



L'AFRC et Colorado Groupe publient  
**L'Observatoire de l'Expérience Client**

***La maturité des entreprises françaises en matière d'Expérience Client  
progresses de manière significative !***

L'AFRC et Colorado Groupe publient la deuxième édition de l'Observatoire de l'Expérience Client. Cette étude dresse un état des lieux de la maturité des entreprises françaises en matière d'Expérience Client, à partir du **CXM (Customer eXperience Maturity index)**, indice construit à partir de critères tels que : le budget dédié à l'Expérience Client, la gouvernance de l'Expérience Client, l'intensité du pilotage de l'Expérience Client, l'existence de plans d'actions, etc. Cette année, l'Observatoire propose pour la première fois un **comparatif avec le Royaume-Uni et l'Espagne**.

Principaux résultats de l'Observatoire :

- **Les entreprises françaises de plus en plus mobilisées sur l'Expérience Client...** La part des entreprises françaises qui peuvent être considérées comme ayant un stade de maturité relativement avancé en matière d'Expérience Client progresse de **11 points** par rapport à 2016. La maturité des entreprises françaises en 2017 fait jeu égal avec le Royaume-Uni.
- **La maturité en matière d'Expérience Client dépend de la taille de l'entreprise.** Toutefois, près de 25% des PME (50-250 salariés) des trois pays étudiés peuvent se targuer d'une focalisation importante de leur organisation sur ce sujet.
- **La maturité de l'Expérience Client de l'entreprise et le degré de digitalisation vont de pair.** Plus les entreprises sont mobilisées sur le développement de l'Expérience Client, plus elles se préoccupent également de favoriser la digitalisation des interactions clients.
- **Pour franchir un cap de maturité significatif, les facteurs de succès, dans l'ensemble des 3 pays européens, sont la capacité à travailler de manière transversale et un soutien affiché et fort de la Direction Générale.**
- **L'Espagne à la traîne...** Parmi les trois pays étudiés (FR/UK/ESP), l'Espagne est le marché dans lequel la maturité est la moins avancée avec **plus de 40%** des entreprises pour lesquelles l'amélioration de l'expérience client reste davantage un projet qu'une réalité.

L'Observatoire a été réalisé à partir d'une enquête téléphonique, menée auprès de 300 décideurs européens (France, Royaume-Uni, Espagne), professionnels de la Relation et de l'Expérience Client, de juin à juillet 2017.

**(Intégralité des résultats sur demande)**

## A propos de l'AFRC et de la Relation Client en fête :

L'AFRC au cœur de l'Expérience Client, créée en 1998, est une communauté de professionnels qui travaille sur la transformation de l'entreprise par le biais de l'Expérience Client et de l'Engagement Collaborateur. Alors que les nouvelles technologies (Digital, Intelligence Artificielle, Big Data, etc.) ont inversé le rapport de force entre client et entreprises, ces dernières doivent se réinventer pour renouer le lien de confiance avec les consommateurs. Laboratoire d'idées et espace d'échange, l'AFRC apporte des solutions aux acteurs économiques pour les aider à affronter cette révolution. En 2017, la communauté compte plus de 3 500 membres et 250 entreprises issues de 22 secteurs d'activité.

Conçue et organisée par l'AFRC, la 5<sup>ème</sup> édition de **la Relation Client en Fête qui a lieu du 2 au 6 octobre 2017**, a pour vocation de **valoriser** les stratégies d'entreprises avec les Palmes de la Relation Client (le 2 octobre), les initiatives collectives avec les 24h de la Relation Client (le 4 octobre) et enfin, de **publier** en exclusivité les résultats d'études prospectives (le 6 octobre), pour comprendre les leviers de la Relation et de l'Expérience Client de demain.

## A propos de Colorado Groupe :

Créé en 2003, Colorado Groupe accompagne ses clients pour imaginer et mettre en œuvre une expérience client fluide, efficace et innovante.

Colorado Groupe s'appuie sur la complémentarité de ses trois activités pour proposer des solutions sur mesure en cohérence avec la transformation des attentes clients et l'évolution des business models traditionnels :

- Le conseil en marketing et innovation sur l'Expérience Client,
- L'analyse des attentes clients et le développement du Customer Insight
- Le coaching et l'accompagnement au changement

Colorado a ainsi accompagné plus de 150 clients lors de nombreux projets autour du cadrage et du déploiement de stratégies marketing, de la refonte de parcours clients ou encore dans la transformation d'organisation vers le multicanal. Avec près de 60 consultants et analystes, le groupe a réalisé en 2016 un chiffre d'affaires de 7 millions d'euros, en croissance de 20% et dont un quart est issu de l'international.