



Thierry JOURDAIN  
Executive Vice President

## La Voix du Client :

« Comment mesurer, monitorer et améliorer notre ancrage sur un compte stratégique ? »

# Un leader mondial né à Grenoble en 1967...



"I have placed the fight against climate change at the heart of our Group's priorities with a particular focus on our ambitious goal of being net zero by 2040."

Aiman Ezzat, CEO



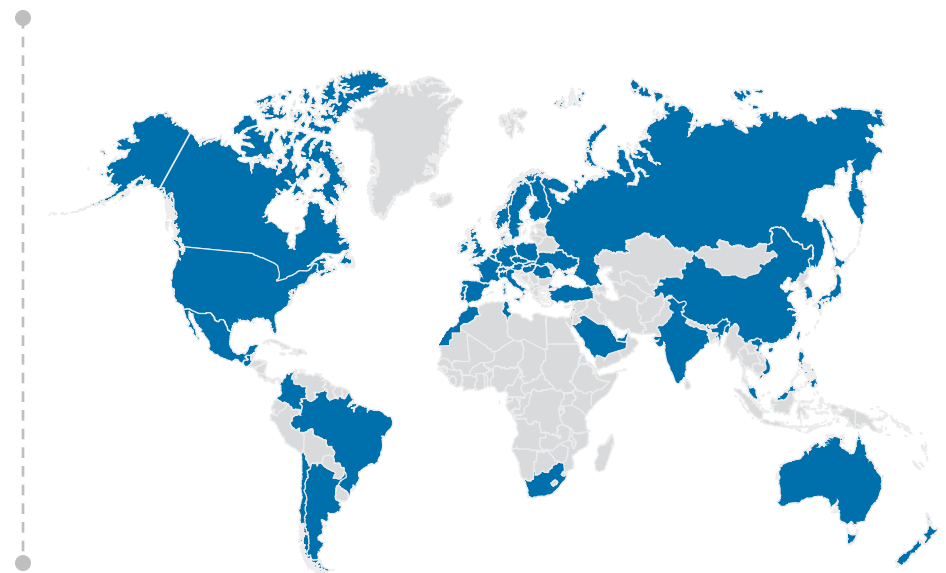
## CAPGEMINI AT-A-GLANCE

GET THE FUTURE YOU WANT

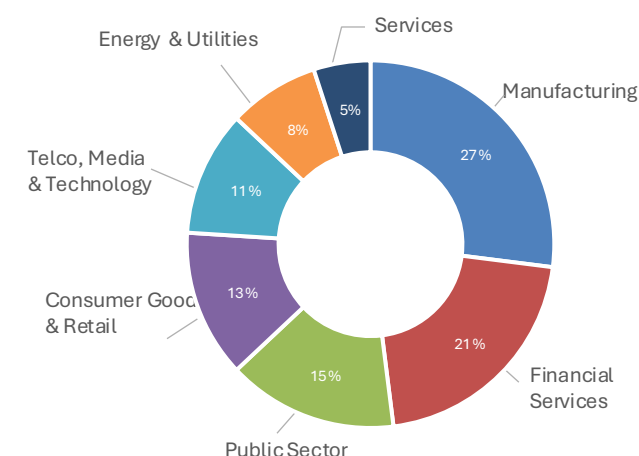
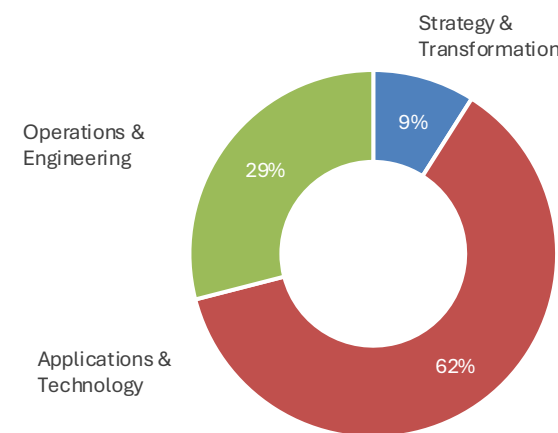
**B€ 22.1** Group Revenue for FY2024

**50+** countries  
and  
**160+** nationalities

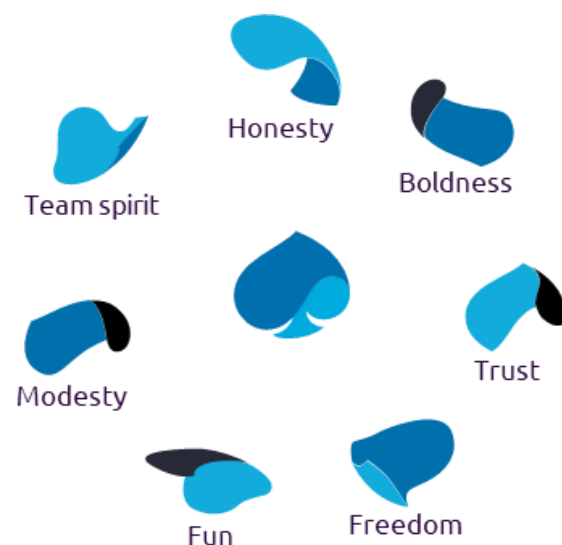
**350 000+** people  
working as  
**one team**



### Our Businesses



### 7 FOUNDING VALUES



### BUSINESS SUB-BRANDS



### INNOVATION IN OUR DNA



**We are Architects of Positive Futures**  
Environmental sustainability | Digital inclusion | Diversity and inclusion

# D'un modèle basé sur la proximité et la gestion de projets, à un adressage global des clients

## Platinum Clients

Group revenue >100M€

Continuing to grow them

## Strategic Clients

Group revenue between 25 - 100M€

Accelerating their development by handling *them as strategic by all BUs and BLs*

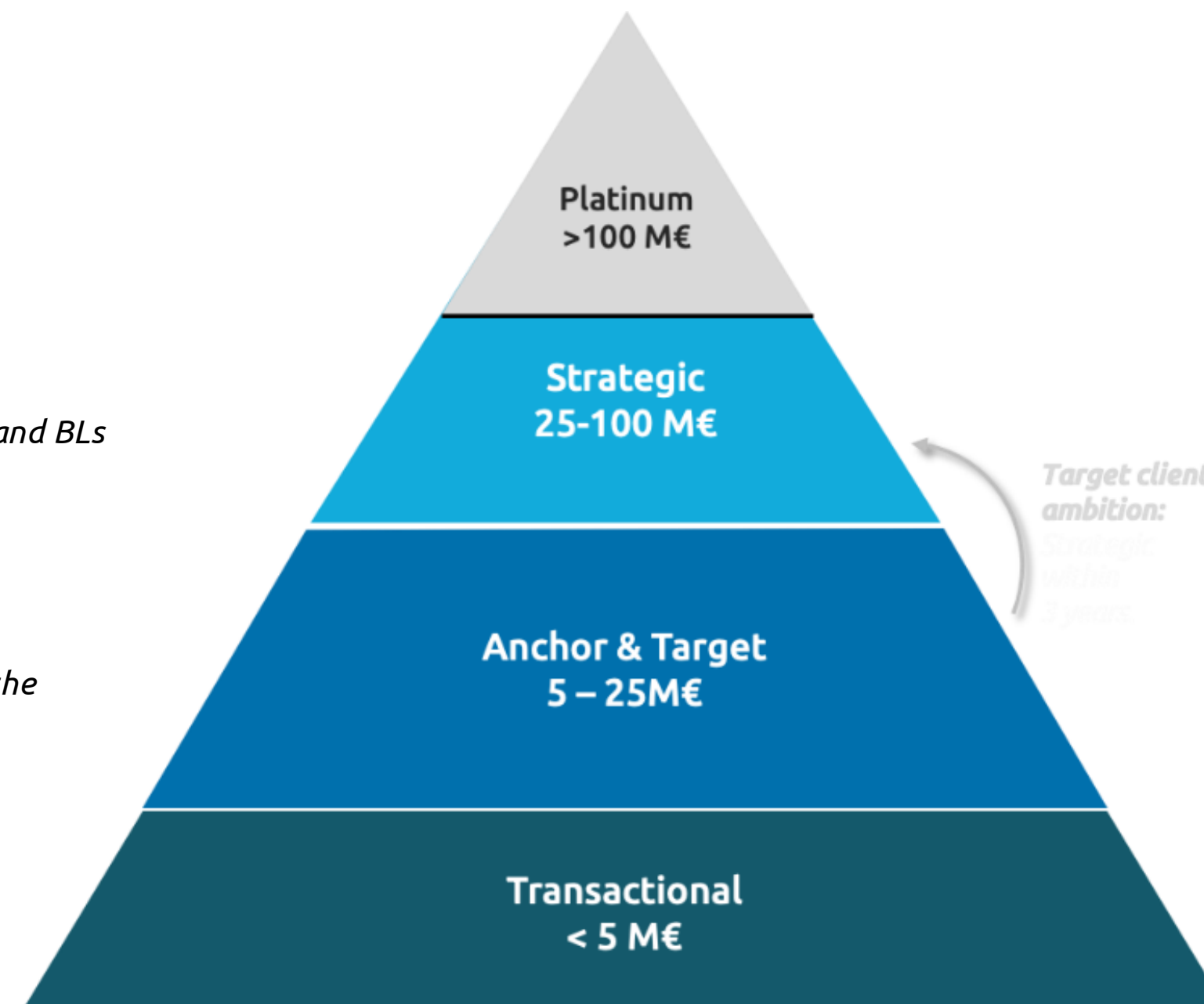
## Anchor & Target Clients

Group Revenue between 5 – 25 M€

Focusing on nurturing future accounts with *potential, while maintaining the intermediate mature ones*

## Transactional Clients

Group Revenue < 5M€



# Un dispositif et des moyens spécifiques pour gérer nos clients **Platinum et Stratégiques**

**Global Client Partner** (nommé par le Comité Exécutif Groupe)

**Global Delivery Partner**

**Executive Sponsor**

**Core Team dédiée** (multi pays / multi BL) – cost sharing

**Fond d'innovation et budget d'investissement** à la main du GCP

Support **Marketing**

Programmes de **formation spécifiques**

étude annuelle **VOC**



# Pour mesurer la satisfaction de ses clients, Capgemini s'appuie sur le programme OTACE (On Time Above Customer Expectations)

La promesse  
Clients

En alignant les attentes au début de chaque engagement, Capgemini confirme ce qui est le plus important pour vous. Tout au long du cycle de vie de l'engagement, OTACE nous aide à nous concentrer sur vos objectifs, afin que nous apportions la valeur que vous attendiez de notre prestation

- Enquête **systematique** pour mesurer la satisfaction des clients sur tous les projets que nous délivrons.
- Le score OTACE de Capgemini est **publié** dans notre rapport annuel.
- Les clients sélectionnent **5 critères pondérés** au début de l'engagement. Le responsable du projet rencontre périodiquement le client pour obtenir des scores pour chaque critère et calculer le score global OTACE
- Les données de l'OTACE sont consolidées pour analyser les tendances et domaines à améliorer, et identifier les meilleures pratiques

## Les limites d'OTACE..

Si OTACE permettait de mesurer systématiquement la satisfaction des clients à l'égard des projets, il n'était pas suffisant pour mesurer la qualité globale de notre relation partenariale avec nos grands clients ...

Pour y remédier, nous avons lancé le programme « Voice of the Client »

# Les principaux objectifs du programme VOC

1. Identifier **ce que les clients attendent d'un Partenaire Stratégique** et comment **ils perçoivent Capgemini** dans cette perspective
2. Evaluer le **niveau de satisfaction**, de **fidélité** et d'**engagement** avec notre partenariat
3. Comprendre **comment ils voient Capgemini : forces et faiblesses, valeur** que nous apportons comme partenaire
4. Clarifier leurs **attentes** dans le contexte de leurs **futurs enjeux business et technologiques**

# VOC : comment est-ce que ça marche?

La promesse  
Clients

L'ambition de  
Capgemini est  
de bâtir des  
partenariats  
solides sur le  
long terme avec  
ses clients.

Dans un monde  
en constante  
évolution, la  
seule constante  
est le  
changement.  
En participant  
aux entretiens  
annuels, vous  
nous aider à  
évaluer,  
mesurer et  
améliorer  
objectivement  
ce partenariat.

**5-15 Interviews de CXO's** du client réalisés pour comprendre le niveau de notre relation et identifier ce que le client attend d'un Partenaire Stratégique

- interviews de **45'-1h** en physique ou par téléphone
- réalisés **par un Exécutif « non biaisé »** de Capgemini (non impliqué dans l'équipe de Compte ou dans des projets en cours)
- Interviews et reportings gérés par une **équipe VOC indépendante**
- L'objectif est **d'avoir des conversations / échanges** (et pas seulement de remplir des grilles de score)

# Que faisons-nous des données collectées?

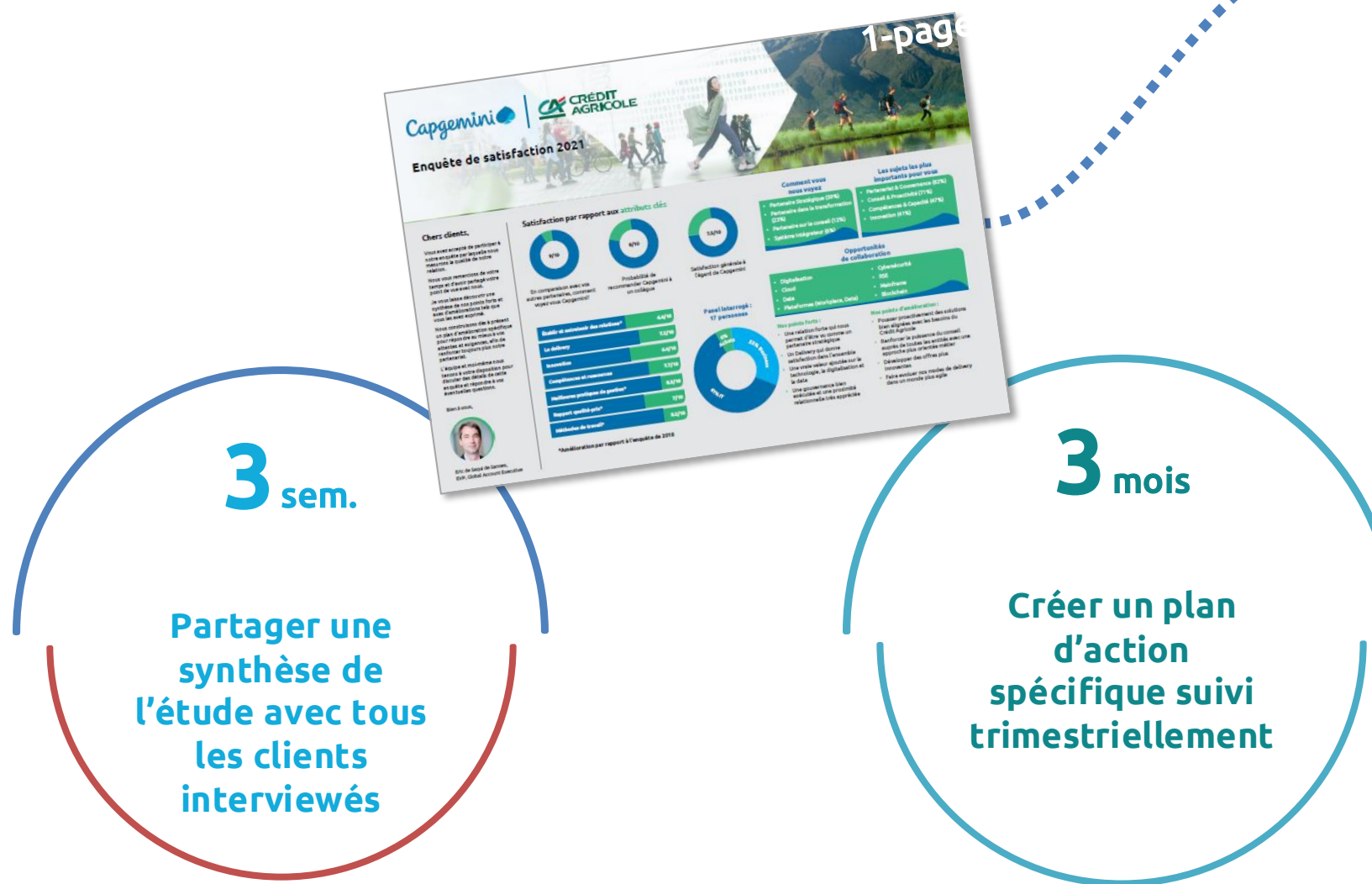
Le saviez-vous?

Seulement 5% des Entreprises qui mènent ce type de démarche font un retour auprès des personnes interviewées

Seulement 15% des Entreprises qui mènent ce type de démarche construisent et suivent un plan d'action associé...

Sources : interviews Gartner et Forrester 2020

- **Purger et agréger les résultats** pour préserver la confidentialité
- **Ne pas partager les résultats en dehors de Capgemini**, même sous forme agrégée
- **Comparer les résultats d'une année** sur l'autre par **client, secteur, région** ou « **pratique** »
- **Évaluer les actions à mener** et recueillir les **meilleures pratiques à partager** au sein de Capgemini
- **Rendre compte à la Direction** de Capgemini afin qu'elle puisse entendre directement les avis de nos clients



# Bilan et Perspectives...

- Retours très **positifs des clients** ...
  - Démarche assez **unique et valorisante**
  - Sentiment **d'être écoutés**
  - **Plan d'actions** exécutés..
- ... et des **GCPs** (Global Client Partners) :
  - En particulier des plus junior
  - Vu comme **une aide et pas un jugement**
- **Perspectives :**
  - Étendre le programme aux **comptes cibles**
  - Exploitation avancée de la donnée (scores et verbatims) grâce à **l'IA**