

Paris, le 3 juin 2015

CITROËN LANCE SES CAMPUS DE L'EXPERIENCE CLIENT LE 19 JUIN AU C_42

Acteur engagé auprès de sa clientèle, CITROËN relève un nouveau challenge : faire avancer le débat sur les enjeux de l'expérience client avec d'autres entreprises de tous secteurs. Ainsi, la Marque lance les CAMPUS CITROËN de l'Expérience Client dont la première édition se tiendra le 19 juin prochain au C_42, vitrine de la marque sur les Champs Elysées, devant un public de journalistes et de blogueurs. Pour cette première, CITROËN convie ING DIRECT, numéro 1 de la banque en ligne, à un débat sur les nouveaux enjeux du Digital.



L'expérience client est devenue aujourd'hui un enjeu majeur pour toutes les marques. Toutes rivalisent dans ce domaine et travaillent assidûment à l'amélioration de leur offre de services, de leur relation client, avec une obsession en tête : marquer des points auprès de leurs clients, les fidéliser et générer de la recommandation.

CITROËN apporte depuis toujours à sa clientèle une expérience de marque à la fois singulière et tournée vers le bien-être, et déploie aujourd'hui toujours plus de solutions innovantes dans ce sens, tant sur le web que dans son réseau commercial. Forte de cet engagement, la Marque inaugure les CAMPUS CITROËN de l'Expérience Client. Objectif : enrichir et faire progresser le débat sur les nouveaux enjeux de l'expérience client autour de rencontres franches et directes entre CITROËN et d'autres entreprises de tous secteurs.

Première édition le 19 juin prochain au C_42 avec ING DIRECT sur le thème du Digital

La première édition des CAMPUS CITROËN de l'Expérience Client se tiendra le 19 juin prochain à 10h00 au C_42, vitrine de la Marque sur les Champs-Elysées, devant un public de journalistes et blogueurs, à l'occasion d'un débat ouvert avec ING DIRECT sur le thème du Digital.

Comment le Digital transforme-t-il l'expérience de marque ? Comment enrichit-il le dialogue avec les clients ? C'est tout l'enjeu de ce débat qui confrontera deux points de vue, celui de deux marques, CITROËN et ING DIRECT, qui abordent leur histoire et leur approche digitale différemment :

- **ING DIRECT**

ING DIRECT, présente en France depuis 2000 et numéro 1 de la banque en ligne avec près de 1 million de clients. ING DIRECT propose à ses clients un « Web Café » pour interagir on-line entre clients et avec la Marque, et des « ING DIRECT Cafés » à Paris et Lyon pour échanger physiquement avec eux, avec pour objectif de tenir sa promesse de marque : « Améliorons la Banque ».

- **CITROËN**

CITROËN, constructeur automobile généraliste depuis 1919, avec 10 000 points de vente et après-vente dans plus de 90 pays. CITROËN allie depuis toujours créativité et technologie au service du bien-être et affiche clairement sa volonté de faire progresser son expérience client grâce au digital, avec de nouveaux outils tels que CITROËN ADVISOR ou son éventail de services connectés CITROËN CONNECT.

RDV LE 19 JUIN 10H AU C_42

Rendez-vous vendredi 19 juin à 10h00 au C_42, 42 Avenue des Champs-Élysées à Paris, pour assister à la première édition des CAMPUS CITROËN de l'Expérience Client :

« Comment le Digital transforme-t-il l'expérience de marque ? »

Un débat animé par **Thierry SPENCER**, directeur associé de l'Académie du Service et fondateur du blog www.sensduclient.com, entre :

Isabelle HERVOUET, Responsable Digital, Innovation et Expérience Client d'ING DIRECT,
et **Mathieu BELLAMY**, Directeur de la Stratégie de la Marque CITROËN.

Vous souhaitez assister à l'évènement ? Merci de confirmer votre venue auprès de :

Luciana Balletti - 01 58 79 75 87 - luciana.balletti@citroen.com

La Marque CITROËN

CITROËN c'est la créativité et la technologie au service du bien-être.

Depuis 1919, CITROËN est un acteur majeur de la démocratisation automobile, apportant de manière concrète et optimiste des réponses aux questions de chaque époque. Aujourd'hui, les modèles CITROËN concentrent leur valeur sur le design, le confort et la technologie utile.

CITROËN, c'est 10 000 points de vente et après-vente dans plus de 90 pays et près d'1,2 million de véhicules vendus en 2014. C'est aussi 8 titres de champion du monde des constructeurs en WRC et un 1er titre de champion du monde des constructeurs FIA en WTCC en 2014.