

Tanger CXForum[©]

1^{ère} Édition du 13 au 16 mai 2022

« Rencontres au Grand Socco et sur les traces de L'Eastern Telegraph Company »



LES OBJECTIFS DU TANGER CX FORUM

- Permettre la découverte des **possibilités et avantages liés à la filière BPO, IT et Expérience client externalisée** sur le continent africain avec l'exemple de Tanger et de sa zone franche et des pays d'Afrique sub-saharienne.
- **Favoriser les rencontres** entre les entrepreneurs désireux de s'installer sur le continent africain et les spécialistes des filières IT, Telecom, BPO et expérience client, usagers déjà installés sur place et dont les expériences et réalisations sont tangibles.
- Permettre la **découverte du hub culturel, artistique et technologique** que représente et qu'a toujours été Tanger.
- Permettre aux entreprises du tourisme, de l'hôtellerie, aux banques et entreprises de service africaines de **découvrir, se former et améliorer leurs pratiques sur l'expérience client**, visiteurs, grâce à des Master Class animées par les meilleurs experts français, européens et africains.



Jour 1 - vendredi 13 mai 2022

- **13h** : Déjeuner à l'hôtel
- **15h30** : Ouverture officielle du Forum par Manuel Jacquinet.
- **De 16h à 18h** : Master Classes : Ce que les consommateurs, spectateurs et voyageurs français doivent à l'Afrique et à ses talents!
 - **L'expérience client externalisée dans le e-commerce peut être assurée depuis Tanger.** Denis Marsault, Myopla (partenaire de Cdiscount, Mister Menuiserie, Engie, etc.)
 - **Le déploiement de la fibre en France et l'installation de millions de compteurs Linky.** Comment planifier et organiser les tâches de back-office, les rendez-vous chez les particuliers et le **field services** ? Ahmed Belahsen, Marketing Call Center.
 - **Le Maroc, première destination de l'offshore francophone.**
Amine Belhaj, Chef de cabinet du Ministre du commerce et de l'industrie
Youssef Chraïbi, président de la FMES et fondateur d'Outsourcia.

Malgré l'émergence de nouvelles régions moins coûteuses, le Maroc maintient son rang de leader dans les métiers de l'externalisation à destination du marché Français. Proximité géographique, culturelle, linguistique, qualité du bassin de l'emploi, cadre fiscal incitatif, robustesse des infrastructures, politique volontariste des gouvernements sont autant d'atouts ayant permis depuis 20 ans d'insérer durablement le Royaume dans la carte mondiale de l'outsourcing et plus généralement de l'économie du savoir. Comment ce positionnement est-il amené à évoluer dans les prochaines années avec l'apparition des nouveaux défis : Selfcare, IA, Télétravail .. ?

Nota bene: Focus sur l'utilisation du speech to text, retranscription en quasi temps réel de l'intervention d'Amine Belhaj (avec les fondateurs de Callity).

- **Intervention de Mr Jafaar Mrhardy**, Directeur Général de Tanger Med Zones.
- **La modération, métier et fonction clés pour les médias** ; la création d'une communauté de lecteurs abonnés sollicités pour donner leur avis... comment **le Point** revisite ses parcours clients et abonnés... et collabore sur ces sujets avec l'un des spécialistes mondiaux et français de la modération ainsi que Myopla/Denis Marsault.
 - **François Claverie**, Directeur Général délégué du Point et **Sidonnie Mabilie**, directrice marketing. **Denis Marsault**, Myopla
- **De 18h30 à 20h** :
 - One to One et interview Médias.
 - **La sécurité dans les stades en France + écrire son premier livre** : Abdoulaye Sissoko, co-auteur de **Quartier de Combat**.
 - **20h** : Dîner au Hilton

Jour 2 - samedi 14 mai 2022

- **De 9h à 13h** : Master Class et ateliers

- **Cameroun, Bénin, Togo : l'aventure du Chuck Yeager des centres de contacts en Afrique subsaharienne**, Charles-Emmanuel Berc (en visio-conférence depuis ailleurs et Laurence Caillette, directrice des opérations)
- **Comment et pourquoi le continent africain est-il devenu le hub stratégique pour l'acquisition de nouveaux clients, dans l'énergie, les télécoms ou le crédit à la consommation ?** Comment améliorer la prospection de nouveaux clients, dans le respect de la législation, de Bloctel et en soignant l'expérience collaborateurs.

Lounis Goudjil, fondateur de Manifone (le télémarketing efficace, ça existe) +

Jonathan Zisermann (Fournisseur en leads intentionnistes) +

Michel Zedde (Meilleur Taux, équipé par Diabolocom/lecture de la contribution de Michel Zedde)

Le point de vue d'un grand spécialiste tunisien : **Sahbi Gargouri** (Advancia Téléservices)

- **La formation et l'animation des équipes de service client, dans les boutiques et en centres de contacts.** Ateliers animés par : Corélations, Eric Faure,
- **Les best practices de la valorisation d'un portefeuille clients existant** : stratégie et méthodologie de déploiement d'une politique de contacts, cross-selling, identification des ambassadeurs, win-back. Présentation du livre blanc édité par Outsourcia. Karine Auffret, Directrice Grands Comptes.
- **12h15 : Speech to text et Quality Monitoring au cœur de l'expérience client et collaborateurs.** Histoire et démonstration des outils DeepTranscript et Callity avec Nicolas Panel et Yann Bermond, co-fondateurs.
- **13h** : Déjeuner au Hilton
- **14h à 17h** : [Temps libre Hôtel](#)
- **18h à 20h** : One to One et interview Médias des personnalités suivantes :
 - **Q/A avec Abdoulaye Sissoko** : écrire un livre sur un Quartier de Combat et être invité à la télévision. L'expérience de la médiatisation.
 - **Q/A avec Lounis Goudjil et Chakib Abi Ayad (Manifone)** : Ce que j'ai appris en étant opérateur télécom.
 - **Q/A avec Dan Mazilu (fondateur de Mediatel)** : Comment et pourquoi un logiciel de télémarketing roumain est parvenu à être utilisé partout dans le monde ?

La conquête et la fidélisation des abonnés en presse magazine. L'exemple du Point qui a externalisé ces chantiers, à Tanger ! François Claverie, Directeur Général délégué du Point et **Sidonnie Mabile**, directrice marketing. **Denis Marsault**, fondateur de Myopla

- **20h30** : Dîner Hilton.



2008, Bénin, photo prise lors d'une étude préalable à l'installation du 118218 sur place.

Jour 3 - dimanche 15 mai 2022

- **De 10h à 13h** : Découverte de Tanger et des quartiers historiques, dont la Casbah
- **13 h** : Déjeuner à Tanger (ne pas se perdre, svp, on ne vient pas vous récupérer)
- **15h** : retour Hôtel.
- **De 15h30 à 18h** :

Laurence Caillette (Vipp) et Manuel Jacquinet : Le Bénin est-il vraiment le quartier latin de l'Afrique ? Samsung vient d'y installer une partie de son service clients omnicanal. On y prospecte des clients français, pourquoi ?

- **J'ai voulu créer une conciergerie à Tanger. Ça ne s'est pas passé tout à fait comme prévu.** Master Class animée par Guillaume Tanhia et Manuel Jacquinet et un spécialiste français de la formation dans les palaces.
- **Comment faciliter la vie des agents de service client ? Médical et transformation digitale de la relation clients.** Master Class animée par Patricia Lamy (Innso, filiale de Sitel Group) et Nabil Renai (Les conseils de Djeha)

- **De 17h30 à 19** : Interview médias/Tournage Vidéos
- **De 19h à 20h00** :
 - **Q/A avec Fabien Renaudineau, Mozark/Qosi** : évaluer la qualité de service des applications et des réseaux télécom. (sous réserve)



• **20h : Opération 118318, sévices clients** : l'histoire du tournage des séquences africaines (Histoire des scènes qui ont été tournées chez Webhelp à Rabat, chez Comdata à Gennevilliers) de la comédie co-écrite et produite par Manuel Jacquinet.

- **20h30** : Dîner Hilton

Jour 4 - Lundi 16 mai 2022

- **De 8h30 à 11h : Découverte et visite des installations de Myopla.** Il est rare de pouvoir entrer dans le cœur du réacteur nucléaire d'une plateforme de back-office du e-commerce et l'une des plus efficaces. Sessions de Q/A avec les équipes et retours sur le dernier Black Friday. Découverte et visites de hot spots éco et business de la Free Zone.
- **Départ direct à l'aéroport depuis chez Myopla.**

Consignes pratiques : Dress code : casual / les interventions peuvent être faites avec des supports ou simplement votre intervention avec un micro (fourni). la durée prévue de chaque Masterclass est de 25 mn.

L'équipe média est constituée de **Benoît Hocquet** (redac@malpaso.org) et **Antoine Galtier** (ant.galtier@gmail.com). Différents médias locaux sont susceptibles de relayer l'évènement.

Vous pourrez, vous devez ? les rencontrer sur place :



Nicolas Panel, Yann Bermond (Callity)



Manuel Jacquinet (organisateur de l'évènement), Soukaina Abbou (Myopla) et Denis Marsault (Myopla)



Laurence Caillette (VIPP)



Jonathan Zisermann (Tagadamedia)



Lounis Goudjil (Manifone)



Abdoulaye Sissoko



Benoît Hocquet (Malpaso RCM)



magazine Le Point



Denis Marsault

Les délocalisations : bonne nouvelle !

Les consommateurs devraient demander où se situent les téléconseillers et chargés de clientèle qui leur répondent ; les centres d'appels seront peut-être autorisés à travailler la nuit et le di-manche. Telles sont les mesures que deux de nos ministres (Nicolas Sarkozy et Gilles de Robien) ont imaginées récemment pour contrer un phénomène devenu médiatique : celui de la délocalisation massive de centres d'appels et de tant d'autres industries. On pourrait apprécier la réactivité de ces propositions, mais elles sont malheureusement bien tardives et feront sourire ceux qui regardent le monde avec lucidité et vivent dans la réalité.

Depuis bientôt huit ans, les services à distance se sont considérablement développés, peut-être parce qu'ils correspondent à une attente de la société (demande d'informations, de conseils), mais aussi parce qu'ils permettent d'assurer à moindre coût, 24 heures sur 24, des tâches d'assistance (hotline) et de vente. 230 000 personnes travaillent en France, souvent avec beaucoup d'efficacité, dans ces fameux centres de contacts qui assurent et produisent ces télé-services.

Pour autant, notre pays n'a jamais cru à cette filière : petits boulots, sales métiers, usines du troisième millénaire... Les images négatives ont pullulé. A l'instar de nombreuses activités de service, ce secteur n'a pas su intéresser les médias et ceux-ci ne s'y sont pas intéressés. Pas un seul quotidien ne prit jamais la peine de traverser le miroir et de réaliser un réel travail d'investigation ; celui-ci aurait permis pourtant de mieux apprécier l'évolution de ce secteur, d'identifier les paramètres qui allaient le bouleverser. Au lieu de quoi on a multiplié images d'Epinal et critiques à l'emporte-pièce.

La première représentation positive en a été donnée récemment par une grande entreprise publique, EDF. Dans sa dernière campagne publicitaire, on aperçoit un homme de couleur noire avec un casque. On devine qu'il répond à un client. Certes l'image est shootée, léchée, mais qu'importe. Au-dessus du visuel, des mots reconfortants : « Le métier de cet homme ? Raccourcir les délais entre votre question et sa solution ». Pour la première fois, le « sale » job de téléconseiller est devenu un métier. Pour la première fois, une grande entreprise suggère sans ambiguïté que son cœur de métier est le service qu'elle dispense et pas seulement les kilowatts qu'elle produit.

Mais c'est un peu tard... et de toute façon, ces délocalisations qu'on diabolise ont de réelles vertus. Elles nous ramènent à la réalité. De trop nombreux marchands d'illusions nous bercent avec des rêves reconfortants : tout un chacun veut devenir une star... mais, pour beaucoup d'entre nous, la réalité est différente. Il faut travailler pour progresser, les usines ont besoin d'ouvriers, le stress est une donnée de la vie.

Les délocalisations nous incitent aussi à partager. Il y a trente ans, nos vieilles 404 rouillées ou avec un trop grand kilométrage se vendaient aux travailleurs immigrés qui rentraient au pays. Aujourd'hui, certaines activités (les métiers du bâtiment, de l'assistance à domicile...) que nous considérons comme des sales métiers, des petits jobs, ne séduisent pas les jeunes Français. A Cotonou, à Dakar, il n'en est pas de même : de jeunes diplômés béninois, sénégalais y voient de vrais métiers qui leur rapportent de vrais salaires.

Elles nous incitent aussi à nous spécialiser : nous réalisons des transferts de technologie dans le nucléaire, les TGV. Réalisons la même chose dans l'industrie de la relation client et vendons notre savoir-faire à ces nouveaux pays industriels.

Un entraîneur allemand peut mener une équipe grecque. Un bateau suisse peut gagner l'America's Cup, une tennismen belge remporter Roland-Garros... et nous n'y voyons pas de mal. Si les demoiselles du téléphone s'appellent désormais Rachid ou Ismaïla, c'est simplement que le monde change. Comme dit la chanson qui passe souvent à la radio en ce moment : « Bonne Nouvelle ! »

Manuel Jacquinet

Paru dans « Les Echos » du 23 août 2004