

Communiqué de presse  
Paris, le 27 mars 2024

## **Les entreprises françaises ont 3 grands défis à relever en expérience client, un défi culturel, technologique et surtout trouver le difficile équilibre humain/digital**



### **révèle une étude menée par le blog Sens du Client pour le salon All4Customer**

Une étude menée par le blog [Sens du Client](#) pour le salon [All4Customer Paris](#) (26-28 mars 2024, porte de Versailles) met en lumière les 3 grands défis auxquels sont confrontés les professionnels français de la relation client et du marketing.

Réalisée en février 2024 auprès de 330 professionnels de la relation client et du marketing, l'étude révèle qu'une très forte majorité est très au fait des évolutions des attentes client (82%) et a progressé en termes d'expérience client (86%) comme en marketing digital (78%).

#### **Plus de progrès à faire sur la culture client que sur les technologies**

41% des professionnels interrogés déclarent que tous les collaborateurs, quel que soit leur département ou service, ne partagent pas une même culture du client.

Il y a donc des progrès à faire pour que tous ceux qui ne sont pas en contact avec les clients, le back office, les RH, la finance etc. embrassent la culture client, à l'image des champions de la relation client chez qui cette culture est leur ADN.

#### **Une difficulté à gérer toutes les technologies**

86% des professionnels pensent que les outils de gestion de la relation client et du marketing digital ont beaucoup évolué, mais 36% déplorent que l'évolution de ces technologies en rend plus difficile la gestion.

Ils sont aussi 59% à penser que les collaborateurs de l'entreprise n'ont pas les compétences nécessaires pour faire face aux progrès de la technologie.

D'ailleurs 42% pensent que l'IA générative type ChatGPT est la source de beaucoup d'anxiété même si 45% en tirent déjà profit car elle améliore l'expérience collaborateur (80%) et client (75%).

Il est donc acquis que grâce à l'IA générative, nous sommes à l'ère du collaborateur augmenté.

## Le difficile équilibre humain/digital à trouver

Si 65% exploitent la connaissance client pour personnaliser et adapter la relation entretenue avec les clients, ils sont 41% à penser qu'ils n'ont pas trouvé le bon équilibre entre la relation humaine et les interfaces digitales.

30% disent ne pas être assez attentifs aux émotions et ressentis exprimés par les clients et les collaborateurs.

La prise en compte des émotions n'est donc pas encore pleinement prise en compte alors que la technologie semble l'être bien plus.

« L'équilibre humain/digital semble être le plus grand challenge auquel doivent faire face les entreprises françaises. Même si une grande majorité des stands et des conférences organisés par le salon ont pour thème ou font référence aux nouvelles technologies dont l'IA générative les technos dont l'IA et Chat GPT ; l'étude montre que les marques sont à la croisée des chemins, à l'instar des 42% de professionnels qui recherchent le bon dosage humain/digital, » s'exprime Thierry Spencer, auteur du blog Sens du Client.

« Si 36% des professionnels pensent que l'évolution des technologies rend plus difficile la gestion du marketing et de la relation client, l'e-commerce est une source d'inspiration et un véritable benchmark pour 73%. Une raison qui renforce notre choix d'avoir ajouté l'e-commerce au marketing, à l'expérience client et à la data comme thème de notre salon, » conclut Ariane Giorno, directrice du salon

## A propos de l'étude



### [All4Customer Paris](#)

- 26, 27 et 28 mars 2024
- Paris, Porte de Versailles, Pavillon 4
- Plus de 16 000 Visiteurs attendus français et européens
- Près de 300 Exposants réunis venant de toute la France et de l'international

- Plus de 200 [Conférences](#), [Masterclass](#), [Workshops et Agora](#) animées par des professionnels en poste de l'Expérience Client, du Marketing Digital, du E-Commerce, de la Data et de l'Intelligence Artificielle
- Une Nocturne Afterwork le 27 mars 2024 jusqu'à 20h avec de nombreux happenings & cocktails organisés par les exposants
- 4 Formats de prise de parole (Table ronde, Conférence, Agora, Masterclass)
- Lien d'**Inscription visiteurs** à All4Customer Paris:
  - <https://visitor.weyou-group.com/all4customer/2024/inscription/em?source=presse>

### **Contact presse :**

Agence Eliotrope

Gilles Lyonnet – 06 07 86 36 13 - [lyonnet@eliotrope.fr](mailto:lyonnet@eliotrope.fr)

### **A propos de All4Customer**

Suite à la fusion des salons E-marketing Paris et Stratégie Clients, All4Customer devient la plus grande vitrine du Marketing Digital, de l'Expérience Client de l'E-Commerce et de la Data et IA en France.

Durant 3 jours en mars, à Paris, les professionnels français et européens de l'Expérience Client, du Marketing Digital, du E-Commerce, de la Data et de l'Intelligence Artificielle se retrouvent pour présenter et découvrir tous les produits, solutions et services pour permettre de cibler, acquérir, connaître, interagir et fidéliser les clients.

All4Customer, le salon de l'Expérience Client, du Marketing Digital, du E-Commerce, de la Data et de l'Intelligence Artificielle.

Organisé par Weyou Group, aujourd'hui le leader de l'organisation de salons BtoB de taille intermédiaire en France : All4Customer, Educatec-Educative, Heavent Paris, Workspace Expo, Salon des Achats et de l'Environnement de Travail...

Weyou Group est aussi le créateur du concept des salons meetings (salons avec rendez-vous One to One): Customer Relationship & Marketing Meetings, IT and Cybersecurity Meetings, Protection and Prevention Meetings, Healthcare Meetings, Workplace Meetings, Heavent Meetings, Hotel & Restaurant Meetings, CEO and CFO Meetings, Transports and Logistics Meetings, Unique Home Meetings, Cleaning and Hygiene Meetings...

<https://www.all4customer-paris.com/>

<https://www.linkedin.com/company/all4customerparis/>

<https://www.youtube.com/channel/UC26vS5fiqy2nHBAwlp2aOw>

[@All4customerP](#)