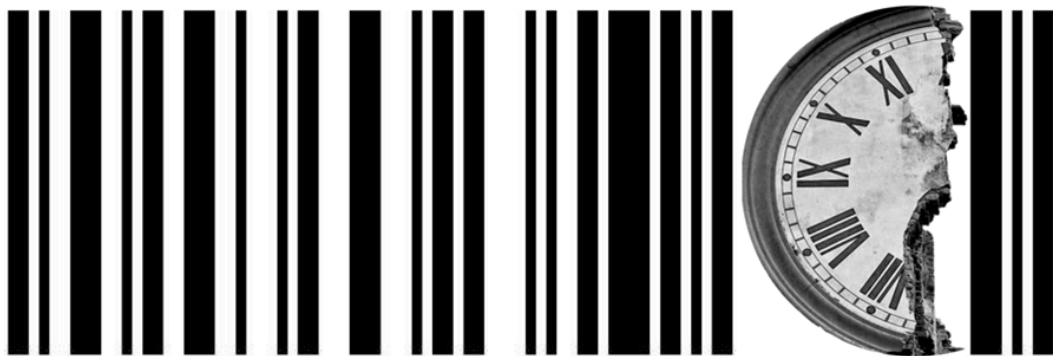




## L'actualité du groupe Vipp

[← Revenir sur la page des articles](#)

### L'attention, un sujet d'actualité ?



#### Pourquoi l'attention devient-elle un sujet d'actualité ?

« Nous pourrions surtout nous poser la question de savoir pourquoi les entreprises n'ont « pas fait attention à porter attention » plus tôt à leurs clients, collaborateurs et prestataires ... Pour beaucoup, il n'était pas utile pour se différencier sur les marchés. La différenciation s'est longtemps faite par les produits, puis par la nature des services offerts aux clients. Mais comme finalement les uns copient les autres presque en temps réel, une autre composante a été exploitée : le mode relationnel qu'une entreprise établit avec ses clients, beaucoup plus difficile à préempter car il fait appel à l'ADN de chaque organisation. »

#### Une recherche d'authenticité

Aujourd'hui, avec des technologies qui exploitent la moindre parcelle d'information la plupart des organisations savent proposer le bon produit ou service à la bonne personne au bon moment, et savent leur parler, du moins de façon fonctionnelle... Mais dans une société aujourd'hui avide d'authenticité et de valeurs partagées, cela ne suffit plus. Il faut ajouter une nouvelle dimension aux discours des marques : de l'authenticité, de l'humilité, de la complicité, un peu de poudre magique qui fait qu'il va se passer quelque chose... et ce quelque chose passe par l'attention portée à l'autre...

Oublions les « marques d'attention industrielle » délivrées sans discernement, à l'image de ce loueur qui accueille les 4 occupants d'un même véhicule en leur serrant à tour de rôle la main avec cette même phrase et le même sourire normé NF « Bonjour, ça s'est bien passé ? », en passant au suivant sans écouter la réponse du précédent.

Nous parlons d'attention réelle, basée sur une écoute bienveillante, entière et dont nous avons pu noter qu'elle fait bondir de 5 à 10 % les niveaux de satisfaction client car à prix de production quasi égal, l'attention insufflé une vraie différence dans un échange. C'est un préalable indispensable à toute connivence, empathie, à un échange fructueux et à l'apport de propositions de solutions véritablement adaptées.

Nous assistons en effet à un véritable retour à ces fondamentaux après l'utilisation abusive de SVI, FAQ et autres robots qui lassent les consommateurs. Internet est devenu un vaste « self-service » où chacun se débrouille seul sur les sites pour trouver réponse à la question qu'il cherche à résoudre.

Après 8 millions de conversations d'assistance en ligne par Chat, délivrées 7j/7 de 8h à 24h chez Vipp, il est frappant de voir revenir régulièrement cet échange dans les discussions :

Vous n'êtes pas un robot ? Vous êtes une personne vivante ?

Oui Madame comme vous une personne bien vivante...

Ha et bien ça fait plaisir de parler à quelqu'un de vrai, alors...

## Un modèle qui concerne également les relations internes

Et ce phénomène est le même, vis-à-vis des salariés... Les aider à réaliser des achats groupés pour changer de mobile, leur donner accès à des soins ophtalmologiques à prix réduits, ou encore accompagner dans des projets personnels ceux qui souhaitent prendre leur envol, la démarche est la même : renouer avec l'authenticité que tous, consommateurs ou salariés, souhaitent aujourd'hui, dans un respect mutuel, loin de manipulations rendues possibles par la technologie et les modèles de scoring et de profiling.

Et finalement, nous ne nous sommes pas trompés : nous proposons des relations simples, sincères, qui nécessitent une attention exclusive à l'autre, particulièrement

adaptée aux programmes du groupe VIPP (Valorisation des Interactions de Personne à Personne).

Pour chaque contact, les conseillers déploient une écoute 100% active développée au fil du temps à partir de leurs aptitudes initiales (c'est l'un de nos premiers critères de recrutement) et via nos formations basées sur l'expérimentation... Nous y avons toujours cru et nous remontons de plus en plus aux fondamentaux du respect des uns et des autres... Notre objectif est de faire en sorte que chacun décode naturellement le non-dit et soit capable d'écouter et voir ce que les autres ne voient pas, pour rebondir avec agilité dans une discussion.

Faire preuve d'attention à l'autre, c'est finalement du bon sens, c'est gratuit et ça permet de donner un sens à ses missions.

### Article(s) de même catégorie(s)

#### Saisir l'opportunité du déconfinement pour repenser son Relationnel Client

La crise sanitaire liée au Covid-19 a radicalement changé notre quotidien ainsi que notre rapport au monde, en limitant du jour au lendemain de nombreuses interactions physiques.

[Lire plus](#)

#### L'humour au service de la Connivence Relationnelle©

Et si c'était vraiment un sujet sérieux...

[Lire plus](#)

#### Les nouvelles composantes de la satisfaction des clients qui deviennent des must...

Identifier et travailler sur ces nouvelles composantes, les pistes pour faire évoluer votre relation client au rythme des attentes des consommateurs

[Lire plus](#)

[Plan](#)

[Politique de confidentialité et données personnelles](#)

[Mention Légales](#)

## Actualités

