

EXPÉRIENCE ET LA RELATION CLIENTS

Vision

L'existence même d'une entreprise repose sur sa Relation avec le Client : la centricité client guide son organisation. Les revenus générés ne sont qu'une conséquence de ce soin apporté au client et non une finalité. **Une bonne relation client gomme la complexité des structures et outils des grands groupes.** Mais l'entreprise est constituée d'hommes et de femmes méritant la même attention en termes de fluidité des processus, d'intuitivité de l'environnement de travail, ... De l'efficacité et de la condition des uns dépend l'expérience des autres.

Le modèle relationnel client, s'élabore à partir :

- De **parcours client** fondés sur les usages (end-to-end), les points de contacts, l'engagement, et les comportements (prédits ou constatés),
- D'une **omnicanalité** étendue pour des interactions positives et adaptées,
- D'une centralisation de la **connaissance clients** (donnée collectée, interne, technique, externe, déduite, ...),
- D'une **intelligence client** (segmentation, scoring, appétence équipement,...) au service de la stratégie (conquête, fidélisation, ...),
- De **processus d'activité fluides**, en mirroring des parcours client, au bénéfice de l'**efficacité du collaborateur** et de l'interruptibilité des process,
- D'une **transversalité** maîtrisée de l'entreprise (orga-process-outils) et de son **pilotage** pour assurer un accueil client coordonné et irréprochable,
- D'une ouverture partenariale favorisant une **promesse client** augmentée.

La valeur recherchée de la relation client-entreprise est atteinte lorsque la **confiance**, la **recommandation** et la **loyauté réciproque** sont durablement établies.

Convictions

La relation client n'est pas un domaine à part, elle s'exprime à travers toute l'organisation. Désormais, la quasi-totalité des activités de la chaîne de valeur sont exposées au client, la notion de « front » disparaît, **l'ère de l'omni-front requiert une maîtrise parfaite de la compréhension des besoins clients et une coordination transversale de l'entreprise.**

Le **parcours client personifie le « story telling »** de la marque, son ADN, s'exposant ainsi au client qui aura été préalablement segmenté, quantifié, analysé, caractérisé, profilé, ...

Penser l'expérience client, nécessairement collaborative et pluridisciplinaire dans sa conception, requiert de **s'interroger sur l'effort à consentir sur chaque composante de valeur de l'expérience avec une vision end-to-end du parcours** notamment en s'assurant de positionner la valeur ajoutée spécifique de l'humain.

La relation client est indissociable des processus en articulation avec les interactions client :

- L'optimisation et la digitalisation apportent les nécessaires fluidité, efficacité, immédiateté, disponibilité,
- L'équilibre Humain vs Digitalisation tire partie du **modèle mix-phygital**.

Enfin, l'obsolescence des business modèles vient avec l'appauvrissement du service rendu (service en inclusion dont on espère qu'ils ne seront pas utilisés, défaut de conseil sur les usages, marketing à outrance comme s'il fallait convaincre coûte que coûte, abandon d'une partie de portefeuille non rentable, ignorance des réclamations client, ...).

Les expertises d'Howard Partners couvrent les domaines suivants de la relation client: Connaissance client, Segmentation client, Gamme d'offres, Efficacité des activités, Amélioration continue, Expérience client et Culture du service.





Philippe
AUTHER



Stéphane
BALIGAND



Olivier
CUISINIER



Charles
DEFFAINS

Howard Partners, c'est avant tout une aventure humaine, celle de 4 **co-fondateurs**, issus de différents cabinets de conseil de renom, animés par une vision et une ambition communes, celle de l'autonomie, incarnée par Howard Roark.

« Quand une intuition se renouvelle, c'est plus qu'une intuition, c'est sans douter un projet »

Aude de Thuin
Fondatrice « Women in Africa »

Une vision humaniste

Les consultants d'Howard Partners développent une vision, celle de l'Humain, et savent l'incarner en cohérence. Ils perçoivent les nouvelles technologies, comme des accélérateurs d'une transition sociétale inéluctable et plus profonde.

Une approche éminemment holistique des problèmes

« Human ahead » traduit l'ambition du cabinet Howard Partners d'appréhender la complexité des projets des clients d'une manière holistique, c'est-à-dire en intégrant l'ensemble des leviers, qu'ils soient stratégiques, métiers, organisationnels, technologiques, avec la volonté d'anticiper les impacts sur les humains, à la fois collaborateurs, dirigeants, actionnaires, citoyens.

Des méthodologies « Human ahead »

Le cabinet Howard Partners développe des méthodologies, basées sur les savoir-faire des grands cabinets, tout en incluant des pratiques issues de la socio-dynamique et des outils d'identification et de mesure des impacts des décisions de l'entreprise en matière de partage des richesses, de partage du pouvoir, d'environnement, de société.

Howard Partners, un partenaire au service des grandes problématiques des entreprises face à la rupture technologique et sociétale :

- Accompagner la transition sociétale des entreprises,
- Redonner du sens à l'entreprise,
- Concilier éthique et données,
- Faire de la réglementation une opportunité.

Des Senior Advisors, sources d'inspiration et d'innovation



Diana
BRONDEL



Denis
JACQUET



Céline
MAS



Thomas
SORREDA

Howard Partners, au cœur d'un écosystème, pour répondre à des problématiques complexes des dirigeants :

- Les consultants d'Howard Partners sont ainsi fiers de leur métier et œuvrent pour ce retour aux fondamentaux. Ils se considèrent comme des « **chefs d'orchestre** », qui savent comprendre les enjeux métiers des dirigeants, identifier le « caillou dans la chaussure » et construire des **solutions opérationnelles « taylor-made »** en actionnant des compétences multiples.
- Pour ce faire, le cabinet Howard Partners anime **un écosystème d'expertises**.

Benchmarking



Iéation et Gamification



Innovation Technologique



Formation et Coaching



*Pourquoi ce nom ?

Howard Roark, principal personnage du roman « La source vive », est un architecte dans le New-York du début du XXème siècle. Passionné par son métier, il assume sa propre vision d'une nouvelle façon de construire, en résistant aux effets de mode. Tirant pleinement bénéfice de l'avènement du béton armé, ses œuvres sont qualifiées d'innovantes.