

Responsable de l'expérience client

Directeur/directrice de l'expérience client, Responsable du parcours client, Responsable de la qualité de service, CX designer, Chief customer officer



© P. C. A. Cartographie métiers /
Agence Immobilière / Crédits photo :
istock / Décembre 2020

Description du métier

En charge d'analyser et augmenter la satisfaction des clients, le/la responsable de l'expérience client dispose de plusieurs leviers d'action. Il/elle met en place les dispositifs adaptés de mesure, de suivi et d'analyse de la satisfaction et de l'expérience vécue dans les sites dont il/elle a la charge, mais également à toutes les étapes du parcours clients. Il/elle détecte et évalue les besoins et attentes, et propose les mesures opérationnelles adaptées pour améliorer l'expérience des clients. Il/elle contribue également à la mise en place de services ou animations apportant plus de valeur ajoutée aux sites.



Mon métier consiste avant tout à me mettre à la place des visiteurs et à comprendre ce qui pourrait leur plaire, mais également leur déplaire, les frustrer, les incommoder... afin que leur expérience soit la plus fluide et la plus agréable possible. Cela demande de s'appuyer sur beaucoup d'indicateurs, mais également d'avoir un bon sens de l'anticipation. Il faut prévenir et surprendre, et non pas guérir !

Activités principales

- Contribution à la définition des orientations stratégiques du site concernant la relation client
- Identification des différents points d'interaction entre les clients et les sites (*réservation en ligne, plateforme téléphonique, accueil, parking...*)
- Mise en place d'indicateurs et évaluation de la satisfaction clients (*enquêtes, observation, tables rondes, analyse statistique des outils digitaux de l'entreprise...*)
- Information des équipes d'exploitation de l'évolution des indicateurs et des orientations à prendre
- Visite régulière des sites (*échanges avec les clients et les équipes*)
- Echanger avec les équipes responsables des étapes digitales du parcours client pour améliorer les interfaces
- Veille concurrentielle (*dernières évolutions technologiques ou tendances sociales pouvant impacter l'expérience client*)
- Contribution à l'élaboration de services, animations, aménagements sur le site, allant dans le sens de l'amélioration de l'expérience clients
- Evaluation de la valeur ajoutée/rentabilité des solutions mises en place

Activités complémentaires

- Sélection et suivi des éventuels prestataires l'accompagnant dans sa tâche (*rédaction du cahier des charges, sélection et suivi*)
- Sensibilisation des équipes de ses sites à l'importance de la satisfaction client

Perspectives d'évolution



Directeur/directrice marketing

Responsable de la stratégie et de l'innovation

Famille de métier

Exploitation



Valorisation immobilière



Administration



Transaction



Profil d'employeur

Foncières et entreprises exploitant des locaux accueillant des clients ou proposant des services

Relations au quotidien

Le/la responsable de l'expérience client interagit régulièrement avec l'ensemble des équipes des sites dont il/elle a la charge, sa mission étant transverse : la direction du site, les équipes digitales, le marketing et la communication, les chargés des relations avec les propriétaires, les commerciaux...

Conditions de travail

Ce poste est souvent sédentaire ou à proximité des sites pilotés

Rémunération

La rémunération est en général un salaire fixe

Niveau de diplôme et formations fréquentes

Bac +5 (école de commerce, diplôme universitaire en marketing, communication, commerce, institut d'études politiques)

Prérequis d'accès au métier

Une expérience de plusieurs années en relation client, marketing ou dans une fonction études est indispensable, dans l'immobilier ou l'hôtellerie

Niveau d'autonomie

Autonomie totale dans les prises de décision

 **Compétences pour le métier** **Savoirs**

- Techniques de marketing
- Relation clients
- Droit de l'immobilier
- Droit des baux commerciaux
- Stratégie digitale
- Gestion de projets opérationnels
- Méthodologies d'études qualitatives et quantitatives
- Achat média
- Analyse statistique

 **Savoir-être**

- Sens de l'anticipation
- Créativité
- Capacité d'analyse
- Capacité de synthèse
- Organisation et rigueur

 **Savoir-faire****Compétences techniques « cœur de métier »**

- Elaborer une stratégie commerciale
- Définir des axes d'amélioration et solutions fonctionnelles
- Recueillir, synthétiser, et analyser des données quantitatives et qualitatives
- Définir et analyser des indicateurs de performance
- Comprendre et matérialiser un parcours client
- Séquencer et suivre la réalisation d'un projet opérationnel

Compétences relationnelles

- Interagir avec des équipes de spécialistes de l'IT
- Interagir avec des profils d'interlocuteurs de différentes familles de métiers

Compétences techniques administratives ou transverses

- Animer des réunions
- Rédiger un cahier des charges
- Gérer des prestataires
- Réaliser une veille concurrentielle et technologique

Compétences d'encadrement

- Non requis

 **Quelles compétences pour demain ?**

La concurrence grandissante entre les différents sites commerciaux et de service, ainsi que la révolution numérique, impliquent de :

- Savoir recueillir et analyser les données du big data
- Imaginer des solutions digitales d'expérience utilisateur