



Le **rendez-vous** des marques qui créent de la valeur avec le **digital**, le **content** et la **data** :

TIME TO SKILL!

Les ruptures **technologiques**, **écologiques** ou **sociales** que l'on vit actuellement sont à la fois **très riches (on tend vers le mieux) et très déstabilisantes** car elles impliquent de **vrais changements structurels**.

A titre personnel et professionnel bien sûr, mais aussi sur le plan du business ! Jusqu'à récemment, la relation client était basique : une marque envoie un message au consommateur dans le but de le faire acheter.

Mais ça, c'était avant.

Le client de 2024 invite les entreprises à dire adieu aux chemins tout tracés et aux parcours clients balisés et rassurants. Depuis la pandémie, il faut se faire à l'idée que le client ne sera **plus jamais prévisible**.

(Source : article « The Never Normal Customer », Steven Van Belleghem)

91%

des français ont modifié leurs habitudes de consommation après la crise sanitaire

79%

des clients déclarent avoir l'intention de faire évoluer leurs comportements d'achat

14%

des entreprises revoient les parcours et l'expérience client en cas de nouvelles attentes client

Aujourd'hui

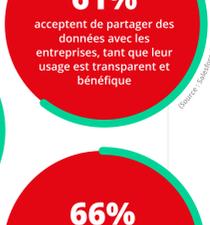
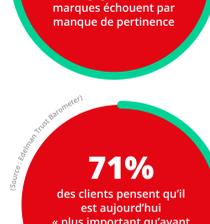
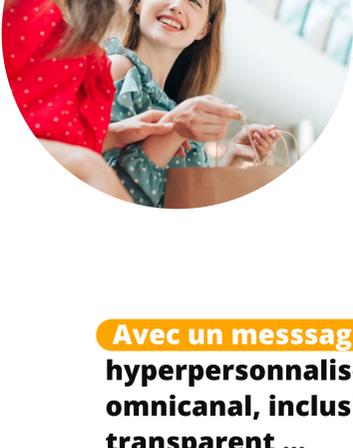
la marque doit être :

Responsable, engageante, unique, utile ...

Les consommateurs français ont un lien émotionnel avec en moyenne

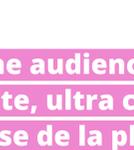
4,5 marques

(Source : Etude Tello sur l'Economie Relationnelle)



Avec un message hyperpersonnalisé, omnicanal, inclusif, transparent ...

Les clients au comportement omnicanal ont tendance à être plus loyaux.



Pour une audience stressée, exigeante, ultra connectée, soucieuse de la planète ...

La préoccupation pour l'environnement est croissante, avec

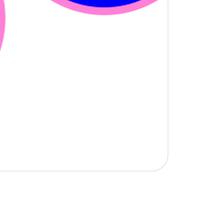
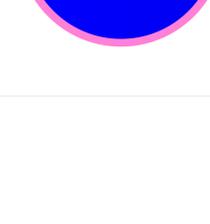
80%

des français inquiets des impacts du dérèglement environnemental sur leur vie quotidienne

(Source : Rapport du Conseil Economique, Social et Environnemental)



Dans un contexte où l'IA prend de la place, beaucoup de place et à une vitesse folle :



Bienvenue

dans l'ère de la transformation écologique et de la révolution de l'Intelligence Artificielle.

On réapprend à marcher !

Comme aux prémises de la transition numérique, les outils sont nouveaux, les métiers évoluent, les usages et la démarche des utilisateurs / clients sont complètement différents, bref on réapprend à marcher !



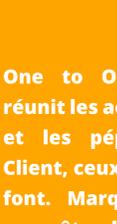
L'IA générative est déjà un sujet central pour la grande majorité des entreprises.

et devrait contribuer à créer des métiers qui n'existaient pas il y a deux ans

(Source : Gartner)

En **2024**

il faut monter en **compétences**, s'approprier les outils et usages de **l'IA**, intégrer l'impact de la **révolution écologique** sur nos organisations.



Je m'inscris



TIME TO SKILL!
RENDEZ-VOUS À BIARRITZ !

1-3 OCT 2024

One to One Expérience Client réunit les acteurs incontournables et les pépites de l'Expérience Client, ceux qui savent et ceux qui font. Marques et enseignants, si vous êtes là, c'est que vous avez déjà trouvé votre Time to Market, avec One to One Expérience Client, à vous le Time to Skill !