

La stratégie client d'ENGIE Cofely récompensée par l'élection de Céline Forest, Directrice de la communication et de l'expérience clients au titre de personnalité client de l'année 2019

Dans le cadre des CX Awards, cérémonie de remise de prix organisée par le média Relation Client (Relation Client Magazine/Relationclientmag.fr) lors de la journée du CX Paris, dix candidats ont été sélectionnés pour leur stratégie en matière de relation client, leur charisme et l'énergie qu'ils déploient pour faire prospérer la valeur client. Après vote de la communauté des professionnels du secteur, c'est la démarche menée par Céline Forest qui a été récompensée.

Placer l'expérience clients au cœur de la stratégie de l'entreprise

La culture clients n'est pas innée pour les entreprises du BtoB, généralement plus centrées sur l'expertise technique et la performance financière. ENGIE Cofely, entreprise spécialisée en services d'efficacité énergétique et en facility management, fait néanmoins figure de pionnier en la matière. En s'inspirant des techniques pratiquées en BtoC, ENGIE Cofely a transformé le mindset de l'entreprise autour de la considération client.

Pour ENGIE Cofely, la prise de conscience sur ces sujets est assez récente. Avant 2014, la relation clients n'était pas un enjeu majeur pour l'entreprise.

Le socle de la démarche fut la mise en place d'un outil de CRM, puis la création d'une direction de l'expérience clients menée par Céline Forest *"Ce qui a guidé mon parcours et qui me motive au quotidien, c'est la volonté de faire bouger les lignes et d'avoir un impact sur mon environnement au sens large."*

Dédiée à cette thématique, la création de cette direction a permis de rendre compte de la voix du client au sein de l'entreprise. Son but : renforcer la culture de service et améliorer la satisfaction des clients. Cette démarche globale a nécessité l'implication de l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise, qu'ils soient ou non en contact direct nos clients. Opérationnels, commerciaux, services supports : tous les métiers de l'entreprise ont une finalité commune : la satisfaction des clients.

« Je constate aujourd'hui, avec une certaine fierté, que les actions entreprises avec mon équipe portent leurs fruits. ENGIE Cofely a en effet vécu une véritable révolution culturelle pour une entreprise BtoB où cette culture clients n'est pas innée », Céline Forest, Directrice de la communication et de l'expérience clients.



Faits marquants :

- Le NPS (Net Promoter Score) est aujourd’hui suivi au COMEX au même titre que les indicateurs financiers.
- La part variable du revenu de nos managers est indexée sur les résultats de satisfaction clients.
- En 4 ans, l’entreprise a augmenté de 30 points son NPS¹.

A propos de ENGIE Cofely

ENGIE Cofely est un des leaders de la transition énergétique en France. Société de services en efficacité énergétique et environnementale,. Son expertise repose sur des savoir-faire inscrits dans la durée : l’amélioration de la performance énergétique des bâtiments, la production locale d’énergies renouvelables, la maintenance multitechnique et le Facility Management. ENGIE Cofely s’engage en matière de responsabilité sociétale des entreprises auprès de ses clients qu’ils soient publics ou privés. ENGIE Cofely emploie 12 000 collaborateurs et a réalisé un chiffre d’affaires de 2,8 milliards d’euros en 2018. ENGIE Cofely fait partie du Groupe ENGIE qui est l’un des premiers énergéticiens au niveau mondial

engie-cofely.fr



Contact presse :

Lise Forest

Tél.: 06 32 47 62 48

Courrier électronique : Lise.forest@engie.com

¹ Le NPS est un outil pour mesurer la satisfaction client. Il est exprimé par un nombre qui se situe entre -100 et +100 et permet de mesurer la différence entre les détracteurs et les promoteurs