisfaire ses clients.



[En savoir plus](#)

OMNICALITÉ  
ET PROXIMITÉ

CARREFOUR  
DRIVE



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

#17

Le Drive piéton de Carrefour : une fois la commande réglée en ligne, le client peut venir retirer dès le lendemain ses courses à pied dans son magasin de quartier. Un complément des «drive» classiques et de la livraison à domicile.



Carrefour

[En savoir plus](#)

PROMESSE  
DE RÉACTIVITÉ

KLEPIERRE  
GROUP

BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT



#18

Klepierre, acteur de référence dans l'immobilier commercial, a engagé le programme JustAsk qui s'articule autour d'une promesse forte : répondre à toutes les questions des visiteurs en moins d'1h avec Facebook Messenger.



#BESTPRACTICESCX2018



[En savoir plus](#)

DIGITAL  
FACTORY

AIR  
FRANCE



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

#19

Air France a lancé sa Digital Factory, dispositif global pour accélérer les projets innovants de la compagnie et acculturer au digital l'ensemble des collaborateurs. L'objectif est d'y proposer des outils ou des solutions innovantes au service des collaborateurs pour améliorer en permanence l'expérience de voyage des clients.

AIRFRANCE /

[En savoir plus](#)

COURSES  
INTELLIGENTES

MONOPRIX

20

#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

#20

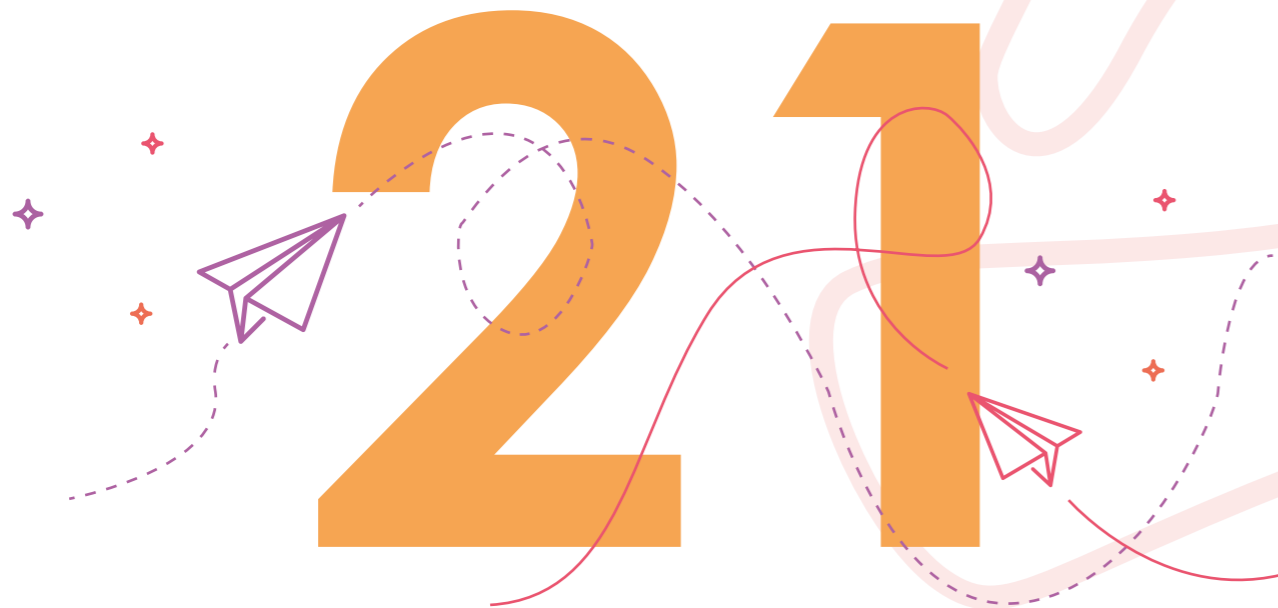
Monoprix permet de créer des listes de courses intelligentes avec Google Assistant. Le client peut dicter à haute voix les produits à ajouter ou à supprimer en plusieurs fois et bénéficier de recommandations d'achat. Une initiative ensuite suivie par E. Leclerc.

MONOPRIX

[En savoir plus](#)

COMPLÈTEMENT  
TIMBRÉS

LA  
POSTE



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

#21

La Poste propose un abonnement «Colissimo Pass» qui permet aux e-acheteurs de bénéficier de livraisons et retours en illimité, sans panier minimum, sur les sites marchands partenaires, pendant 1 an.



LA POSTE

[En savoir plus](#)

RENFORCER  
LES LIENS

DARTY

22

#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

#22

Le Service Après-Vente Darty se digitalise : prise de rdv depuis le web ou depuis une borne interactive en magasin. Lorsque leur tour arrive, les clients reçoivent un SMS et sont ensuite accueillis par un conseiller. La nouveauté ? Fini le comptoir, le client s'assied aux côtés du technicien.



[En savoir plus](#)



VISIONNER  
LE FUTUR

NEXITY



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

#23

L'agence immobilière digitale Nexity : au moyen d'outils digitaux et notamment de visites virtuelles, Nexity enrichit le parcours client, redonne du sens et de l'attrait à la visite en agence, et renforce l'expertise en proximité tout en valorisant le contact humain.



[En savoir plus](#)

DU LIBRE-SERVICE  
À LA DEMANDE

AUCHAN  
FRANCE



#BESTPRACTICESCX2018



BEST  
PRACTICE  
2018

EXPÉRIENCE  
CLIENT

#24

Auchan France a lancé ses magasins-containers en libre-service sans personnel en France. Ils peuvent être installés rapidement à un coin de rue, voire déplacés selon la demande. Le client entre et paye grâce à une application sur son téléphone. Un concept qui a d'abord été testé en Chine par l'enseigne.



[En savoir plus](#)



## SUIVEZ NOTRE ACTUALITE

 [www.extens-consulting.com](http://www.extens-consulting.com)

 [Notre Blog](#)

 [Extens Consulting](#)

 [@extensconsult](#)

## EXTENS CONSULTING

130 Boulevard Haussmann  
75 008 Paris - France

## CONTACT COMMERCIAL

+ 33 6 27 30 62 99  
[contact@extens-consulting.com](mailto:contact@extens-consulting.com)