

#020 COMMENT GÉRER MA RELATION CLIENT DURANT CETTE CRISE ?

En raison des multiples perturbations actuelles et à venir, **il faut jouer la transparence, informer des dispositions prises à votre niveau** et malgré cela les possibles perturbations de votre service en raison des aléas de votre chaîne logistique qui implique une multitude d'acteurs.

La clientèle, étant elle-même largement concernée par cette crise, **le niveau de compréhension est globalement plus élevé qu'en temps normal et le niveau d'exigence généralement moindre** même s'il y a toujours des clients qui ne veulent pas entendre ou voir la réalité...



*Même si les clients sont sans doute plus indulgents dans la période que nous traversons, **les incertitudes liées aux opérations (préparation & livraison) ainsi que des attentes fortes sur certains types de produits (alimentaires, santé, hygiène, informatique) peuvent générer de nombreux contacts sur le service client.** Si le service client est opéré par des personnes en télétravail, la productivité et l'efficacité des agents peuvent s'en trouver réduite par manque d'outils adaptés.*



Il est donc important d'essayer de réduire les contacts au service client en envoyant une communication proactive aux clients pour les informer en toute transparence de l'évolution de l'acheminement des colis.



Augustin Gueldry

Fondateur de Colicoach,
Cabinet conseil Supply
Chain Digital - E-commerce -
Innovation - Logistique urbaine

10 ans de conseil Stratégie &
Opérations pour adapter la Supply
à la mutation des pratiques de
consommation B2B & B2C. 20
ans Opérationnel et Management
Chargeurs & Prestataires

Colicoach

Frédéric Mirebeau

Founder et CEO
de WelcomeTrack



Entrepreneur depuis une quinzaine
d'année, Frédéric a un passé technique
et a été Directeur Technique dans
plusieurs Web Agency. En 2007 il a co
fondé plusieurs boutiques en ligne.
C'est à la suite de cette expérience
en e-commerce qu'il a fondé
WelcomeTrack en 2012 pour aider les
e-commerçant à fidéliser leurs clients
sur la phase post achat.

WelcomeTrack

| À propos de l'ASLOG

L'ASLOG fédère plus de 400 entreprises issues de tous secteurs, forte de 2000 professionnels qui collaborent pour promouvoir et construire la Supply Chain de demain. L'ASLOG association neutre et indépendante, porte les enjeux de la Supply Chain.

Dès 1972, des hommes visionnaires ont pressenti que cette fonction serait déterminante pour toutes les entreprises. Depuis près de cinquante ans, les professionnels du secteur font de l'ASLOG le partenaire de référence.

L'ASLOG est l'interlocuteur privilégié des institutionnels et des pouvoirs publics sur toutes les questions relatives au secteur.

| #supplychain4good

La communauté **#SupplyChain4Good** a été créée à l'initiative de Michelin et de l'Aslog, dans le cadre de l'écosystème de Movin'On, en faveur d'une mobilité plus durable des marchandises.

#SupplyChain4Good se donne pour ambition de fédérer les acteurs qui œuvrent pour des Supply Chain qui sont simultanément bonnes pour la planète, les personnes et la performance des entreprises. Les membres de cette communauté sont des « chargeurs » (entreprises industrielles et commerciales), des « opérateurs » (transporteurs, logisticiens, compagnies maritimes, ports...), des « fonctions support » (académiciens, consultants, systèmes d'informations, régulateurs, ONG...). Ils couvrent tous les secteurs économiques et toutes les régions du monde. Leurs travaux se déroulent tout le long de l'année et trouvent un point d'orgue lors du Movin'On Summit annuel, sommet mondial des mobilités durables.