

Contact presse Capgemini :

Hélène Delannet

Tél. : + 33 1 57 99 44 51

Email : helene.delannet@capgemini.com

L'Ecole by Capgemini s'associe avec Salesforce et l'ESSEC Business School pour former des spécialistes de l'expérience client

Paris, le 16 décembre 2020 - Capgemini choisit Salesforce et l'ESSEC Business School pour la création de sa troisième filière d'excellence : « Customer Experience ». Dédiée à l'optimisation de l'expérience client, elle s'appuie sur les solutions du leader mondial du CRM, Salesforce et les experts de l'expérience client de l'ESSEC. Alors qu'on estime que 85% des métiers de 2030 n'existent pas encore¹, cette filière permet aux apprenants d'accéder à un programme de formation unique qui les mènera vers des métiers d'avenir.

La formation continue concourt à la montée en compétences des collaborateurs et des organisations pour mieux suivre et prévoir, entre autres évolutions, les mutations rapides des technologies et du marché. Ainsi, chaque année la formation professionnelle et l'apprentissage font l'objet de crédits budgétaires permettant de financer la montée en compétences des jeunes et des professionnels. En 2018, ce sont 4,5 milliards d'euros qui ont été accordés dans ce sens par l'Etat². En septembre 2020, un budget dédié de 300 millions³ vient soutenir la formation aux métiers du numérique dans le cadre du plan de relance post-Covid du gouvernement.

Les entreprises font face à une forte concurrence et un environnement d'incertitude sociale et économique : elles doivent plus que jamais se rapprocher de leurs clients. L'engagement, la satisfaction et la fidélisation de ces derniers est critique pour assurer leur pérennisation et leur développement. Or, l'une des clés pour favoriser ce rapprochement consiste à faire disparaître les silos traditionnels entre les métiers de la relation client pour offrir une expérience multicanale sans couture. Cela s'opère à travers des solutions innovantes qui favorisent des expériences client et collaborateur novatrices et engageantes.

Ce parcours de formation d'une durée de quatre mois conjugue théorie et mise en pratique autour de trois axes principaux :

1. Compétence technologique : adapter les processus pour tirer le meilleur parti possible du système d'informations et des solutions logicielles disponibles
2. Connaissance de soi : capitaliser sur ses compétences relationnelles et émotionnelles et apprendre à valoriser ses forces.
3. Compétences métiers : maîtriser l'écosystème, les enjeux et problématiques des métiers de « business analyst » et de « technical lead » afin de répondre aux besoins du marché.

¹ [Institute for the Future for Dell Technologies, The new era of man/machine partnerships](#)

² Source [Statista](#)

³ Source : [Les Echos](#)



L'approche pédagogique choisie repose sur des apprentissages dynamiques, immersifs, faisant appel aux méthodes qui ont fait leurs preuves telles que la gamification⁴, sur la base de l'outil de formation Salesforce Trailhead. Par ailleurs, d'un point de vue technologique, les exercices pratiques s'appuieront sur la plateforme Salesforce Customer 360.

Ce cursus verra une première session se dérouler de janvier à avril 2021, se clôturant par la remise des diplômes.

Jérôme Siméon, Membre du comité exécutif du groupe Capgemini et président de Capgemini en France, précise : *« Les révolutions technologiques en cours ont des implications économiques et sociétales qui induisent une transformation profonde des métiers et des modes de travail. L'Ecole by Capgemini, dont les métiers sont au cœur de ces mutations, propose une nouvelle manière de former les talents aux métiers à fort potentiel. Nous sommes heureux d'avoir noué un partenariat pédagogique avec Salesforce et l'ESSEC pour renforcer les métiers de l'expérience client qui sont devenus stratégiques pour l'entreprise ».*

« Chez Salesforce, nous donnons la priorité à la formation continue et au développement de compétences indispensables pour accélérer la transformation digitale des entreprises en France et partout dans le monde », précise Véronique Marimon, Chief of Staff chez Salesforce France. *« Dans le cadre du partenariat noué avec Capgemini, nous mettons notre expertise de la relation client au service de cette initiative tripartite inédite qui incarne pleinement les valeurs de Salesforce. Ainsi, nous aidons les apprenants à se former aux métiers de demain : une nécessité à l'heure où l'engagement et la satisfaction client sont des sujets essentiels pour les entreprises »,* conclut-elle.

Pour sa part, Thomas Jeanjean, Directeur Général Adjoint en charge des programmes Post-Expérience à l'ESSEC Business School, indique : *« La digitalisation de l'économie a bouleversé tous les métiers de l'entreprise. Comprendre les enjeux techniques de la transformation digitale est une nécessité absolue ; en maîtriser les conséquences managériales et humaines est indispensable pour la réussir, surtout en matière de gestion de la relation client. C'est sur la base de cette conviction que nous sommes fiers de nous engager à vos côtés dans la filière Customer Experience de l'Ecole by Capgemini ! »*

À propos de Capgemini

Capgemini est un leader mondial du conseil, de la transformation numérique, des services technologiques et d'ingénierie. A la pointe de l'innovation, le Groupe aide ses clients à saisir l'ensemble des opportunités que présentent le cloud, le digital et les plateformes. Fort de plus de 50 ans d'expérience et d'une grande expertise des différents secteurs d'activité, il accompagne les entreprises et organisations dans la réalisation de leurs ambitions, de la définition de leur stratégie à la mise en œuvre de leurs opérations. Responsable et multiculturel, avec 265 000 personnes dans près de 50 pays, le Groupe a pour raison d'être de libérer les énergies humaines par la technologie pour un avenir inclusif et durable. Avec Altran, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires combiné de 17 milliards d'euros en 2019.

Plus d'informations sur www.capgemini.com.

⁴ Le terme de gamification est un néologisme de langue anglaise qui désigne le fait de reprendre des mécaniques et signaux propres aux jeux, et notamment aux jeux vidéo, pour des actions ou applications qui ne sont pas à l'origine des jeux. Le but de la gamification est de rendre une action plus ludique et de favoriser l'engagement de l'individu qui y participe.