

CRÉEZ L'EMOTION DANS L'EXPERIENCE CLIENT

- Conférence -

COMMENT MIEUX VENDRE ?

MIEUX SERVIR ?

FIDÉLISER ?

VIVEZ ET COMPRENEZ

LE « WOW EFFECT ».



Laurent Beretta

Conférence

« Bonjour Laurent

Je voulais te remercier pour la qualité de la conférence que tu nous as proposé de vivre sur ces 2 sessions.

C'est près de 300 vendeurs et fonctions supports, qui font un métier aussi passionnant que difficile parfois que tu as pu impacter par tes messages clairs, sincères, précis.

J'ai suivi mon intuition et je ne le regrette pas. Le feedback des équipes est très bon, et celui de mes patrons aussi d'ailleurs, ce qui n'est pas toujours facile à concilier.

Au plaisir de pouvoir échanger de nouveau. »

Eric POUEYS
Directeur du centre de contact client

PIERRE & VACANCES - CENTER PARCS GROUP
Direction Tourisme



CRÉEZ L'EMOTION DANS L'EXPERIENCE CLIENT

LAURENT BERETTA

- La psychologie de « l'effet wahou » -

- **APPRENEZ À VOS ÉQUIPES À CAPITALISER SUR LES ÉMOTIONS QUI DÉCLENCHENT LA FIDÉLISATION.**

Offrant de nouveaux points de vue, cette conférence vous donne des savoir-faire spécifiques issus des neurosciences, pour mieux comprendre vos émotions et celles de vos clients. L'expérience client est un assemblage de perceptions sur lesquelles nous pouvons avoir une plus grande influence.

- **ENGAGEZ ET MOTIVEZ VOS ÉQUIPES À PARTIR D'EXEMPLES SIMPLES, APPLICABLES IMMÉDIATEMENT.**

Pour cela, je créé des liens concrets entre la science du mentalisme, l'« l'effet wahou » et l'expérience client. Vous vivez ce concept business avec des exemples concrets plutôt que de juste le comprendre.

En mêlant performance et psychologie, cette conférence unique est conçue pour vous faire vivre une expérience à part entière.

- **PROVOQUEZ DES DÉCLICS, MARQUEZ LES ESPRITS, & CRÉEZ UN IMPACT POUR VOTRE CONVENTION.**

Grace à mon expérience terrain au coeur de la vente et du service pour de grands groupes, je vous donne les clés pragmatiques de l'expérience client, véritable enjeu pour toute entreprise. Je fait comprendre à vos équipes sa nécessité en peu de temps lors d'une conférence marquante qui saura changer les marquer les esprits.

"Laurent Beretta n'est pas seulement un conférencier, c'est un artiste de talent qui emmène le public dans une histoire fascinante. Une conférence-spectacle sur mesure, parfaitement adaptée aux messages managériaux de l'entreprise. La certitude d'un beau succès. »

 **CRÉDIT AGRICOLE**
PAYMENT SERVICES

Jean Luc POTHET
Secrétaire général
Crédit Agricole Payment Services

"Laurent dispose d'une aisance naturelle pour embarquer tout son auditoire. Son approche très originale interpelle chacun pour comprendre que l'expérience client est l'affaire de tous à tous les instants. Captivant !"


PARIS AÉROPORT

Olivier Battut
Chef de pôle Communication Opérationnelle,
Paris Aéroport

Découvrir ma conférence en vidéo



Laurent Beretta

Conférence

CRÉEZ L'ÉMOTION DANS L'EXPÉRIENCE CLIENT COMMENT MIEUX VENDRE, MIEUX SERVIR ET FIDÉLISER ?

Quelle expérience vos clients vivent-ils avec votre entreprise ?

Votre relation client est-elle à la hauteur du service que vous offrez ?

Quels sont les leviers pour mieux vendre, mieux servir et fidéliser vos clients ?

En couplant mon cursus (MBA) et mes 25 années de collaborations avec les plus grandes marques en tant qu'illusionniste-mentaliste, j'ai compris que nous avons le même objectif : créer l'émotion, un "effet wahou!" dans l'esprit de nos clients.

Aujourd'hui conférencier, je propose de créer des prises de conscience dans l'esprit de chacun de vos collaborateurs. Pourquoi ne pas interpréter différemment notre réalité afin de remettre en cause nos certitudes ?

Créons ensemble des changements de comportements en permettant l'adhésion à de nouvelles idées, et ce, pour que l'expérience de vos clients soit toujours plus mémorable.

Plus qu'une conférence : une expérience, mêlant performance et psychologie.

Mes conférences sont conçues pour marquer les esprits de vos collaborateurs afin de les inciter à la réflexion.

Pour cela, j'utilise mes compétences en tant que :

- Consultant en entreprise sur l'expérience client (MBA : École Supérieure de Commerce de Montpellier, Birmingham University (UK), Northeastern University (USA) et Neuromarketing : ESSEC).
- Maître praticien en Programmation Neuro Linguistique (formé par Richard Bandler, inventeur de la PNL).
- Illusionniste primé mondialement (Grand prix de Magie de Monte Carlo).

« J'UTILISE LES SCIENCES COGNITIVES ET LA
FORCE DE L'ILLUSION POUR VOUS
PERMETTRE DE MAGNIFIER
L'EXPERIENCE CLIENT. »

Laurent Beretta

L'EXPÉRIENCE CLIENT EST PLUS QU'UN SERVICE, C'EST UN ENJEU

A la fin de cette conférence, chacun repart avec un nouveau rôle à jouer et des outils simples, efficaces, applicables immédiatement.

Au coeur de la vente, du service et de la fidélisation, l'expérience client est devenu un véritable enjeu pour l'entreprise. Faire comprendre sa nécessité et ses implications en peu de temps lors d'une conférence engageante est un acte stratégique.

J'utilise les sciences cognitives et la force de l'illusion afin de faire vivre et décortiquer « l'effet wahou ».

On peut et on doit utiliser les émotions pour magnifier l'expérience client.

En nous expliquant comment et pourquoi l'illusion fonctionne, cette conférence nous fait réaliser 3 choses :

- **La réalité est différente pour chacun d'entre nous** et nous nous devons de rester flexibles en de nombreuses circonstances.
- **Les véritables enjeux dans la relation client** et en management sont liés à l'interprétation de cette réalité.
- **La performance n'est possible qu'en suivant un ou des process** qui prennent en compte les points de vue de nos interlocuteurs et leurs émotions.

Et ce sont ces process et ces outils issus de mon expérience pour créer l'émotion que je partage avec vous dans ma conférence.



COMMENT TIRER PARTI DE NOS FORCES : NOUS SOMMES TOUS DES ÊTRES D'ÉMOTIONS

Mieux appréhender nos émotions nous permet de mieux communiquer. Dans le cadre de la relation client, l'émotion crée une véritable expérience. Cette conférence s'adresse donc à tous les échelons de l'entreprise, à tous ceux qui veulent utiliser au mieux leur intelligence émotionnelle.

Avec des exemples précis, que l'on peut facilement mettre en pratique, cette conférence prend appui sur les neurosciences, la linguistique et l'intelligence émotionnelle.

Je donne la stratégie exacte que j'utilise pour créer « l'effet wahou » et des stratégies qui vous aideront à fluidifier les interactions avec vos clients.

Je vais adapter ce discours à votre auditoire, et voici une idée de la gamme de sujets que nous pouvons couvrir :

- **L'émotion** est essentielle à la prise de bonnes décisions. (contrairement à beaucoup d'idées reçues).
- Comment 3 émotions « magiques » indispensables peuvent **déclencher la vente**.
- Pourquoi, scientifiquement, ces mêmes 3 émotions créées dans l'expérience client permettent d'**impacter la mémoire** à long terme.
- **Des exemples concrets** pour faire vivre ces 3 émotions à vos clients.
- Quelle est la règle ultime en terme d'**intelligence émotionnelle** pour reprendre le contrôle et fluidifier tout type d'interaction.
- Comment **sortir chacun gagnant** dans des situations conflictuelles en posant seulement 2 questions.
- Pourquoi la réponse à une 1 seule question peut **construire les fondations de l'expérience client**.
- La définition de la responsabilité qui vous donnera la clé psychologique pour **devenir définitivement responsable** et l'assumer pleinement.
- **Les 5 étapes de l'empathie construite** qui vont multiplier par 2 votre façon de témoigner de l'intérêt à votre interlocuteur.
- La pratique quotidienne qui vous permet de **prendre de meilleures décisions**.

De plus, je vous raconterai :

- ce que j'ai appris sur la nature humaine lors d'un tête-à-tête avec Richard Bandler, l'inventeur de la Programmation Neurolinguistique.
- comment les 3 émotions magiques m'ont fait rencontrer Jeffrey Gitomer auteur du best seller mondial « le petit livre rouge de la vente » et le voyage en sa compagnie aux USA.
- et ce que c'était, grâce à un effet de magie que vous vivrez à la fin de ma conférence, de redonner inspiration et courage à une jeune fille paralysée qui réapprenait à marcher.

MON OBJECTIF POUR VOTRE PUBLIC

ÉTONNEMENT, QUESTIONNEMENT ET MOMENTS PARTICIPATIFS GARANTIS !

Marquez les esprits de vos participants :

Plus qu'une conférence : un changement de perspective.

La magie alliée à la psychologie permet de mettre à jour les enjeux de l'interprétation.

En analysant de façon ludique comment nous percevons les autres, nous pouvons mieux comprendre les personnes que nous manageons et les personnes que nous servons.

Incitez à une réflexion surprenante et pertinente.

Grâce à mon expérience créative pour de grandes marques, je connais les enjeux propres à l'entreprise (management, communication).

Ils sont placés ici dans une nouvelle perspective car les analogies créées par l'illusionniste sont en rupture avec les schémas de pensée traditionnels.

Cette performance ancre des messages positifs en impliquant les participants.

Comprendre nos émotions : une approche innovante pour encourager de nouveaux comportements.

Pour mieux cerner nos habitudes (et celles de nos clients) il faut réaliser leur importance dans tout type d'interaction.

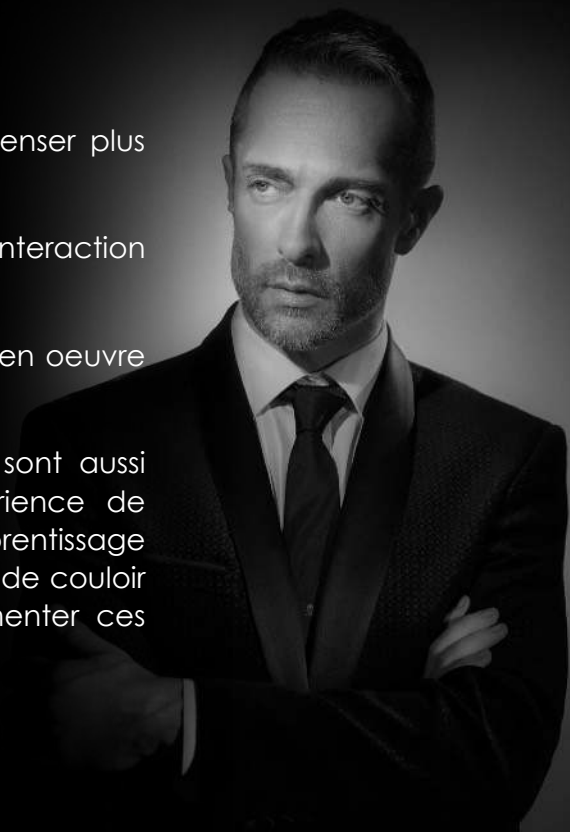
Un événement est un endroit idéal pour apprendre cette stratégie.

Loin de l'environnement quotidien, vous créez de l'espace pour penser et contempler une nouvelle direction.

C'est un investissement pour vous et je le conçois dans ce sens.

Voici mes promesses :

- ✓ **Inspirez votre public** à voir de nouvelles possibilités, à penser plus grand et surtout à passer à l'action.
- ✓ **Des exemples concrets** pour montrer à quel point une interaction avec un client peut être différente.
- ✓ **Un plan d'action simple** pour aider votre public à mettre en oeuvre ce que je partage.
- ✓ **Présence après l'événement** - parce que les contacts sont aussi importants que le contenu. D'après ma propre expérience de l'événement, j'ai constaté qu'une grande partie de l'apprentissage et de la consolidation se fait par le biais de conversations de couloir avec d'autres participants à l'événement. Je veux alimenter ces discussions.



COMMENT JE PEUX AIDER À LA RÉUSSITE DE VOTRE ÉVÉNEMENT

Après avoir travaillé dans le milieu événementiel pendant 20 ans, je comprends ce qu'est un événement qui laisse une impression durable.

C'est pourquoi je m'engage à vous faciliter la tâche.

Sur mesure. Je veux que votre auditoire tire le maximum de ma conférence. Nous aurons donc du temps réservé pour parler de ce dont votre public a besoin - afin que je puisse personnaliser ce que je partage pour un impact maximum.

Fiable. Vous avez un horaire chargé et des minutes précieuses à préserver - et je suis obsédé par la performance ! Cela signifie que vous pouvez compter sur un timing précis.

Surprenant. Mon travail principal reste de surprendre, autant les yeux que l'esprit et je suis très investi et enthousiaste lorsque je suis face à un large public. Alors soyez rassuré : je saurai aller piquer la curiosité même des plus réfractaires !

Conviviale. Cette conférence de par sa teneur en émotions est propice aux échanges informels entre collaborateurs, c'est un moment de partage et de discussions prolongées à l'issue de l'événement.

Dynamique. Un déclic, de nouvelles connaissances peuvent rendre les collaborateurs plus agiles dans un environnement qui évolue constamment. Faire appel à mes services permet de créer une dynamique d'apprentissage et d'éveiller la curiosité. Je peux si vous le souhaitez partager mes sources ou prolonger la conférence avec des questions réponses ou un workshop.



Découvrir ma conférence en vidéo 



LE POUVOIR DU SENS

PROSPECTIVE

Retour sur le CES
de Las Vegas

TECHNOLOGIE

L'invasion des Bots
aura-t-elle lieu ?

STRATÉGIE

Découvrez l'interview
de Maud Bailly,
Chief Digital Officer,
Accor

QUAND LA MAGIE MAGNIFIE « L'EXPÉRIENCE CLIENT »

« Se connecter sur le plan émotionnel est une partie importante de l'expérience de la marque. Lorsque vous achetez quelque chose, l'émotion représente 50% de votre expérience client. Les émotions sont au cœur de toutes les actions que nous menons et pourtant, pendant des années, les entreprises les ont ignorées. »

Colin Shaw,
L'ADN de l'expérience client



Par Laurent Beretta,
Conférencier |
Keynote speaker.

L'émotion revient en permanence dans les définitions que l'on donne de l'expérience client, comme un facteur incontournable.

En créant des émotions positives, l'art de l'illusion, maximise l'expérience du public et ne cesse de fasciner enfants et adultes.

Il paraît donc utile, dans le design de l'expérience client, de se servir des émotions spécifiques créées par l'illusion, pour magnifier l'expérience client.

Les trois grands principes de l'expérience magique

En créant des effets de magie pour de grandes marques depuis vingt ans, j'ai mis à jour un parallèle entre l'expérience client et l'art de l'illusion. J'ai illustré ce lien lors d'une conférence à l'AFRC. La spécificité de cet art tient à :

- Sa capacité à **surprendre** agréablement.
- Sa capacité à créer du lien en **s'intéressant** à la façon de penser du spectateur.
- Sa capacité à mettre en **joie** en créant une expérience fluide, sans friction, qu'elle soit visuelle ou auditive.

Ces trois émotions surprise, intérêt et joie sont issues du travail scientifique de l'américain Carroll Izard. Ce sont pour lui les trois émotions agréables majeures¹ ressenties par un être humain :

La surprise : Je suis étonné, mes attentes sont dépassées.

L'intérêt : Je suis absorbé par ce que je suis en train de vivre et on s'intéresse à moi.

La joie : Je ne ressens aucune difficulté dans mon expérience.

Le but d'une expérience magique est de créer ces trois émotions systématiquement.

Pourquoi se focaliser sur la création d'émotions pour magnifier l'expérience client ?

« Un événement chargé d'émotion est bien mieux mémorisé qu'un événement similaire mais émotionnellement neutre. L'Adrénaline, libérée en grande quantité durant un stress ou une émotion forte semble affecter directement la mémoire. »²

Créer des émotions permet d'impacter la mémoire de façon positive et durable.

Dans le contexte de l'expérience client, impacter la mémoire par les émotions permet :

- de créer des souvenirs agréables liés à l'expérience.
- de créer des ancrages émotionnels pour associer la marque à ces mêmes émotions.

Comment créer, pour vos clients, une expérience magique ?

- Surprenez-les : dépassez leurs attentes.

La surprise, votre meilleure alliée en marketing :

« La surprise est addictive, la surprise modifie positivement les comportements, la surprise ne coûte pas cher, la surprise booste les autres émotions et la surprise entretient la passion dans une relation. » Harvard Business review, Novembre 2018

Posez-vous les bonnes questions !

Comment, même simplement, pourrais je surprendre (positivement !) mes clients ?

- Intéressez-vous à eux : créez l'empathie

Ce qui intéresse quelqu'un fondamentalement, c'est lui même !

Posez-vous les bonnes questions !

Comment je peux faire ressentir que j'écoute vraiment ma cliente ?

Comment lui montrer que je vois les choses comme elle ?

- Faites éprouver la joie en fluidifiant les interactions : anticipez !

En magie, nous anticipons ce que le spectateur va penser pour détourner sa logique. Nous voulons qu'il se pose le moins de questions possible.

Dans l'expérience client, diminuer ce travail cognitif amplifiera la joie. Plus les points de friction auront été anticipés, plus la personne sera comme bercée d'une phase à une autre dans le parcours client.

Posez-vous les bonnes questions !

Comment éliminer les moindres points de friction, les étapes inutiles ?

A vous de jouer

La magie consiste à amener le public au cœur d'une expérience agréable qui va créer la surprise, l'intérêt et la joie.

Dans le design de l'expérience client, à chaque point d'interaction avec le client, un des objectifs serait :

- de déclencher la surprise en dépassant les attentes du client,
- d'éveiller l'intérêt en considérant la personne dans une réalité qui lui est propre,
- de susciter la joie par l'absence de friction et en rendant toute interaction plus fluide.

Ces émotions ont la capacité :

- d'impacter les mémoires
- d'associer des ressentis positifs à une marque ou un produit.

L'impact mémoriel et émotionnel permet de dépasser la notion de satisfaction et milite pour la création d'une véritable relation. La force des émotions permet donc de mieux vendre car le ressenti positif déclenche l'acte d'achat, de mieux servir car l'expérience est agréable et plaisante, et au final de fidéliser car la mémoire se trouve sollicitée.

Décevez vos clients ils deviendront vos détracteurs...

« Emotionalisez » vos clients, ils deviendront vos défenseurs !

1 - *Psychologie Cognitive, Lieury, p350*

2 - *Psycho-biologie, Breedlove, Rosenzweig, Watson pp 521-522*



RECOMMANDATIONS



« Grévin, suite à une nouvelle définition de l'expérience client en janvier 2019 se devait de former ses équipes. Il fallait donc construire une formation inédite pour transmettre nos valeurs. Les talents pédagogiques de Laurent, son savoir-faire, sa compréhension des attentes client, et son petit plus ont opéré de façon significative. Savoir réveiller des compétences est une compétence rare. Laurent à cette capacité. Il ne faut pas passer à côté ! Grévin vous remercie. »

Valerie KLEIN-AMATE
RRH Musée Grévin Groupe Compagnie des Alpes



« Ta performance nous a donné des clés novatrices et très pertinentes sur la relation client, la relation de service et la responsabilité de la perception que le client a de nous. Encore merci ! »

Florence DESERT
Directrice du Parcours Client — AIR FRANCE



« Un angle de vue subtil et décalé pour évoquer sérieusement sans se prendre au sérieux ce qui se joue dans l'expérience client. Loin d'une simple animation gadget, Laurent sait rassembler, émerveiller, étonner, faire résonner et raisonner toute une assemblée. Merci à toi Laurent »

Stéphanie Da Costa
Directrice de la communication — Allizé Plasturgie



« Ta prestation a été unanimement appréciée. En effet, l'illustration par l'illusion permet de passer des messages clefs sans le côté formaliste et rébarbatif d'une "grande messe" descendante. Les messages souhaités sont passés très clairement et je t'en remercie. »

Patrick Emmanuel MURCOTT
Direction des Réseaux de Distribution — MAIF



« Laurent, ce message pour vous remercier pour votre prestation, nous avons des retombées depuis hier soir et toute la journée, les équipes sont over the moon! Notre objectif est atteint : faire passer la magie Chanel et Numero 5 en état d'esprit global. Merci encore, bien à vous. »

Agnes COMBES
Training Director — CHANEL FRAGRANCES AND BEAUTY



« Des études de finance à l'art de la magie en passant par le coaching, ce fut une très belle intervention pour tous nos invités !
Encore MERCI. »

Didier LE MENESTREL
Président du groupe — FINANCIERE DE L'ECHIQUIER