

## Séminaire des responsables d'agence

### Quelle agence demain ?

LE PETIT LOUVRE

23 rue St Agricole – 84000 AVIGNON

#### CONTEXTE

Depuis les années 80, l'agence constitue, avec la professionnalisation des gardiens, un marqueur de la modernisation HLM. Elle traduit la volonté de se rapprocher des locataires pour assurer en proximité des réponses plus réactives et personnalisées aux situations des locataires et aux caractéristiques du patrimoine.

Diverse dans ses niveaux de responsabilité et de délégation, elle constitue une forme d'organisation délocalisée présente chez de nombreux bailleurs. Elle a connu des modifications constantes dans son organisation et est au cœur des réflexions organisationnelles et managériales des organismes.

Elle permet de réunir sous une même responsabilité, dans un même lieu, des métiers différents, auparavant séparés, qui concourent à la qualité de la relation de service et de l'entretien du cadre de vie.

Pour autant, de nombreuses interrogations amènent à revisiter son rôle. Adaptées à certains territoires concentrés où elles marquent la présence du bailleur sur le quartier et jouent un rôle d'accueil de proximité, les agences remplissent partiellement ce rôle d'accueil sur les territoires diffus où beaucoup de relations passent par le téléphone.

Les technologies numériques offrent de nouvelles modalités de contact avec les locataires ; les attentes et les pratiques des locataires se sont élargies ; la réactivité demeure au cœur des attentes de même que la personnalisation mais ces qualités attendues de la relation peuvent s'appuyer sur des technologies numériques en plein essor.

Bref, la forme même d'agence a-t-elle encore un avenir ? Quelle place peut-elle jouer dans la palette des offres de relations proposées aux locataires ? Comment va-t-elle évoluer ? Quel mixte Physico-numérique demain ?

Le séminaire 2016 propose aux responsables d'agence un temps de réflexion sur l'agence de demain à partir de témoignages d'autres secteurs d'activité, de l'analyse des attentes et pratiques des clients à l'heure du numérique, de témoignages d'organismes proposant d'autres modalités de relations aux locataires et d'un temps d'atelier de créativité.

## OBJECTIFS DU SEMINAIRE

1. Partager les évolutions en cours et les attentes des locataires,
2. Mesurer l'impact des technologies numériques sur les attentes et les pratiques des consommateurs et les formes de proximité,
3. Réfléchir aux nouvelles modalités de contact avec l'entreprise et à la place de l'agence dans ce cadre,
4. Imaginer un cahier des charges par l'agence de demain.

## 15 juin 2016

**14 H 00 – 14 H 30** Accueil et introduction générale : l'agence demain ?

**Propos introductifs par :**

- **Christophe Pallot**, Secrétaire général du Club Management & Marketing

**14 H 30 – 16 H 30** L'évolution des pratiques des consommateurs sous l'influence du digital, par **Bruno Vidal**

L'Observatoire des usages du digital est un dispositif unique en France qui vise à identifier les évolutions structurantes des pratiques des consommateurs sous l'influence du digital. L'Observatoire étudie comment se forment les nouveaux gestes, les nouvelles normes sociales qui auront un impact dans l'univers de la relation marchande. Depuis 2011, l'Observatoire est constitué d'une enquête qualitative de plus de 300 entretiens et 3 vagues de sondage sur un échantillon représentatif de la population française.

L'Observatoire des usages du digital a permis à des grands groupes de l'Assurance, de l'Energie et des télécommunications de repenser leurs relations digitales, de mieux structurer leurs canaux relationnels et passer d'une logique de multicanalité à une logique de transcanalité. L'Observatoire des pratiques du digital a enfin une dimension prospective qui aide les entreprises à penser leur organisation et notamment l'articulation du physique, au travers de leurs agences, et du digital pour les années à venir.

Cette réflexion multi sectorielle conduit à penser le phénomène du digital dans son ensemble et au travers de la réalité concrète des consommateurs à inscrire cette réflexion dans les relations quotidiennes avec les clients.

**Bruno Vidal**, Directeur du pôle innovation et stratégie de marque au sein de ConsumerLab - Institut de conseil en marketing dédié à l'expérience client - codirige l'Observatoire des usages du digital depuis 2012. Diplômé de l'Ecole Normale Supérieure de Paris en Sociologie et en Economie, il intervient en Master 2 à l'Université Paris 5, Sorbonne et Sciences Po Paris.

Echanges / questions avec les participants

**16 H 30 – 18 H 00** Les transformations des bureaux de poste, par **Benoît Ponchel**

L'essor du numérique transforme profondément le modèle économique de La Poste. Pour faire face à la baisse du volume du courrier, La Poste a fait le pari de maintenir son réseau de bureaux de poste et son personnel, en réinventant son réseau et en développant de nouvelles activités. Les bureaux de poste ont ainsi connu une triple transformation :

- Une transformation immobilière, avec l'évolution du maillage du réseau,
- Une transformation économique, avec le développement de nouveaux services en bureaux de poste,
- Une transformation de l'expérience clients, en s'appuyant notamment sur le numérique.

**Benoît Ponchel**, Directeur de l'animation du réseau des partenariats du Réseau La Poste

### 16 juin 2016

#### 9 H 00 – 12 H 00 Des initiatives dans le secteur du logement social

Le secteur du logement social a engagé des évolutions dans les formes d'agence et de relations clients. Des organismes témoigneront des initiatives en cours. Quels enseignements ? Quels impacts ? Quelles conditions de réussite ?

**L'agence mobile et la conciergerie numérique, Groupe Sia Habitat.** Pour repenser sa communication avec le client et développer de nouvelles formes de lien social, SIA Habitat s'est appuyé sur deux nouveaux dispositifs :

- Une agence mobile, dont le but est d'améliorer le service de proximité dans plus de 32 communes, notamment auprès de publics fragilisés,
- Une conciergerie numérique qui permet aux locataires, via une application, de contacter son agence, de se voir proposer de nouveaux services, d'être informés des actualités, etc.

**L'agence numérique, Batigère Ile-de-France.** Afin de renforcer la relation de proximité avec ses clients, Batigère Ile-de-France a ouvert une agence à l'architecture innovante, qui s'appuie sur l'usage des outils numériques. Le bénéfice de ce concept est double :

- Par le biais de cette agence, les métiers de proximité sont réorganisés : plus de transversalité, de travail collaboratif, etc.
- Cette réorganisation vient réinventer le parcours clients en agence, et s'accompagne d'un développement de l'intégration du numérique dans la relation client.

**Panorama d'expériences en cours**, synthèse du questionnaire envoyé aux participants.

#### 12 H 00 Déjeuner pris en commun

#### 13 H 30 – 17 H 00 Atelier de créativité, quelle agence demain ?

En s'appuyant sur des méthodes de créativité et travail collaboratif, des ateliers permettront aux participants d'imaginer l'agence de demain et les axes de recomposition de la relation de service avec les locataires.

Animation, en cours de finalisation.

#### 17 H 30 Visite du Palais des Papes et dîner pris en commun

### 17 juin 2016

#### 9 H 00 – 10 H 00 Synthèse des travaux

#### 10 H 00 – 12 H 00 Table ronde avec des dirigeants

- Synthèse des échanges,
- Enseignements et apports du séminaire,
- Questions clés, attentes et enjeux pour demain.

#### 12 H 30 Déjeuner pris en commun

#### 14 H 00 Fin du séminaire

Le séminaire des responsables d'agence est un lieu unique de rencontres entre responsables d'agence en Avignon. Il existe depuis plus de 15 ans et réunit entre 30 et 60 responsables d'agence désireux d'échanger sur leur métier, ses réalités et ses évolutions.

Autour d'une thématique, il vise à produire chaque année une réflexion collective à partir des réalités diverses représentées par les organismes participant.

Progressivement, se constitue un réseau de responsables d'agence qui poursuivent au-delà de la rencontre annuelle leurs échanges et confrontent leur point de vue.

Témoignages de responsables d'agence sur le séminaire 2015 :

*« Séminaire très enrichissant, comme d'habitude... des idées en découlent »*

*« Organisation conviviale et efficace »*

*« Magnifique soirée »*

*« Intervenants pertinents et de qualité »*

*« Pertinence des thèmes traités en rapport à l'actualité et l'évolution du contexte du métier »*

*« Le Petit Louvre est un Lieu très original et agréable »*

*« Très bonne ambiance, très beau cadre : parfait ! »*

*« Les réflexions menées apportent des outils utiles »*

*« Toujours un plaisir de venir à ce séminaire qui allie travail, détente et culture... »*

## Modalités de participation

**Participation** (comprenant la restauration, les frais pédagogiques et la documentation) :

- **750 €uros par personne** (hors hébergement)

**Hébergement**

Possibilité d'hébergement à proximité, à prévoir en sus de la participation

[Voir liste d'hôtels, non exhaustive](#)

**Convention de formation**

Une convention simplifiée de formation et une attestation de présence peuvent vous être adressées après inscription sur simple demande écrite

Conditions d'inscription :

- Le séminaire est réservé exclusivement aux membres adhérents du Club,
- Le Club n'assure pas la réservation de l'hébergement (cf. liste d'hôtels non exhaustive),
- Afin de préserver la qualité du travail de nos participants, nous sommes amenés à en limiter le nombre. En conséquence, les inscriptions seront enregistrées par ordre d'arrivée, la participation pouvant être limitée à deux représentants par organisme dans l'hypothèse d'un trop grand nombre d'inscrits.

Les inscriptions aux séminaires du Club Management & Marketing s'effectuent désormais d'un simple clic.

Il vous suffit de remplir le bulletin directement en ligne et une facture vous sera adressée à l'issue de la manifestation.

**[INSCRIPTION EN LIGNE, CLIQUEZ ICI](#)**