



# CAMPUS DES MÉTIERS ET DES QUALIFICATIONS

## RELATION CLIENT 3.0

Région : **Hauts-de-France** / Académie : **Lille**

### Territoire

- Les villes de Lille, Roubaix, Tourcoing
- Le Territoire de la Métropole Européenne de Lille
- Le territoire des Hauts-de-France

### Secteurs professionnels

- Commerce : Distribution, commerce inter-entreprises, e-commerce, vente directe, vente à distance
- Centres d'appels et de contact
- Banque – Assurance
- Gestion immobilière
- Logistique/Relation client final/Livraison
- Tourisme

### Filière associée

Le commerce en ligne, dans ses dimensions organisationnelles (vente omnicanale, distribution) et numériques (nouvelles technologies, gestion des données)

### Filière(s) de formation

- Vente, commerce, accueil, distribution et marketing, relation clients usagers
- Logistique et transport
- Banque- assurance
- Métiers des services administratifs
- Immobilier
- Droit, Economie, Gestion, Sciences et Technologie

### Le contexte économique et politique

Le secteur du commerce est un secteur phare de la Région Hauts-de-France. Il emploie près de 244 069 salariés et représente plus de 17 % de l'emploi régional. La Région Hauts-de-France se caractérise par la présence forte historique des secteurs de la distribution et de la Vente à Distance (VAD) : le territoire est en effet le berceau d'une quarantaine de sièges sociaux de grandes enseignes, apportant une dimension nationale à la filière, l'activité commerciale s'appuie par ailleurs sur un « halo » d'activités connexes génératrices d'emploi liées à son cœur d'activité (industries graphiques, centres d'appels, logistique...).

Le secteur se caractérise par une forte concentration de l'emploi : 5 % des entreprises de commerce

concentrent en effet 75 % de l'emploi.

Le contrat de Plan Régional de Développement des Formations et de l'Orientation Professionnelles (CPRDFOP) 2022 – 2028 pour lequel le CMQ a notamment contribué dans sa phase d'écriture a décliné ses ambitions :

L'ambition stratégique 1 « Identifier et répondre aux besoins en qualification ainsi qu'aux besoins en compétences des entreprises et des territoires en lien avec les mutations économiques » la fiche engagement S1.6 « Développer des processus pédagogiques innovants pour les métiers de la relation client » piloté par le Campus RC 3.0,

L'ambition stratégique 4 « Encourager et soutenir les innovations et les expérimentations en formation et en orientation pour mieux répondre aux besoins des entreprises et des territoires aux aspirations des personnes », la fiche engagement S4.3 « Expérimenter l'AFEST dans les métiers de l'immobilier » piloté par la branche de l'immobilier représentée par SERGIC en partenariat avec le campus.

Le Schéma Régional de Développement Economique d'Innovation et d'Internationalisation (SRDEII) 2022 – 2028 comporte plusieurs orientations stratégiques dans lesquelles le campus a toute sa place qu'il s'agisse de l'orientation 3 « Soutenir l'innovation et la R&D et développer le compétences et les emplois de demain » ou de l'orientation 5 : « Développer l'attractivité de la région dans toutes ses dimensions et en s'appuyant sur les spécificités de son territoire » au travers d'une des composantes essentielles du développement économique territorial que constitue l'économie des proximités : « *L'économie des proximités offre des opportunités en termes de création d'emplois dans certains secteurs : tourisme, circuits courts, ou encore commerce et artisanat (un des enjeux pour redynamiser les centres-villes, centres-bourgs) ».*

Les modes de consommation exploitent l'ensemble des canaux de distribution physiques, téléphoniques et numériques. La relation client omnicanale comporte une part importante de digitalisation.

Portée par l'un des écosystèmes numériques les plus dynamiques du pays, par un vivier d'entreprises innovantes, la région entend devenir la 2ème région numérique française.

La filière de la Relation client s'inscrit par ailleurs dans **un écosystème très dense et structuré d'acteurs venant au soutien de l'innovation** (branches professionnelles, pôles de compétitivité, pôles d'excellence, clusters, laboratoires de recherche, réseaux des grandes écoles et universités...).

On peut citer à ce titre :

- **Le pôle d'excellence Blanchemaille** pour le développement de l'entrepreneuriat et la recherche dans le e-commerce
- **Le pôle de compétitivité des industries du commerce (PICOM by CAPDIGITAL)**, œuvrant pour le développement de la distribution du futur auprès des acteurs régionaux
- **L'Opcommerce**, Opérateur de compétences (OPCO) de 19 branches du Commerce et de la Distribution,

### **Le contexte de formation**

Le secteur du commerce s'appuie sur une offre de formation importante, couvrant l'ensemble des voies de formation. Cette offre porte sur un vaste corpus de diplômes, titres, certifications, segmenté sur de nombreuses spécialités. On note l'importance des effectifs formés dans le cadre de la filière scolaire et la présence significative de l'enseignement supérieur, y compris en apprentissage

Le secteur du commerce présente par ailleurs encore des possibilités d'insertion et d'évolution pour des publics demandeurs d'emploi en situation de transition professionnelle.

La forte dispersion des certifications, titres, diplômes rend parfois difficile la lisibilité des parcours de formation tant pour les publics, les professionnels de l'orientation, qu'auprès des entreprises. La question des passerelles entre ces certifications est posée afin d'assurer une meilleure fluidité des parcours. Favoriser les échanges entre le monde professionnel et le système éducatif, valoriser l'excellence commerciale, donner à chacun un socle de compétences comportementales sont les enjeux

majeurs de ce secteur moteur qui souffre néanmoins d'un déficit d'attractivité.

### **Les priorités sont donc de :**

- Renforcer l'effort d'information sur les réalités professionnelles et les possibilités de carrière
- Rechercher la complémentarité entre les voies de formation pour construire des parcours de formation et d'insertion professionnelle cohérents
- Favoriser l'émergence de nouveaux métiers ou l'adaptation des métiers existants aux évolutions induites par le développement de l'Internet. Accompagner les mutations en cours en renforçant la sécurisation des parcours professionnels des salariés

### **Le projet ou les axes du travail du Campus**

Les partenaires fondateurs du Campus ont la volonté d'associer recherche fondamentale et recherche appliquée afin de proposer les adaptations nécessaires aux formations et accompagner les mutations de la relation client pour soutenir l'emploi et la compétitivité des entreprises. Cela se traduit par les axes suivants :

#### **Axe 1 – Accompagner les entreprises dans leurs informations sur les métiers et les recrutements**

Les métiers de la Relation client sont présents dans de nombreux secteurs professionnels : le commerce (la grande distribution mais aussi le e-commerce), la banque, l'assurance, le tourisme, la logistique, la gestion immobilière... Aujourd'hui, ce sont les facultés d'écoute, de compréhension, d'analyse du besoin, le sens du service qui sont au cœur du métier. Le Campus permet une **meilleure connaissance et une valorisation des métiers liés à la Relation client** et une identification de la **diversité des parcours de formation et des possibilités d'insertion**.

#### **Axe 2 : Créer « L'Ecole de l'Expérience et de la Relation client »**

##### **Une adaptation nécessaire de la formation pour répondre aux enjeux d'un secteur commercial en profonde mutation**

Ce projet vise à favoriser, d'une part, l'employabilité dans les métiers de la relation client (via, notamment, la formation aux « **Soft skills** ») et, d'autre part, de s'inspirer des communautés « de clients ou d'utilisateurs » pour développer des objets de recherche, adapter ou concevoir de nouvelles certifications. L'enjeu principal repose sur la création collaborative et l'utilisation d'un **référentiel de compétences commun** au système d'acteurs œuvrant autour de l'expérience client.

##### **Une co-construction et une animation en continue avec les entreprises**

Les entreprises partenaires du Campus travaillent, en interne, à l'**expérimentation de nouveaux usages et pratiques** dans le cadre de la relation client, le Campus doit donc capitaliser sur ces bonnes pratiques. A l'instar des « entreprises performantes » qui placent l'optimisation de l'expérience client au cœur de leur stratégie marketing, le Campus s'appuiera aussi sur le développement d'ateliers visant à placer les communautés « clients ou utilisateurs » au cœur du processus de **formation aux soft skills** (« apprendre PAR le client, AVEC le client et POUR le client »).

#### **Axe 3 : Se positionner comme un lieu d'innovation et d'expérimentation**

##### **Une démarche construite sur des liens renforcés avec les laboratoires de recherche**

Le Campus permet de déployer une démarche prospective d'analyse des besoins des entreprises. Pour ce faire, le Campus développe une stratégie d'accompagnement et de centralisation des différents travaux menés par ses membres afin **d'analyser les évolutions en cours dans le domaine de la relation client**. Concrètement, cela se traduit par :

- La valorisation des compétences comportementales,
- La construction de modules de formation en réalité virtuelle (le projet RVRC 4.0, lauréat Deffinum),
- L'implantation d'outils de type lab multimédia permettant la réalisation de capsules vidéos, de podcasts.
- La diffusion des innovations, grâce à des outils comme le HUB,
- Construire de nouveaux parcours d'excellence de formation accessibles à tous les apprenants des Hauts-de-France à l'instar des différents titres ou modules déjà initiés,

- La participation au défi de l'économie circulaire dans la distribution et le commerce.

Le Campus, en fédérant toutes les énergies créatives au sein du territoire, est à même de conduire cette stratégie ambitieuse et innovante dont les effets sont appelés à se déployer au sein des Hauts-de-France et à **faire rayonner cette filière à l'échelle nationale et internationale.**

### **Membres du réseau**

**Partenaires territoriaux :** Métropole Européenne de Lille (MEL), Ville de Lille, Ville de Roubaix, Ville de Tourcoing, Maison de l'Emploi Villeneuve d'Ascq, Mons en Baroeul et communes partenaires, CCI Grand Lille Hauts-de-France – Région Hauts-de-France

**Lycées :** LEGT Gaston Berger (Lille), LP Dinah Derycke (Villeneuve d'Ascq), LP Les Hauts de Flandre (Seclin), LPO Emile Zola (Wattrelos), LP Antoine de St Exupéry (Halluin), Lycée industriel et commercial privé – LICP (Tourcoing), LPO Jean Moulin (Roubaix), LEGT Montebello (Lille), LP Turgot (Roubaix), LP Sonia Delaunay (Lomme), LPO Saint Jean Baptiste de la Salle (Lille), LP Vertes Feuilles (St André Lez Lille), LEGT Louis Pasteur (Lille), LP Aimé Césaire (Lille)

**Centres de formation d'apprentis :** CFA académique de Lille, Formasup Nord-Pas de Calais, Campus de l'habitat (CFA du groupe ADEO), Université des Compétences Habitat

**Autres centres de formation :** CNED, Ecole Supérieure de la Banque

**Formation continue :** Greta Lille Métropole

**Université :** Université de Lille (IAE Lille University School of Management)

**Laboratoires de recherche :** le LUMEN : Lille University Management, unité de recherche labellisée (ULR 4999). Rattaché à l'école doctorale des Sciences Juridiques, Politiques et de Gestion (ED 74) – Chaire Trend(s)

**Entreprises :** ADEO, Auchan Retail, Axa France, Boulanger, Cultura, Decathlon, EDF, Leroy Merlin, Sergic

**Coopération technologique :** Pôle de compétitivité des industries du commerce (PICOM by Cap Digital) situé à Euratechnologies, pôle d'excellence et d'innovation

**Cluster :** Maille'Immo

**Organisations professionnelles :** *AFMD* (Association pour la Formation aux Métiers de la Distribution) - *CGF- Grossistes* (Confédération des Grossistes de France) - Les Conseillers du Commerce Extérieur de la France - *FCD* (Fédération du Commerce et de la Distribution) - *FEVAD* (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) - *FDMC* (Fédération des Distributeurs de Matériaux de Construction) - *FVD* (Fédération de la Vente Directe - *RSA* (assureurs, courtiers) - *UPECAD* (Union Professionnelle des Entreprises du Commerce à Distance) - *SP2C* (Syndicat Professionnel des Centres de Relation client Externalisée)

### **Contact établissement support**

Lycée Gaston Berger

Avenue Gaston Berger

59000 Lille

Téléphone 03 20 49 31 59

Site web : <https://www.gastonberger.fr/>

Directrice opérationnelle du campus :

Sylvie DEMASSIEUX

[sylvie.demassieux@region-academique-hdf.fr](mailto:sylvie.demassieux@region-academique-hdf.fr)

Portable : 06 46 10 69 47

Site web du campus : <https://campus.hautsdefrance.fr/rc>