

LES **ÉCO** SUPPLÉMENTS

INSPIRATIONS

ÉDITO

Bienvenue dans
la nouvelle ère !

ESCDA à l'international

Un déploiement
continu et réfléchi

Interviews des lauréats

Les témoignages
des élus 2024

**IA ET RELATION DE CLIENT,
L'UNION SACRÉE ...**



Bienvenue dans la nouvelle ère !

Cette année, Élu Service Client de l'Année au Maroc célèbre sa 7^{ème} édition, honorant 21 lauréats issus de secteurs d'activité divers. Bien plus qu'une simple reconnaissance, c'est la consécration d'un engagement constant envers l'excellence dans la satisfaction client. L'évolution majeure de cette année réside dans l'intégration croissante de l'Intelligence artificielle (IA) dans la relation client. Alors que les entreprises se tournent vers l'avenir, elles comprennent que l'IA n'est pas simplement une technologie, mais une opportunité de redéfinir la façon dont elles interagissent avec leurs clients. L'IA injecte une dose de proactivité dans la relation client. Les chatbots alimentés par l'IA, par exemple, sont devenus des interlocuteurs virtuels efficaces, fournissant des réponses instantanées et des solutions aux requêtes courantes. Cela libère du temps pour les agents humains, leur permettant de se concentrer sur des interactions plus complexes et personnalisées.



GHALI KETTANI ET YANN DOLLEANS
Directeurs associés de l'Élection

Mais au-delà de la résolution de problèmes, l'IA excelle dans la compréhension des préférences individuelles. Grâce à l'analyse de données avancée, les entreprises peuvent

anticiper les besoins de leurs clients, offrant ainsi des expériences personnalisées et pertinentes. Cette capacité prédictive transforme la relation client en une expé-

rience proactive, créant un lien plus étroit et significatif entre l'entreprise et le client. Les craintes liées à cette révolution devraient se transformer en opportunités car la transition vers une relation client alimentée par l'IA nécessitera forcément de capitaliser sur l'humain car il est humain. Les consommateurs recherchent toujours l'authenticité et la compassion dans leurs interactions. Aux entreprises de trouver l'équilibre parfait entre l'efficacité de l'IA et la chaleur humaine. Alors que nous saluons ces réussites, nous nous tournons résolument vers l'avenir. Les années à venir promettent une évolution continue de la relation client, avec l'IA au cœur de cette transformation. Élu Service Client de l'Année au Maroc, avec ses 21 lauréats, illustre non seulement la réussite actuelle, mais aussi la promesse d'un avenir où la technologie et l'humanité s'unissent pour créer des expériences client inégalées. Embarquons ensemble pour cette aventure passionnante vers l'horizon de l'excellence. Vivement la 8^{ème} édition !

Élu Service Client de l'Année à l'international en 2024...

- 17^{ème} édition en France
- 12^{ème} édition en Espagne
- 9^{ème} édition au Royaume Uni
- 7^{ème} édition au Maroc
- 5^{ème} édition en Tunisie
- 2^{ème} édition en Allemagne
- 1^{ère} édition en Suisse et en Autriche en 2024 !



BRAVO AUX LAURÉATS

Rendez-vous sur escda.ma



DECATHLON

Distribution d'articles de sports et loisirs



Mobilier et décoration



Banque en ligne



Grande distribution



COMPAGNIE GENERALE IMMOBILIERE
GROUPE CDG

Promotion immobilière haut standing

وفاسلاف
Wafasalaf
ديهما معاك



Organisme de crédit



PUERTO TRANSIT
Customs and Logistics Solutions

Transitaire



Location longue durée automobile



Solutions communicantes pour entreprises



تأمين الوفاء
Wafa Assurance
Source de confiance

Assurance de personnes



Distributeur multimarque automobile



Banque conventionnelle pour particuliers



وفا إما للإيجاد
Wafa IMA Assistance

Assistance

ALLIANCES
دارب

Immobilier économique et moyen standing



Solutions communicantes pour les particuliers



تأمين الوفاء
Wafa Assurance
Source de confiance

Assurance de biens



TotalEnergies

Services aux automobilistes



Restauration rapide



Moyens de paiement et transfert d'argent



معاً لآفاق جديدة

Banque Participative



Electroplanet

Distribution spécialisée en électroménager et produits technologiques

C'est une marque proche des Marocains. Decathlon a su, à travers les ans, conquérir les cœurs des Marocains. Au cœur de son approche, l'écoute de ses clients et l'échange permanent avec eux.

Depuis l'ouverture du premier point de vente, vous êtes perçue comme une marque proche du Marocain. Comment y êtes-vous parvenus ?

Nous sommes effectivement une marque proche des Marocains parce que chez Decathlon nous sommes persuadés que le sport rend le monde meilleur et que nous avons à cœur d'être à l'écoute de nos clients et d'échanger en permanence avec eux. Chaque jour, leur contribution nous pousse à imaginer des solutions toujours plus innovantes, à revoir nos organisations, à leur proposer de nouveaux services. Decathlon continue de se réinventer avec toujours une même constante : placer l'Expérience Client au cœur de sa politique de développement. SATISFAIT OU SATISFAIT est notre devise.



Decathlon

SALIMA EL MOKAFIH
Leader communication et marketing

“SATISFAIT OU SATISFAIT est notre devise”

Decathlon est Élu Service Client de l'Année Maroc 2024, comment vivez-vous cette première consécration ?

Nous sommes très fiers de cette consécration qui valide la philosophie du concepteur et distributeur d'articles de sport. Elle arrive à point nommé pour nous conforter dans notre approche client et pour

confirmer que l'orientation donnée à l'expérience client dans tous nos magasins et centre de relation client est très appréciée. Chez Decathlon, on ne parle pas de satisfaction, mais d'enchantement client, la priorité n°1 pour l'enseigne. En misant sur le conseil et la fidélisation de la clientèle, l'enseigne s'est assurée une communauté d'acheteurs passionnée et naturellement

ambassadrice de la marque. Cette distinction prouve que Decathlon continue à écrire son histoire avec les Marocains de la plus belle manière.

Comment voyez-vous l'évolution de la relation client dans votre secteur d'activité ?

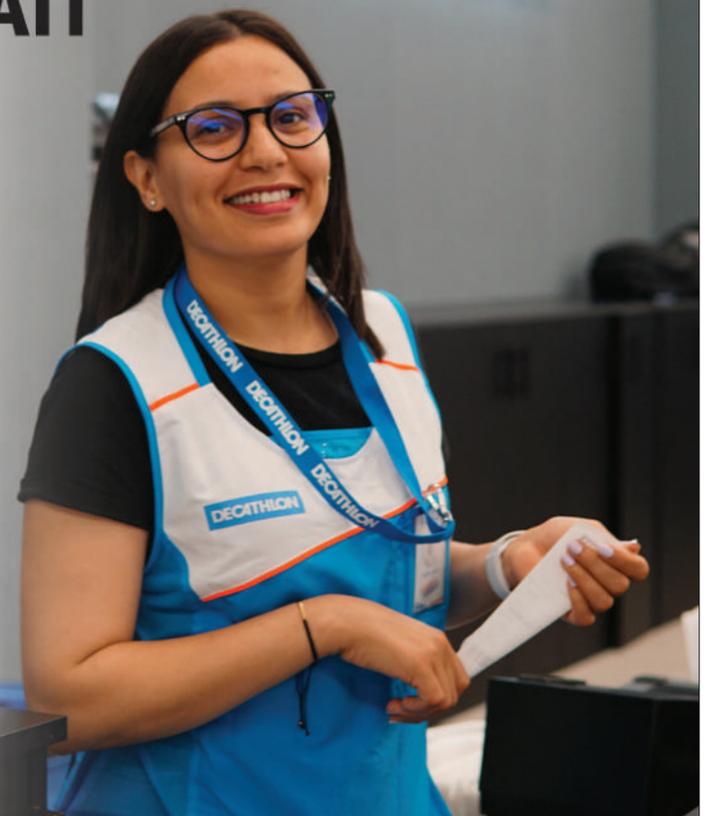
La relation client dans notre secteur est le cœur battant du business. Chez Decathlon, notre principal leitmotiv est de faire bouger durablement le plus grand nombre de personnes à travers le sport. Notre business modèle actuel est centré sur l'offre de produits sportifs séduisants et techniques aux prix justes au débutant comme au pratiquant confirmé et expert. Nous misons énormément sur un conseil en magasin et en ligne au plus près des clients pour plus de satisfaction et nous nous appuyons sur de nouveaux services (réparation, location, reprise et aussi sur le programme de fidélité) et, bien sûr, le e-commerce, qui nous permet d'être encore plus proches de nos clients partout où ils sont, sans oublier de digitaliser et moderniser nos magasins pour une expérience plus inspirante qui donne envie de se mettre au sport.

#الرياضة
كتجمعنا

Chez **DECATHLON**

Vous êtes SATISFAIT ou SATISFAIT

شكرا على الثقة ديا لكم





Sacré pour la troisième fois consécutive, Kitea assure dans le service client. Ses atouts sont l'engagement fort et une stratégie bien ficelée. Son approche est axée sur l'innovation continue et la personnalisation du service, visant à dépasser les attentes des clients.

C'est votre 3^{ème} prix, quel est le secret de cette performance ?

Notre troisième consécration comme «Élu Service Client de l'année» chez KITEA n'est pas une coïncidence, mais le fruit d'un engagement profond et d'une stratégie bien définie. Cette performance s'ancre dans notre compréhension des besoins évolutifs des clients, nous poussant à une veille constante et à une adaptation agile. Notre approche est axée sur l'innovation continue et la personnalisation du service, visant à dépasser les attentes de nos clients. Recevoir ce prix pour la troisième fois consécutive valide notre stratégie orientée client et souligne notre capacité à maintenir un haut



OTHMAN BENKIRANE
Directeur général

“Nous maintenons un haut niveau d'excellence, malgré les défis du marché”

niveau d'excellence, malgré les défis du marché. Ce succès est le reflet d'une culture d'entreprise qui valorise le client avant tout, reconnaissant l'engagement et l'expertise de notre équipe. Ce prix nous rappelle notre responsabilité et nous incite à poursuivre notre quête d'innovation et d'excellence.

En quoi les technologies émergentes

et les canaux de communication innovants ont-ils été intégrés dans la stratégie de service client de KITEA ?

Au cœur de notre stratégie de service client chez KITEA, l'intégration des technologies émergentes et des canaux de communication innovants joue un rôle crucial. Ces outils nous permettent de centraliser les données, d'homogénéiser les pratiques,

d'optimiser le temps, et surtout, de comprendre en profondeur les habitudes de consommation et les attentes de nos clients. Ils constituent une pierre angulaire dans notre engagement à tenir nos promesses au quotidien. Nos solutions numériques, comme notre plateforme en ligne, offrent une expérience utilisateur fluide et intuitive, facilitant l'accès à nos produits et services. L'analyse de l'ensemble des données joue donc un rôle crucial dans notre compréhension des préférences des clients, nous aidant à personnaliser le service client et à anticiper les besoins. Après avoir entrepris des chantiers de transformation majeurs dans nos activités Retail, Digital, et Supply Chain, et mis un accent particulier sur la digitalisation omnicanale de nos services, KITEA poursuit son expansion. L'ouverture de nouveaux magasins de 4^e génération, à Accra, Agadir et Casablanca, illustre cette évolution. Ces espaces offrent une sélection étendue et une expérience client immersive, permettant de se projeter dans un univers unique où l'utile se joint à l'agréable. Cette expansion montre notre volonté d'être au plus près de nos clients, en combinant de manière innovante choix, qualité et service.

JAMAIS 2 SANS 3 !

1 FOIS, C'EST BIEN !
2 FOIS, C'EST EXCEPTIONNEL !
3 FOIS... **C'EST KITEA !**



**MERCI ! VOUS NOUS AVEZ ÉLU
SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE 2024 MAROC
POUR LA 3^{ÈME} ANNÉE
CONSÉCUTIVE**



SoGé propose une expérience client unique, avec un accès autonome à l'essentiel des services bancaires de manière simple, rapide et sécurisée. La Banque en ligne de Société Générale Maroc met le client au cœur de ses priorités.

Comment vivez-vous cette consécration ?

Nous sommes enchantés de recevoir cette distinction qui célèbre les efforts d'une équipe guidée par la passion du service à la clientèle. C'est à la fois la reconnaissance d'une approche profondément axée sur le client et la garantie d'un avenir prometteur pour notre nouvelle banque entièrement en ligne. SoGé propose une expérience client unique, en offrant un accès autonome à l'essentiel des services bancaires de manière simple, rapide et sécurisée. En parallèle, nous avons établi des liens solides avec nos clients grâce à une équipe de télé-banquiers attentifs à leurs attentes, afin de les servir toujours au mieux.



SoGé

FADELA BENZAKOUR
Business lead

“Nous favorisons l'utilisation accrue des technologies digitales”

Vous êtes au cœur des nouveaux usages de consommation. Quelles en sont les spécificités en matière de relation client ?

Aujourd'hui, les consommateurs n'ont plus le temps ni le désir de se rendre en agence pour accéder aux services bancaires essentiels. Chez SoGé, nous répon-

dons à cette exigence en livrant la carte bancaire directement à leur domicile et en favorisant leur utilisation accrue des technologies digitales, l'accès instantané à l'information et une grande liberté. Cependant, le contact humain demeure important. Nos clients apprécient qu'une équipe de télé-banquiers soit disponible

pour les assister et les conseiller, et ce, sur des plages horaires étendues. Ainsi, au cœur des nouvelles habitudes de consommation, la relation bancaire évolue vers une dimension plus digitale, axée sur le self-care, tout en restant personnalisée et humanisée

Comment en voyez-vous l'évolution dans les années à venir ?

Je suis convaincue que la banque à distance continuera à évoluer dans une dynamique d'ouverture et d'innovation pour répondre à la demande croissante des Marocains en faveur d'une gestion autonome de leurs finances. La digitalisation sera renforcée en explorant les technologies de la Banque du futur, offrant ainsi de nouvelles expériences bancaires et l'accès à des plateformes de messagerie instantanée. Ceci dit, le facteur humain restera essentiel. Les conseillers bancaires joueront un rôle renforcé en tant qu'experts dans le conseil et l'accompagnement. Finalement, nous nous orientons vers le développement de nouvelles relations de proximité avec nos clients, combinant le meilleur du digital et de l'interaction humaine.

SoGé LA BANQUE 100% EN LIGNE



MAROC

Ouvrez un compte



La banque
100% en ligne





Élu service client de l'année Maroc pour la deuxième fois, Marjane confirme son engagement à maintenir les normes élevées que le distributeur s'est fixé. Marjane est ainsi déterminé à poursuivre l'intégration du digital dans tous les aspects de l'expérience client.

Il s'agit de votre 2^{ème} consécration consécutive. Comment la vivez-vous ?

Il s'agit effectivement de la seconde fois que Marjane est élu service client de l'année Maroc. C'est une immense fierté pour l'ensemble de nos collaborateurs qui sont tous conscients de l'importance d'offrir les meilleurs services à nos clients. Nous sommes honorés de la confiance qu'ils nous accordent et cela renforce notre détermination à maintenir les normes élevées que nous nous sommes fixées. Cette reconnaissance consécutive est le fruit d'un travail assidu et déterminé de nos collaborateurs ainsi que de notre engagement à répondre aux besoins de nos clients de manière exceptionnelle. Je souhaite donc saisir cette



Marjane

MHAMED CHLYEH
Directeur général délégué

“Nous élevons sans cesse nos standards”

occasion pour remercier toutes les femmes et tous les hommes de Marjane qui, chaque jour, œuvrent pour être à l'écoute et satisfaire nos clients, que ce soit dans nos magasins, sur nos réseaux sociaux, site, application, sur whatsapp ou au téléphone.

Le digital est venu bousculer le mode

de consommation dans votre secteur d'activité, quel en a été l'impact ? Comment en voyez-vous l'évolution ?

Le digital a un impact considérable sur notre secteur. Internet, les réseaux sociaux ainsi que la transition vers le commerce en ligne ont transformé la manière dont les marocains effectuent leurs achats.

L'accélération du commerce électronique a entraîné des transformations positives pour nos magasins physiques également comme, par exemple, sur la gestion des stocks, la logistique... Nos clients sont désormais plus avertis, plus exigeants qu'auparavant. Cela accentue la concurrence et nous pousse à sans cesse élever nos standards. Ils sont aussi acteurs et nous interpellent régulièrement sur nos réseaux sociaux pour questionner, suggérer, remercier ou au contraire manifester un mécontentement. Le marketing devient une conversation interactive et continue entre notre enseigne et nos clients, et nous sommes amenés à personnaliser l'expérience client en cernant mieux les besoins de chacun, ses préférences individuelles et à nous adapter en conséquence. Quant à l'évolution future du secteur de la grande distribution, nous nous attendons à une poursuite de l'intégration du digital dans tous les aspects de l'expérience client. Les technologies telles que l'Intelligence artificielle et l'analyse prédictive vont nous permettre d'anticiper les besoins de nos clients, d'y répondre de manière proactive et, à terme, d'arriver à l'hypermersonnalisation de notre offre et de notre communication.

Étude Approche Client - Inspire Research
Réalisée du 28 Août au 17 Novembre 2023
Plus d'infos sur www.escda.ma

C'est la deuxième année consécutive que la CGI remporte ce prix. La société continue de mettre en place son Plan stratégique Intégré «Cap Excellence», qui met les clients au cœur de ses préoccupations.

Quels sont les éléments clés qui ont contribué à votre succès en tant que Lauréat du service client de l'année pour la deuxième fois consécutive ?

La CGI remporte pour la deuxième fois consécutive le prix Elu Service Client de l'Année, Catégorie Promotion Immobilière Haut Standing ! C'est en effet, une distinction qui vient confirmer tous les efforts déployés par nos équipes, pour la satisfaction de nos clients et conforte notre positionnement de promoteur immobilier de référence, qui œuvre pour le développement de projets structurants et innovants. À la CGI, nous avons poursuivi la mise en œuvre du Plan stratégique Intégré «Cap Excellence», qui incarne la volonté forte de mettre nos clients au cœur de nos préoccupations, en concevant des programmes adaptés à leurs



CGI

FAYÇAL BENNOUNA

Directeur du pôle commercial & communication

“Notre parcours client est entièrement digitalisé”

besoins, dans le respect de nos engagements en termes de délai et de qualité. Dans ce sens, nous avons renforcé les services proposés à nos clients, tout en fluidifiant le parcours client, qui est depuis quelques années, entièrement digitalisé. Nous avons également pris en considération les observations émises lors de l'édition 2023 et nous avons été à l'écoute des attentes de nos clients.

Comment votre entreprise maintient-elle des normes élevées de service client et quelles initiatives spécifiques ont été mises en place au cours de l'année écoulée ?

La CGI accorde, depuis toujours, une place particulière à sa relation avec ses clients. Le suivi de la satisfaction client est une priorité. Ainsi, le baromètre de satisfaction

est l'un des dispositifs essentiels permettant d'évaluer et d'améliorer la perception de la qualité de l'expérience client. De plus, la généralisation de la VEFA (vente en l'état futur d'achèvement) pour la commercialisation de tous ses projets, l'élaboration d'un référentiel technique pour la construction ainsi que la certification HQE de ses projets témoignent de l'engagement de la CGI envers ses clients et sa volonté d'offrir un produit et un service de qualité.

En quoi l'obtention de ce titre impacte-t-elle votre approche future en matière de service client et vos relations avec les clients ?

Cette distinction confirme la volonté de la CGI et son engagement fort de consolider la satisfaction de ses clients, et, par conséquent, de renforcer son image de marque comme étant une entreprise citoyenne qui met le client au centre de ses intérêts. L'année 2024 s'inscrit dans la continuité de cette volonté et se déclinera à travers une série d'actions et de projets à mener par la CGI, et qui permettront d'anticiper et de répondre au mieux aux besoins et attentes les plus exhaustives de nos clients.

**UNE NOUVELLE RÉCOMPENSE,
POUR CONTINUER
À MIEUX VOUS SERVIR !**



#60ansDePromessesTenues

A la CGI nous travaillons depuis plus de 60 ans à concevoir des espaces de vie toujours plus agréables à vivre et qui répondent au mieux à vos besoins.

080 100 28 28
www.cgi.ma

Étude Approche Client - Inspire Research réalisée du 28 Août au 18 Novembre 2023 - plus d'informations sur www.esrda.ma



COMPAGNIE GENERALE IMMOBILIERE
GROUPE CDG



Depuis plusieurs années, Wafasalaf s'est engagé dans une stratégie axée sur l'excellence de la relation client. Sa signature «Dima Maak» en est la parfaite démonstration.

Félicitations pour ce premier titre ! Comment le vivez-vous ?

C'est une consécration qui nous fait honneur, car elle vient couronner les efforts d'adaptation, de transformation et d'engagement que nous avons entrepris ces dernières années... tout en mettant en lumière nos axes d'amélioration, pour nous permettre de progresser. Cette reconnaissance, qui confirme notre position de leader, nous conforte dans la vision que nous nous faisons de la relation client, comme un enjeu majeur et un axe fondamental de développement. Nous sommes déterminés à maintenir notre engagement d'œuvrer au quotidien à l'amélioration de la valeur délivrée à nos clients au niveau des produits, services et de l'expérience client. Pour cela nous gardons comme ligne de conduite, notre signature «Dima Maak» qui est le trait distinctif de Wafasalaf.



DRISS FEDOUL
Président du directoire

“Le client est au cœur de notre stratégie”

Y a-t-il eu des initiatives spécifiques qui ont été prises pour atteindre ce résultat ? Et si oui, lesquelles ?

Placer le client au cœur de notre stratégie est un enjeu quotidien porté par tous les collaborateurs. Il est défini comme une composante essentielle de l'organisation,

du management, des décisions et des processus. Ainsi, nous avons pu, au fil des ans, initier et développer de nouveaux processus afin d'offrir une expérience client fluide et transparente, quel que soit le canal choisi par le client : SAV digitalisé, parcours ergonomiques, produits novateurs, encourage-

ment de l'innovation. La voix du client est placée en amont dans la réflexion stratégique et, en aval, une réclamation bien qu'isolée peut faire l'objet d'un projet ad hoc au service de l'amélioration d'un processus. En effet, plusieurs dispositifs d'écoute et d'évaluation sont instaurés (étude IRC annuelle, enquêtes de satisfaction à chaud et à froid...).

Comment prévoyez-vous de maintenir cette performance dans les années à venir ?

Dans un monde en mutation profonde connaissant des évolutions de plus en plus accélérées, il ne s'agit pas de faire vœux mais de se donner les moyens de ses ambitions. Wafasalaf, fidèle à sa signature «Dima Maak» d'acteur engagé et responsable au service de ses clients, collaborateurs et partenaires, poursuit son projet de transformation et travaille à : Poursuivre la formation de ses collaborateurs; Investir sur la data et connaissance client; Privilégier des technologies robustes permettant des expériences fluides; Améliorer les dispositifs de suivi et de pilotage de la qualité et de la satisfaction client vers plus d'agilité et de réactivité.

Votre confiance, notre engagement



Wafasalaf Société Anonyme à Direction et à Conseil de Surveillance, au capital de 113.179.500 DH. Agrément n°1211-96 du 1er Salaf 1417 (18 Juin 1986) tel que modifié et complété - Siège Social : 72, angle rue Ram Allah et bd Abdelmoumen, Casablanca - RC 48.409 - IF 0104019 - Patente 3790182 - ICE : 00132745000081

www.wafasalaf.ma | wafasalaf      | Infoline: 05 22 54 51 51

*Étude Approche Client - Inspire Research réalisée du 28 Août au 18 Novembre 2023 - plus d'informations sur www.esca.ma

وفاسلاف
Wafasalaf
ديمامعك



Opérant dans le domaine du transit, Puerto Transit s'engage à maintenir son niveau de performance en matière de service client, à innover et à s'adapter aux besoins changeants de ses clients.

Félicitations pour l'obtention de ce premier titre ! Comment vivez-vous cette reconnaissance ?

Rempporter le titre «Élu Service Client de l'année Maroc 2024» représente une première dans le secteur, c'est une source de fierté et de satisfaction pour toute l'équipe PUERTO TRANSIT, c'est le fruit de notre engagement constant envers l'excellence depuis 1994. Cette distinction confirme notre conviction que nous sommes sur la bonne voie pour offrir un service client exceptionnel. Nous sommes pleinement conscients de la responsabilité qui accompagne ce titre et nous nous engageons à maintenir notre niveau de performance en matière de service client, à innover et à nous adapter aux besoins changeants de nos clients. En résumé, cette reconnaissance renforcera notre détermination à



ISMAIL ET TAHIRI
Directeur général

“Nous allons maintenir notre position de leader”

exceller dans notre domaine et maintenir notre position de leader.

Étant dans le secteur spécifique du transit, comment parvient-on à atteindre un niveau de performance exceptionnel en matière de service client ?

PUERTO représente l'acronyme de

nos valeurs fondamentales qui sont le socle de notre excellence. Proactivité : notre expertise nous permet d'agir de manière proactive pour répondre aux besoins de nos clients. Union : nous croyons en la force de l'unité et nous valorisons nos liens humains internes et externes. Engagement : notre dévouement envers nos clients et nos services

est notre priorité absolue. Rigueur : nous appliquons des normes strictes et une rigueur méticuleuse qui s'affirme par la confiance de nos clients. Transparence : nous veillons à ce que nos clients soient rassurés tout au long du process. Objectif : Nous sommes guidés par des objectifs clairs pour fournir des résultats exceptionnels. PUERTO incarne cette combinaison de valeurs qui définissent notre quête permanente d'excellence dans tout ce que nous entreprenons.

Quelle stratégie avez-vous l'intention de mettre en place pour maintenir cette position ?

PUERTO TRANSIT envisage d'élaborer sa relation de confiance avec ses clients en passant d'un prestataire de service de qualité à un partenaire prépondérant et influençant dans leurs décisions stratégiques. Et ce, en investissant dans notre capital humain, notre système d'information et en consolidant nos relations avec nos partenaires (autorités douanières, prestataires logistiques...) qui viennent perfectionner notre promesse d'intégralité.



PUERTO TRANSIT
Customs and Logistics Solutions

**IL FAUT
ÊTRE ÉLU
POUR
ÊTRE CRU**

30 ans d'excellence au service de
votre satisfaction quotidienne





Location longue durée automobile

Dévouement, innovation et adaptabilité sont les clés de la réussite de Locafinance dans le domaine de la relation client. L'opérateur a été élu pour la deuxième année consécutive et démontre ainsi un engagement fort envers ses clients.

Comment les équipes Locafinance ont-elles réussi à maintenir ce niveau de performance pour remporter ce prix prestigieux une deuxième fois ?

Les équipes Locafinance ont pu réaliser cet exploit pour la deuxième année consécutive grâce à une combinaison efficace de dévouement, d'innovation et d'adaptabilité. En dépit des défis, notamment l'intégration réussie d'un concurrent, notre engagement envers une culture axée sur le client est demeuré inébranlable. L'amélioration continue des compétences du personnel à travers des programmes de formation, conjuguée à l'intégration de technologies de pointe pour optimiser nos opérations, a constitué une approche globale qui a répondu de manière efficace aux attentes élevées de nos clients.

LOCAFINANCE



BELOUALI AMINE

Directeur Développement & Qualité Groupe

“Nous allons continuer à investir dans des solutions technologiques innovantes”

Quelles initiatives spécifiques avez-vous mises en œuvre ?

Dans un contexte d'expansion, Locafinance a intensifié ses efforts en matière de formation du personnel afin d'assurer une uniformité dans l'approche axée sur le client. Des protocoles opérationnels ont été adaptés pour

accueillir la diversité résultant de l'acquisition, tout en préservant notre engagement envers une communication transparente et une résolution efficace des problèmes. La technologie a joué un rôle clé, avec des investissements ciblés dans des solutions innovantes pour optimiser l'efficacité des opérations et garantir

une expérience client sans heurts. Les équipes ont été renforcées pour faciliter un dialogue constant, démontrant ainsi notre engagement à comprendre et à répondre aux besoins spécifiques de chaque client.

En quoi cette distinction impacte-t-elle la stratégie future de Locafinance en matière de relation client ?

La reconnaissance consécutive renforce notre positionnement dans le secteur, attestant de notre capacité à maintenir une qualité de service inégalée malgré les changements significatifs. Pour l'avenir, Locafinance entend capitaliser sur cette distinction en réaffirmant son engagement envers une approche client personnalisée et innovante. Dans le cadre de notre stratégie à venir, nous allons continuer à investir dans des solutions technologiques innovantes pour rester à la pointe de l'efficacité opérationnelle tout en préservant notre approche humaine, pour garantir une continuité dans l'excellence du service avec l'objectif constant d'anticiper et de répondre aux besoins changeants de notre clientèle, cimentant ainsi notre position en tant que référence dans le domaine de la location de voitures longue durée.

AVIS®

LOCAFINANCE



DOUBLE COURONNE D'EXCELLENCE & DEUX ANNÉES
CONSÉCUTIVES D'ENGAGEMENT EXCEPTIONNEL À
VOTRE SERVICE

ÉLU SERVICE CLIENT
DE L'ANNÉE
2024 AU MAROC

Location longue durée de véhicules 2
roues et 4 roues

WE TRY HARDER



05 22 97 55 55



www.locafinance.com

Étude Approche client – Inspire Research réalisée du 28 Août au 18 Novembre 2023 – plus d'informations sur www.esca.ma

Orange veille à améliorer son savoir-faire et ses process dans le souci constant d'assurer la meilleure qualité de service. L'opérateur a structuré ses processus et mis en place un système de management de la qualité, pour une satisfaction client irréprochable.

Vous êtes «Élu Service Client de l'Année Maroc 2024» pour la 2^{ème} fois, quel est votre sentiment ?

Nous sommes très fiers de l'obtention de ce trophée pour la deuxième année consécutive. Cela reflète les efforts consentis par l'ensemble de nos équipes et nos partenaires, que je remercie d'ailleurs pour leur professionnalisme, leur engagement et leur proactivité au quotidien. Cette consécration atteste de notre dévouement envers nos clients, pour lesquels nous visons constamment un haut niveau de qualité de service.

Dans votre secteur d'activité, il y a peu d'intervenants, comment parvient-on



Orange

HADDOUCHI NADIA
Directrice relation client B2B

“La qualité de service à nos clients est notre cheval de bataille”

à se distinguer en termes de service client dans ce contexte ?

Depuis sa création, Orange veille à améliorer son savoir-faire et ses process dans le souci constant d'assurer la meilleure qualité de service. En effet, la différenciation par le Service Client fait d'Orange Maroc un opérateur Customer Centric, et met le

client au cœur de ses priorités. Sur le terrain, nous avons structuré nos processus et mis en place un système de management de la qualité visant à explorer toutes les pistes (enquêtes satisfaction, client mystère, campagnes de rappels...) pour regrouper l'ensemble des inputs nous permettant de recueillir la voix de nos clients et de mettre

en place les plans d'actions associés. Ce dispositif sert aussi à maintenir une relation de partenariat avec nos clients, basée sur la proximité et la compréhension de leurs besoins et attentes pour un meilleur accompagnement. La proximité se traduit aussi dans notre stratégie de digitalisation, mettant à la disposition de nos clients plusieurs canaux pour une expérience autonome.

Comment voyez-vous l'évolution du service client dans le segment B2B de votre secteur d'activité ?

L'obtention de cette récompense nous conforte dans nos choix de poursuivre dans l'amélioration continue, mais c'est également un challenge de rester N°1 du Service Client du secteur et l'assumer avec humilité. Nous nous sommes inscrits dans cette démarche d'amélioration continue qui fait de «la qualité de service à nos clients» notre cheval de bataille afin de leur faire vivre une expérience inédite à chaque interaction. Ainsi, nous comptons persévérer dans la formation de nos équipes, la refonte continue de nos process, la simplification des parcours clients et l'engagement dans des projets ambitieux. Notre objectif étant de rester le leader du service client.

Merci pour votre confiance !

Grâce à vous, Orange élu Service client « **Solutions communicantes pour entreprises** » de l'année 2024, pour la deuxième année consécutive !

#OrangeEntreprise



Vous rapprocher de l'essentiel





Assurance de personnes

Afin d'être proche de sa clientèle, Wafa Assurance se prépare déjà pour les prochaines évolutions et améliorations de nos produits, parcours et applications. De plus, l'opérateur assure une communication transparente qui renforce sa devise «source de confiance» à travers son application digitale.

Félicitations pour cette première consécration dans cette catégorie ! Comment le vivez-vous ?

Toute l'équipe est fière d'avoir relevé le challenge et d'avoir poussé encore plus loin les bonnes pratiques de la gestion de relation client. Cette consécration vient récompenser les efforts entrepris pour dimensionner et structurer les activités en synchrone et en asynchrone. De surcroît, nous passons déjà à la prochaine étape, après avoir savouré cette joie, l'équipe se remobilise dès aujourd'hui pour poursuivre le chemin... pour toujours simplifier et accélérer les parcours afin d'offrir aux clients une expérience



TAÏBI BENHIMA
Directeur central des transformations centrées client

“Comprendre les besoins du client est la clé de la réussite”

de qualité. C'est dans cette même dynamique que nous nous préparons déjà pour les prochaines évolutions et améliorations de nos produits, parcours et applications. Mention spéciale à notre application Wafa Santé qui continue à émerveiller les assurés Wafa Assurance, à les satisfaire dans toutes les étapes de l'expérience et donne l'occa-

sion à nos équipes Relation Client de donner un service à très forte valeur ajoutée.

Vous touchez à un domaine très spécial, comment parvient-on à assurer ce niveau de qualité dans un tel domaine ?

La clé est d'abord de comprendre les

besoins de chaque client à travers une approche empathique puis y répondre dans des délais très courts, ensuite, assurer une communication transparente qui vient renforcer notre devise «source de confiance» à travers notre application digitale, et, enfin, une analyse des données clients pour améliorer continuellement nos offres et services. Tout ceci passe par l'implication continue de tous les collaborateurs Wafa assurance et l'engagement autour du meilleur service apporté au client.

Comment gère-t-on la relation client dans des cas extrêmes comme lors du séisme d'Al-Haouz ?

Tous nos conseillers ont répondu présent, dès le lendemain, pour répondre aux interrogations clients et pour les rassurer, malgré l'inquiétude que tous les Marocains ont vécu. Les métiers ont aussi rapidement mis en place des process simples, fluides et rapides de gestion des sinistres liés au séisme. En résumé, dans les cas extrêmes, une communication claire, une assistance rapide et des mesures adaptées aux circonstances peuvent contribuer à maintenir une bonne relation client.



تأمين الوفاء
Wafa Assurance

Source de confiance

**LE CLIENT EST
NOTRE ÉLU !**

POUR LA
3^{ÈME}
ANNÉE
CONSÉCUTIVE



*Étude Approche client - Inspire Research réalisée du 28 Août au 18 Novembre 2023 - plus d'informations sur www.esda.ma

Le premier distributeur du groupe Renault confirme sa stratégie client-centric, 93% des clients déclarent être satisfaits, et ce, depuis le lancement effectif de M-AUTOMOTIV.

Félicitations pour cette première distinction ! Comment y êtes-vous parvenus ?

En tant que Premier Distributeur du Groupe Renault, M-AUTOMOTIV a adopté une stratégie résolument client-centric. Cette orientation se concrétise par plusieurs actions telles que la mise en place d'un call center dédié, la mise en œuvre d'indicateurs qualité nous permettant de suivre l'expérience client avant, pendant et après l'achat, mais aussi un plan de formation de nos collaborateurs afin de garantir un accueil et une prise en charge de nos clients différenciants et propres à notre marque. Notre marque est certes, jeune, mais se développe grâce à un plan d'action axé sur des meilleures pratiques qui permettent une montée en compétences. Les résultats sont probants : aujourd'hui, selon



M-Automotiv

SOUHAIL HOUMAINI
Directeur général

“Notre stratégie est axée sur les meilleures pratiques”

notre étude interne «Voice of Customer», 93% de nos clients déclarent être satisfaits, et ce, depuis le lancement effectif de M-AUTOMOTIV. Ces efforts n'auraient pas eu d'impact positif sans l'engagement de nos équipes. En effet, chaque membre de l'équipe M-AUTOMOTIV s'emploie à offrir la meilleure expérience possible à chaque client.

Comment intégrez-vous cette performance dans votre vision globale du service client ?

Actuellement, nous travaillons sur un projet de modernisation de nos showrooms, en y intégrant des espaces de convivialité et de commodité, tels que le “Café M”, un parking dédié et des espaces Clients avec wifi gratuit. Par ailleurs, nous proje-

tons d'étendre notre réseau pour être plus proches de nos clients, et ce, dans le cadre d'un plan de développement de nos points de vente à travers le Maroc. Dans cette lignée, nous avons inauguré un nouveau point de vente à Témara.

Comment comptez-vous maintenir ce niveau de service dans les années à venir ?

Plus qu'une simple devise, notre credo «Née pour vous servir» reflète notre détermination à perpétuer la qualité de nos services, un atout qui est devenu synonyme de notre marque. Cette exigence, nous nous l'imposons au quotidien, c'est une réalité intégrée à toutes nos opérations. Dans ce sens, nous avons intégré de nouvelles fonctions clés aux organisations de nos showrooms assurant ainsi une expérience client fluide et distinctive. Nous nous projetons dans l'avenir avec la conviction que notre distinction sur le marché automobile ne dépendra que de la qualité du service que nous offrons à tous nos clients. C'est une promesse que nous comptons tenir, en veillant à ce que chaque interaction avec M-AUTOMOTIV soit une expérience positive et mémorable pour nos clients.

M - AUTOMOTIV

Vous servir est notre plus grande victoire

M-AUTOMOTIV, Élu Service Client de l'Année Maroc 2024 après seulement 5 mois d'existence !
Mille mercis pour votre confiance et votre soutien.
M-AUTOMOTIV, Née pour vous servir

Le premier distributeur

m-automotiv.ma
0520 482 000

RENAULT DACIA ALPINE

*Étude Approche Client - Inspire Research réalisée du 28 Août au 18 Novembre 2023 - plus d'informations sur www.esccda.ma

Wafa IMA Assistance s'engage à fournir une assistance immédiate, empreinte d'empathie et d'écoute active, à ses clients.

**Bravo pour ce premier titre !
Comment le vivez-vous ?**

Vous avez eu un bref aperçu de notre quotidien, mais j'ai envie de vous dire que ce n'est que le reflet de nos journées. Tous nos clients bénéficient du même traitement. L'utilité de notre métier réside dans notre engagement inébranlable à fournir une assistance immédiate, empreinte d'empathie et d'écoute active. C'est pourquoi j'aimerais saluer et remercier le grand professionnalisme de nos équipes, qui sont la force derrière notre succès, et ce grâce à leur dévouement, leur disponibilité et leur réactivité, pour apporter solution, confort et réconfort 24h/24 et 7j/7. Cette distinction est la récompense de leur engagement et loyauté. Le titre Élu Service Client de l'Année Maroc 2024 est aujourd'hui une grande fierté qui va bien au-delà d'une simple reconnaissance. Nous sommes déterminés à le garder et nous investissons davantage, encore et encore, pour être



Wafa IMA Assistance

SELMA TAZI
Responsable management qualité

“L'excellence est une priorité pour satisfaire nos clients”

à la hauteur des attentes de nos clients, collaborateurs et partenaires.

C'est un secteur spécial, en matière de service client, dans lequel vous opérez. Comment parvient-on à atteindre ce niveau de performance ?

Depuis sa création en 2011, Wafa IMA As-

sistance a inscrit la performance dans son ADN. Nous atteignons un tel niveau de performance en mettant en place un système de management qualité, qui agit comme notre baromètre quotidien. La surveillance constante de nos indicateurs nous permet d'ajuster en temps réel nos pratiques pour maintenir des normes élevées. Nous axons

aussi nos efforts sur l'amélioration de la satisfaction client en favorisant la proximité, à travers le développement continu de nos canaux de distribution, la gestion efficace de notre réseau de prestataires et un engagement fort envers l'excellence opérationnelle. En parallèle, la culture d'innovation continue nous confère une agilité remarquable, nous permettant de nous adapter aux évolutions dynamiques du secteur et de concevoir constamment des solutions novatrices.

Comment comptez-vous vous maintenir à cette position ?

Notre objectif ultime est de renforcer notre position en tant qu'acteur de référence pour nous hisser au rang de leader du marché de l'assistance, au Maroc et en Afrique. Pour y parvenir, nous sommes à l'écoute attentive de nos clients, anticipons leurs besoins et leur proposons des solutions innovantes. Nous nous efforçons également de maintenir des normes élevées en évaluant régulièrement nos performances, en recueillant des retours clients, et en mettant en place des solutions personnalisées en vue de garantir une prestation de service exceptionnelle. Cela témoigne de notre volonté constante de nous surpasser.



Grâce à vous, nous avons franchi cette étape. Ensemble, nous irons encore plus loin...

Alliance Darna fait son entrée dans le palmarès de «Élu Service Client de l'Année Maroc 2024», et récompense ainsi les efforts de l'ensemble des équipes Alliances déployés depuis plus de 25 ans d'existence.

Bravo pour cette première consécration ! Comment y êtes-vous parvenus ?

Tout d'abord, nous sommes honorés par cette élection qui récompense les efforts de l'ensemble des équipes Alliances déployés depuis plus de 25 ans d'existence. Offrir la meilleure expérience client est un des objectifs quotidiens que notre groupe s'engage à atteindre dans le but de fidéliser notre clientèle actuelle et de maintenir le même niveau sur le long terme. Chez Alliances, nous déployons depuis de nombreuses années des efforts considérables dans l'écoute active des clients, la proactivité, la personnalisation du traitement en fonction de nos cibles, la formation continue de nos ressources humaines et l'utilisation judicieuse de la technologie.



Alliance Darna

BELKHATI NOREDDINE
Secrétaire général

“La qualité de la relation client est au cœur de notre business modèle”

C'est un secteur particulier où un aspect fondamental de la vie du citoyen est en jeu, quelles ont été les principales clés de ce succès ?

Il est vrai que le secteur immobilier touche une étape importante dans la vie de chaque individu, qui est celle de l'acquisition d'un bien que ce soit pour une résidence principale, secondaire ou en investissement ; c'est

pour cela que la qualité de la relation que nous tissons avec nos clients est au cœur de notre business modèle. En effet, nous veillons chaque jour à ce que l'ensemble de nos équipes offrent un service d'une qualité irréprochable et répondent aux besoins particuliers de chaque type de clientèle pour les accompagner tout au long du processus d'acquisition. Pour cela, nous nous assurons

de maintenir une communication continue, transparente et personnalisée avec nos clients, de gérer les demandes avec réactivité par des équipes expertes dans leurs domaines, et de garantir une gestion efficace du service après-vente post acquisition. Naturellement, nous faisons intelligemment appel aux nouvelles technologies pour conserver la traçabilité de l'ensemble du processus et poursuivre le programme d'amélioration continue basée sur des indicateurs précis.

Comment comptez-vous vous maintenir ce niveau de performance ?

Cette première consécration représente un booster indéniable dans le développement de la stratégie que notre groupe déploie depuis des années, l'objectif à ce stade est d'améliorer notre niveau de performance en digitalisant nos processus et de consolider nos acquis pour maintenir notre position sur le marché. Conscients que la relation client est essentielle au succès et à la pérennité de notre entreprise, nos équipes et partenaires continueront à travailler main dans la main pour créer les synergies nécessaires au développement de la relation de confiance que nous entretenons avec nos clients.

ALLIANCES
دارنا

CONSTRUISONS ENSEMBLE, LE SERVICE CLIENT DE DEMAIN

[alliancesdarna.ma](https://www.alliancesdarna.ma)

Immobilier économique et moyen standing
ÉLU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE 2024
 MAROC

Étude Approche client - Inspire Research réalisée du 28 Août au 18 Novembre 2023
Plus d'informations sur www.eseda.ma



C'est une consécration de l'engagement d'Orange envers l'excellence du service client. L'opérateur télécom a su gagner la confiance de ses clients grâce à l'innovation dans le domaine du service client.

Félicitations pour ce titre. Comment le percevez-vous ?

Tout d'abord, je souhaiterais féliciter et remercier toutes les équipes d'Orange ainsi que nos partenaires Intelcia et Téléperformance pour cette belle réalisation que nous percevons d'ailleurs comme une validation continue de notre engagement inébranlable envers l'excellence du service client pour les particuliers. Remporter ce prestigieux label pour la septième année consécutive est un honneur et une reconnaissance de notre dévouement à répondre aux besoins et aux attentes de nos clients. Nous sommes fiers de cette réussite, qui renforce notre engagement pour l'amélioration continue et l'innovation dans le domaine du service client.

Comment y êtes-vous parvenus ?

La conquête du label «Élu Service Client de



NOEL CHÂTEAU
Directeur central grand public

“Le digital est un catalyseur du service client”

l'Année», pour la septième année consécutive, repose sur plusieurs initiatives structurantes et une culture centrée sur le client. Nous mettons en œuvre les actions suivantes pour maintenir notre excellence en matière de service client :

- Écoute active de nos clients : nous accordons une grande importance aux

commentaires de nos clients.

- Formation continue du personnel : nos équipes de service client bénéficient d'une formation continue pour rester à la pointe des meilleures pratiques, des nouvelles technologies et des évolutions du marché.

- Innovation technologique : nous investissons dans des solutions technologiques

avancées pour optimiser les processus de service client, améliorer la réactivité et offrir des expériences fluides et personnalisées.

Quel rôle jouera le digital dans la relation client dans les cinq années à venir, selon vous ?

Le rôle du digital dans la relation client est en constante évolution et devrait continuer à être un véritable catalyseur de l'amélioration de l'expérience client. Facilitant ainsi l'implémentation d'une expérience omnicanale sans couture entre les différents canaux d'interaction avec le client. L'automatisation des processus répétitifs et des tâches basiques permettra de libérer les équipes du service client et de les concentrer sur des tâches à valeur ajoutée pour le client et l'entreprise. De manière générale, le digital, la data et l'IA vont permettre également de faire évoluer la relation client vers une relation personnalisée davantage transactionnelle.

Enfin, Orange Maroc s'appuie sur la puissance du Groupe Orange et de ses 4.000 chercheurs et ingénieurs, ce qui lui permet d'être à la pointe de l'innovation technologique au bénéfice des clients.

Orange, fière élue de vos cœurs !



7 années consécutives



Le plan d'action de Wafa Assurance inclut le suivi en temps réel de la performance de tous les canaux, la formation des conseillers pour une relation personnalisée. L'entreprise s'engage aussi à la mobilisation du personnel autour de la satisfaction client, et la simplification des processus de traitement des demandes clients en collaboration avec les métiers.

Quelles initiatives ou pratiques spécifiques ont été mises en place pour être élu pour la 3^{ème} fois ?

La maturation de notre centre de relation client omni-canal, et l'étude détaillée des indicateurs de la précédente participation, nous ont permis de mener un plan d'action spécifique pour réussir une nouvelle fois ce challenge. Les actions menées sont le



FATIMA ZAHRA BENJELLOUN
Responsable du département CRC

“L'innovation est indispensable pour rester compétitif”

pilotage à chaud de la performance quantitative et qualitative de tous nos canaux de contact, la formation des conseillers pour personnaliser la rela-

tion avec nos clients et répondre efficacement à leurs besoins, l'animation des effectifs autour de la satisfaction client, ainsi que la rédaction et la simplification des process de traitement des demandes clients en collaboration avec les métiers.

Y a-t-il des projets ou des innovations futures que vous prévoyez de mettre en œuvre pour maintenir cette position ?

L'innovation est indispensable pour rester compétitif dans le domaine du service client. C'est pourquoi nous nous engageons à poursuivre nos efforts pour être proches de nos clients, en multipliant nos canaux de contact, en développant notre application My Wafa pour couvrir l'ensemble du parcours client (de la souscription à la déclaration et gestion d'un sinistre), en formant en permanence nos conseillers pour répondre efficacement et de manière personnalisée aux demandes, et en analysant les motifs de contact et d'insatisfaction pour une amélioration continue de nos processus et parcours.



تأمين الوفاء
Wafa Assurance
Source de confiance



PARCOURS AVANCE SUR SINISTRE

EXCLUSIF,
AVEC WAFATO, VOTRE
AVANCE EN UN CLIN D'OEIL
ET LE RESTE EN 48H



Recevez le reste 48h après réparation de votre véhicule

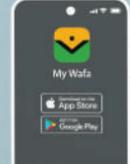


40% AVANCE



Avance de 40% sur les frais de réparation en 3 jours

Wafa Assurance société anonyme au capital de 350 000 000 DH. Siège social : 1, boulevard Abdelmoumen, Casablanca. Agréée en tant que compagnie d'assurance au sens de la loi 179 par décision du ministère des finances sous n° 52 06 en date du 6 janvier 2006. RC 31.719.



DIMA RAB7EEN M3A
TAZMINE ALWafa



*Étude Approche Client - Inspire Research réalisée du 26 Août au 18 Novembre 2023 - plus d'informations sur www.escca.ma



Élu Service Client de l'Année Maroc pour la septième année consécutive, TotalEnergies Marketing Maroc œuvre chaque jour à proposer à chacun de ses clients une expérience humaine incomparable.

Quels sont les éléments qui ont permis à TotalEnergies de remporter le prix du service client de l'année au Maroc pour la septième fois consécutive ?

Chez TotalEnergies Marketing Maroc, nous nous sommes toujours engagés à être le partenaire de confiance qui accompagne les Marocains dans leur mobilité. Aujourd'hui, nous sommes fiers de remporter ce prix dans la catégorie «Services aux automobilistes», pour la septième année consécutive. Nous profitons de cette occasion pour remercier nos clients, pour toute la reconnaissance et la confiance durablement installées ainsi que pour leur accompagnement dans la nouvelle vision de l'entreprise : devenir un acteur majeur de la transition énergétique. TotalEnergies Marketing Maroc a pour principale mission de proposer à chacun de ses clients une ex-



ABDESSLAM RHNIMI
Directeur général

“Nous accompagnons les Marocains dans leur mobilité.”

périence humaine incomparable. Nos collaborateurs travaillent, chaque jour, pour répondre au mieux à leurs besoins en étant au plus près d'eux. L'opération «Dyafa 2023», la campagne estivale pour les Marocains du Monde, qui se traduit par le déploiement d'un dispositif visant à tisser et entretenir des liens durables avec les MDM, fait ainsi pleinement partie de cette approche.

La Customer Week est également une excellente occasion de pouvoir apporter une nouvelle fois la preuve de notre orientation client. Pendant toute une semaine, l'ensemble de nos collaborateurs sont mobilisés pour aller à la rencontre de nos clients, dans tout le réseau de nos stations-service, afin de les célébrer et de leur exprimer notre gratitude pour leur fidélité.

En quoi les retours des clients ont-ils contribué à façonner les pratiques de service client chez TotalEnergies, et quelles initiatives spécifiques ont été mises en place pour cette réussite continue ?

Afin de renouveler chaque année la confiance que nos clients nous témoignent, nous nous engageons à les écouter et à comprendre leurs besoins et leurs attentes pour mieux y répondre. Nous prenons le soin de bien étudier les différentes interactions avec eux via les canaux de contact que nous mettons à leur disposition : des réseaux sociaux jusqu'au centre de relation clients, nous veillons à apporter des réponses rapides et concises. C'est essentiel dans la mesure où nos clients représentent les ambassadeurs de notre marque et sont les mieux placés pour partager le meilleur de leur expérience. Et ce n'est pas tout ! Nous travaillons constamment pour améliorer encore cette relation et consolider l'image de TotalEnergies Marketing Maroc auprès de nos clients, affirmant ainsi notre engagement de poursuivre cette démarche continue de progrès qui est au cœur de notre stratégie !



2018
2019
2020
2021
2022
2023
2024

MERCI

TotalEnergies Élu Service Client de l'année Maroc 2024 pour la 7^{ème} année consécutive !

Merci à nos clients pour la confiance que vous nous accordez.

Merci à nos équipes pour votre implication à satisfaire nos clients.



TotalEnergies

Le parcours de Burger King vers une approche centrée client a été marqué par des initiatives innovantes qui ont redéfini l'expérience client en restauration rapide.

Quelles innovations ou adaptations spécifiques ont été introduites par Burger King pour répondre aux attentes changeantes des clients dans votre secteur ?

Nos clients sont au cœur de tout notre processus décisionnel. Le parcours de Burger King vers une approche centrée client a été marqué par des initiatives innovantes qui ont redéfini l'expérience client en restauration rapide. Nous nous sommes organisés au niveau de notre centre de fonctions support et de nos points de ventes pour mieux répondre aux attentes de nos clients. Un département «Culture service» a été créé afin de former et développer les compétences spécifiques de nos collaborateurs en matière de satisfaction clients. Aujourd'hui, nous n'offrons pas que des burgers uniques dans un temps record, mais nous offrons une expérience client



Burger King

NACER BENDRISS
Directeur général

“Nous avons redéfini l'expérience client en restauration rapide”

unique où le client est considéré comme un «invité», et il est ainsi servi comme un Roi. À rappeler que l'introduction dans les années 70 du Slogan «Have it your way» illustre l'engagement de Burger King à offrir le choix au client de customizer le bur-

ger et de le personnaliser pour répondre au mieux à ses préférences individuelles. Cette démarche était en avance sur son temps et a constitué la voie pour une approche centrée client plus élaborée que nous adoptons aujourd'hui.

Comment votre service client a pu maintenir ce niveau d'excellence contribuant ainsi à cette deuxième consécration ?

Notre département «Culture Service» s'est doté des ressources nécessaires pour relever le challenge à nouveau et travailler d'une manière pluridimensionnelle sur les aspects de la satisfaction client afin d'obtenir des scores meilleurs au niveau des grilles d'évaluation. Avec, dans un premier temps, un calendrier annuel riche deancements conduisant à la fidélisation des clients. Ainsi qu'une stratégie de digitalisation, via notre application mobile, un service Call center pour la prise de commande et la gestion des réclamations, et une présence sur diverses plateformes de livraison. Par la suite, nous assurons une transparence dans la communication autour de nos ingrédients rigoureusement labélisés. Enfin, nous disposons d'une plateforme appelée Guest track, où nous recueillons les avis des clients en échange d'un produit gratuit. Cette data est traitée avec la plus grande attention, puis exploitée pour orienter nos feuilles de route.

Restauration rapide

ÉLU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE 2024

MAROC

POUR LA 2ÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE, MERCI POUR VOTRE CONFIANCE!

BURGER KING

Kenza
GENERAL MANAGER

Étude Approche Client - Inspire Research réalisée du 28 Août au 18 Novembre 2023 - plus d'informations sur www.escda.ma



Moyens de paiement et transfert d'argent

Élu Service Client de l'Année Maroc pour la 6^{ème} année consécutive, Wafacash ne cesse d'améliorer davantage ses canaux d'écoute clients et la prise en charge de leurs demandes.

Au cours des six dernières années, vous avez été «Élu Service Client de l'Année Maroc 2024» dans votre catégorie. Comment comptez-vous pérenniser cette réussite sur le long terme ?

Nous sommes honorés d'avoir été élu pour la 6^e année consécutive. Le maintien de cette distinction demandera plus d'efforts et nous sommes prêts à relever ce défi ? Les résultats des années précédentes nous ont servi pour améliorer davantage nos canaux d'écoute clients et la prise en charge de leurs demandes. L'implication de nos équipes, la qualité de notre service, la confiance, la proximité et l'innovation sont les leviers clés de notre performance pour pérenniser cette réussite et améliorer l'expérience client.

Comment mobilise-t-on pleinement



Wafacash

ABDESLAM BOURIG
Directeur général

“La formation continue est essentielle dans notre démarche”

les équipes pour ce défi annuel ?

Tout d'abord, Wafacash remercie l'ensemble de ses collaborateurs et partenaires pour avoir remporté ce prix. Notre engagement pour l'excellence du service repose sur une approche holistique visant à inspirer, former et motiver nos équipes. La formation continue est une composante essentielle de notre démarche, nous nous assu-

rons que notre équipe reste à la pointe des meilleures pratiques en matière de gestion de la relation client. Toutefois, nous accordons une importance particulière à l'écoute du client. Nous avons instauré des enquêtes de satisfaction régulières pour recueillir son retour, comprendre son besoin et évaluer la qualité de notre service. Nos solutions de suivi continu nous permettent de rester

proactif et de s'adapter rapidement aux besoins évolutifs du client.

Comment anticipez-vous les défis à venir en matière de relation client au cours des cinq prochaines années ?

Il faut partir des tendances actuelles du besoin du client et qui s'inscrivent dans la continuité de ses exigences. La digitalisation, accélérée par le Covid, est une tendance lourde qui continuera à peser dans les habitudes du client. Ce dernier s'est familiarisé avec les outils digitaux dans plusieurs domaines tout en réclamant une relation humaine et customisée. De plus, la dégradation du pouvoir d'achat causée par la crise a impacté le comportement du client qui devient plus exigeant. Notre challenge sera de concilier ces trois paramètres à la fois.

Nous avons intégré dans notre plan de développement l'ensemble de ces tendances et nous sommes conscients que pour continuer à mieux servir le client, nous nous devons de diversifier notre offre, optimiser davantage nos process, simplifier le parcours client, mettre à sa disposition plusieurs canaux lui offrant ainsi la liberté de s'informer et de réaliser ses transactions «anytime, anywhere».

**HIT
MABINATNACH
VOTRE SATISFACTION
EST NOTRE MÉTIER**

**ÉLU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE
POUR LA SIXIÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE**

وفاكاش
Wafacash

ÉTUDE APPROCHE CLIENT - INSPIRE RESEARCH RÉALISÉE DU 28 AOÛT AU 18 NOVEMBRE 2023 - PLUS D'INFORMATIONS SUR WWW.ESCD.MA

Élu Service Client de l'Année pour la troisième fois consécutive, Dar Al Amane capitalise sur son savoir-faire dans le domaine de la relation client et répond aux attentes de ses clients. Ces derniers sont placés au centre de toutes les initiatives, de la conception des offres, en passant par la définition des processus et parcours commerciaux.

C'est votre 3^e fois. Comment y êtes-vous parvenus ?

Nous sommes honorés de recevoir cette distinction pour la troisième année consécutive. Cela représente une consécration et une reconnaissance des efforts continus déployés par nos équipes, tant au sein du réseau que du siège, pour répondre de manière professionnelle et adaptée aux besoins de nos clients particuliers, professionnels et entreprises. Depuis le lancement de notre activité sur le marché des banques participatives il y a six ans, Dar Al Amane a fait de la qualité de ser-



Dar Al Amane

HASSOUNI ABDERRAZZAK
Directeur de Dar Al Amane

“Notre approche d'amélioration s'inscrit dans le long terme”

vice le pilier central de sa stratégie. Cela a été crucial pour gagner la confiance de nos clients, en leur offrant une prestation de qualité et en établissant une relation bancaire de proximité. Pour cette édition, nous avons capitalisé sur les points forts des précédentes et nous avons travaillé ardemment pour améliorer les aspects où nous avons été en retrait.

Comment mobilisez-vous les équipes autour de ce projet ?

Nous le plaçons au centre de toutes nos initiatives, que ce soit dans la conception de nos offres, la définition de nos processus et parcours commerciaux, ou en tant que pilier essentiel de notre culture d'entreprise. Il représente une véritable raison d'être que nous inculquons quotidiennement à nos

collaborateurs. L'adhésion de nos équipes à cette culture transparaît clairement dans les excellents résultats que nous avons obtenus lors de l'évaluation de la gestion de la relation client au sein des agences de notre réseau, que ce soit lors des contacts commerciaux physiques ou à distance. En cette occasion, je tiens à exprimer mes sincères félicitations à nos équipes pour leur engagement et leurs contributions remarquables.

Qu'est-ce que cela signifie pour vous ?

L'évolution continue de notre service à la clientèle s'inscrit dans une démarche dynamique, étant donné que les évolutions de notre activité et les changements de comportement de nos clients sont des tendances qui se poursuivront. En conséquence, notre orientation est résolument axée sur la poursuite de notre quête constante de solutions innovantes en faveur de nos clients. Notre engagement est de leur offrir une expérience de qualité exceptionnelle au quotidien. Ainsi, notre approche d'amélioration continue s'inscrit dans une perspective à long terme, visant à maintenir notre positionnement en tant que créateurs d'expériences exceptionnelles, adaptées et avant-gardistes.

**GRÂCE À VOUS,
NOUS POURSUIVONS
NOTRE VOYAGE VERS
L'EXCELLENCE !**

**“ Élu service client
en 2022, 2023 et 2024 ! ”**



CONFORME
aux avis du
Conseil Supérieur
des Oulémas

معاً لآفاق جديدة

أنتم المستقبل الشركة العامة SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

Élu Service Client de l'année pour la cinquième année consécutive, Electroplanet gagne la confiance de ses clients. L'entreprise a mis en place un système complet de mesure de la qualité de service à tous les points de contact avec ses clients.

C'est votre 5^{ème} consécration, comment la vivez-vous

Nous sommes extrêmement ravis de cette cinquième consécration, une réalisation qui témoigne de notre engagement constant envers la satisfaction client. Cette reconnaissance confirme, une nouvelle fois, que nous suivons la voie appropriée, axée sur la recherche constante de l'excellence dans tous les aspects de notre entreprise, que ce soit au niveau des équipes en magasin, au siège ou dans la chaîne d'approvisionnement. Notre objectif est de maintenir ce niveau de qualité exceptionnel, nous permettant d'offrir une expérience client à la hauteur de leurs attentes tout en nous position-



Electroplanet

YOUNES KHAIRI
Directeur service

“Nous voulons maintenir un niveau d'excellence constant”

nant en avant de nos concurrents directs.

Comment y êtes-vous parvenus ?

Nous avons mis en place un système complet de mesure de la qualité de service à tous les points de contact avec nos clients. Cela englobe non seulement les interactions en magasin, mais également les achats en ligne, ainsi que la gestion des réclamations

produits et autres types de réclamations tels que le comportement, la conduite en route, le niveau sonore, etc. Notre partenariat avec Intelcia pour la réception d'appels, le traitement des demandes et la gestion des réclamations produit est essentiel. Nous sommes entièrement satisfaits du rendement des équipes du CRC, que nous auditions régulièrement pour maintenir un

niveau d'exigence élevé. Soulignons également que parmi nos valeurs fondamentales, la culture client occupe une place centrale. Cette valeur nous permet de nous rapprocher au maximum de nos clients, de mieux comprendre leurs attentes et de nous organiser efficacement pour offrir un service sur mesure à chacun de nos clients.

Comment mobilisez-vous les équipes autour d'un tel projet ?

Pour mobiliser nos équipes autour de ce projet, nous avons instauré des rituels depuis le lancement de notre enseigne. Ces rituels visent à informer les équipes sur les objectifs chiffrés à atteindre, mais vont au-delà. Nous communiquons de manière intensive sur les résultats des enquêtes de satisfaction et des visites mystères, que nous réalisons régulièrement, une à deux fois par mois en fonction de la taille du magasin. Ces résultats sont partagés lors de réunions mensuelles avec l'ensemble des magasins, plusieurs fois par mois, afin de sensibiliser les équipes aux enjeux de la qualité. Cette démarche vise à maintenir un niveau d'excellence constant et à renforcer la prise de conscience collective quant à l'importance cruciale de la qualité dans notre activité.

**AU CŒUR DE NOTRE ENGAGEMENT,
VOTRE SATISFACTION RAYONNE.**



Electroplanet



8^{ÈME} ÉDITION

L'ÉVÉNEMENT INDÉPENDANT DE LA RELATION CLIENT

ÉLU
SERVICE
CLIENT
DE L'ANNÉE
2025

MAROC

FAITES VIBRER
VOS ÉQUIPES

INSCRIPTIONS OUVERTES DU 1^{ER} FÉVRIER AU 30 AVRIL 2024

📞 05 22 47 47 55

✉ candidature@bscm.ma

🌐 www.esda.ma

EN PARTENARIAT AVEC

