

AVIS D'EXPERTS

Pierre DEBAYLE – NESPRESSO - Décembre 2009

Diplômé de l'INSEEC Bordeaux en 1995, Pierre Debayle a débuté sa carrière chez Teleperformance France et UK comme Business Unit Manager puis a rejoint Nespresso en 2002 au Marketing Client. En 2004, il se voit ensuite confier la direction du Club Nespresso France. Depuis septembre 2009, Il est responsable des centres de Relation Clients au niveau du groupe.

Nespresso est reconnu et souvent récompensé pour la qualité de son service client à distance. Quelle expérience client souhaitez-vous développer par téléphone ?

Nous souhaitons concilier une expertise irréprochable sur nos produits tels que nos machines et surtout nos grands crus de café, tout en apportant une vraie notion de service à nos clients. L'expérience Nespresso doit rester simple, tout en étant très qualitative et si possible touchante.

Comment assurez-vous l'homogénéité de la relation avec vos clients dans les boutiques, sur le Web et par téléphone ?

La marque délivre des messages qui sont destinés à l'ensemble des canaux. C'est une première source d'homogénéité.

Ensuite, nos Spécialistes Café utilisent les mêmes outils quel que soit le canal, ce qui donne une vision complète du parcours du membre du Club.

Enfin, dans notre organisation, nous nous rencontrons régulièrement entre acteurs des canaux, marketing et support. Ce qui nous aide à rester compacts et solidaires.

Ainsi depuis cet été, il est possible de commander par Internet ou par téléphone et de retirer sa commande au 119 Avenue des Champs Elysées à Paris. Et ce n'est qu'un début.

Quelles modifications sur le comportement des clients Nespresso anticipez-vous dans les années à venir ?

Le membre du Club Nespresso sera toujours attentif à la qualité de nos Grands Crus de café. Le Club va rassembler une communauté toujours plus experte ou tout simplement gourmet.

Cette diversité va engendrer des attentes sur la partie services : il faudra que l'on simplifie la vie de nos membres du Club dans un environnement plus complexe.

L'accès au recyclage, la disponibilité de nos produits et de notre chaîne logistique, la possibilité de trouver sa place dans la communauté Nespresso, voire de pouvoir en visiter les coulisses (fermes de café par ex) : voilà quelques enjeux pour le futur.