



## Programme

\*Créée en 2017, la Chaire Expérience Client de l'EM Strasbourg Business School a pour partenaires Hager Group et Schmidt Groupe, et depuis 2019, le Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

**Le 7 avril de 9h à 12h**

Amphi 7 PEGE

HORAIRES	INTERVENANTS	TITRE DE LA COMMUNICATION
9h - 9h05		Accueil et introduction par Claire ROEDERER, Responsable de la chaire
9h05 - 9h35	<p><b>Alexandre BEGARD</b> Responsable Marketing Stratégique Marchés Grand Public Crédit Mutuel Alliance Fédérale</p> <p><b>Frédéric LERAY</b> Responsable d'activité Data management Crédit Mutuel Alliance Fédérale</p>	La data science et l'expérience client : Comment segmenter pour personnaliser l'expérience ? Les insights surprenants sur l'expérience via la data
9h35 - 10h05	<p><b>Lars MEYER WAARDEN</b> Professeur Toulouse School of Management</p>	Créer du bien-être et de réduire les risques technologiques pour favoriser l'adoption : le cas des voitures autonomes et des smart homes
10h05 - 10h15		Pause
10h15 - 10h45	<p><b>Sébastien MANNHEIM</b> Responsable d'équipe Solutions Cognitives Crédit Mutuel Alliance Fédérale</p>	La next tech et l'expérience client : IA, NLP Comment l'IA améliore l'expérience client ? L'exemple de la Cognitive Factory
10h45 - 11h15	<p><b>Martin KAISER</b> Strategic Insights Director Hager Group</p>	Comment la digitalisation de l'expérience déplace le lieu de création de valeur : la dématérialisation et son impact sur l'expérience
11h15 - 11h45	<p><b>Françoise SIMON</b> Professeur Université de Haute Alsace</p>	L'introduction des outils de smart feedback dans l'expérience de consommation : vers un consommateur davantage réflexif ?
11h45 - 12h		Synthèse des échanges et clôture du workshop