



Grand succès pour la 1^{ère} édition des 8km de la Relation Client

Dimanche 21 Septembre 2014, 400 professionnels de la Relation Client ont couru pour la bonne cause au Parc de Sceaux, dans le cadre de la première édition des 8 km de la Relation Client.

500 participants, 70 entreprises

400 coureurs et une centaine de supporters, représentant 70 entreprises, ont répondu présents lors de cette course à pied inédite, créée par Diabolocom, éditeur de solution de gestion des interactions client, à l'initiative du blog Sens du Client, et propulsée par le n°1 de la course à pied en groupe Joggin.

Parmi ces sportifs, de grandes figures du secteur : Arnaud Deschamps (Nespresso), Eric Lestanguet (Savelys, Institut National de la Relation Client), Marc Delavarenne (Bristol-Myers Squibb / UPSA), Fabrice André (Orange) ou encore Vincent Galeraud (Meetic), mais aussi tous les représentants des métiers et secteurs de la relation client, dans une parité homme/femme presque respectée.

Un événement sportif rassembleur et convivial

Pour Frédéric Durand, Président et Fondateur de Diabolocom, le créateur de la course, « *l'ambition était de créer un événement fédérateur et haut de gamme, qui surprendrait les participants par sa qualité* ».

La journée a ainsi démarré de façon conviviale en musique, et autour d'un premier buffet tonique. Les coureurs ont ensuite bénéficié d'un échauffement conduit par une coach spécialisée, avant de prendre le départ. Le parcours les a entraînés dans des paysages variés : la plaine des quatre statues, le pavillon de Hanovre et ses abords forestiers, puis le canal. Pour finir en beauté, une montée d'escalier sportive dont beaucoup se souviendront ! A l'arrivée, une médaille les attendait, ainsi que des massages de récupération et un brunch particulièrement gourmand, propice aux échanges entre professionnels et amateurs de sport.



Une photo de l'échauffement avant la course

Nespresso, PMU, GDF SUEZ, Coriolis, Effiliation,... sur le podium

Félicitations à Coriolis Service qui a remporté la course chez les hommes (Fabrice Legeay en 30'16) ainsi que le prix de l'entreprise la plus rapide. Svetlana Molyavkina de Effiliation s'est imposée chez les femmes en 33'57s. Nespresso, PMU et GDF SUEZ se sont illustrés comme les entreprises les plus solidaires, en ayant mobilisé le plus de coureurs ayant parcouru le plus de kilomètres, Nespresso en tête. Enfin, le prix « Pierre de Coubertin » de l'AMARC a récompensé un coureur ayant aidé une participante à finir la course.

La générosité et la solidarité étant dans les valeurs de l'événement, la course a permis de reverser 3 200€ à l'association Aptima qui accompagne des jeunes et des adultes dans l'accès à un emploi.

Un succès auprès des coureurs

« Une expérience unique » (Marc Delavarenne, Bristol-Myers / UPSA), « un moment de complicité » (Arnaud Deschamps, Nespresso), « une superbe initiative » (Vincent Galeraud, Meetic), « un moment [...] de contact convivial » (Fabrice André, Orange), « un superbe événement » (Eric Lestanguet, GDF SUEZ),... Les qualificatifs n'ont pas manqué pour traduire l'enthousiasme unanime des participants.

Un engouement partagé par les sponsors : pour Philippe Merle, fondateur de l'éditeur de solutions de management de l'expérience client à travers le suivi de la qualité délivrée Telemetris, s'associer à l'évènement constituait « une formidable occasion pour adhérer à la pensée d'Albert Schweitzer : le bonheur est la seule chose qui se double si on le partage ». Séverine Vienney, PDG de l'éditeur de solutions sur mesure d'analyse automatique des messages clients ERDIL déclare : « cette première édition est un vrai succès et nous en sommes très heureux. C'était un beau moment de partage, un bel exemple pour le monde de

la Relation Client ». Alexandre Fretti, Directeur de Business Unit chez Webhelp, acteur de l'expérience client externalisée, confirme ce sentiment : « *L'organisation a amplement rempli ses objectifs de convivialité et de partage ; nous nous sommes beaucoup liés, soutenus et encouragés* ».

La prochaine étape ? « *Je formule le vœu que les 8 kilomètres de la relation client deviennent le rendez-vous convivial incontournable des professionnels* » annonce Thierry Spencer, auteur du blog Sens du Client. Frédéric Durand, Président de Diabolocom, sourit : « *Nous espérons que cette course s'impose comme une institution pour notre secteur : rendez-vous en 2015 !* ».

Les photos de l'événement sont téléchargeables [ici](#) et [là](#).

À propos

Les 8km de la relation client est une course à pied destinée aux professionnels de la Relation Client, créée par Diabolocom, éditeur et opérateur de solution de gestion des interactions client, à l'initiative du blog Sens du Client. La première édition s'est tenue le dimanche 21 septembre et a été propulsée par Jogg.in, le site n°1 de la course à pied en groupe. Elle est sponsorisée par l'acteur de l'expérience client externalisée Webhelp, l'éditeur de solutions de management de l'expérience client à travers le suivi de la qualité délivrée Telemetris et l'éditeur de solutions sur mesure d'analyse automatique des messages clients ERDIL comme partenaires majeurs, et soutenue par l'Association Française de la Relation Client (AFRC), l'Association pour le Management de la Relation Client (AMARC), la Fédération eCommerce et Vente à Distance (FEVAD), Relation Client Magazine, La Relation Client en fête, Stratégie Clients, le SNCD et le CMD comme partenaires institutionnels.

<http://www.8kmdelarelationclient.com>



UN EVENEMENT PROPOSE PAR



PARTENAIRES OFFICIELS



AVEC LE SOUTIEN DE

