Tribune

Sérénité et exclusivité, nouveaux luxes à cultiver

UN SERVICE COMME UN MÉDECIN DE FAMILLE... UN LUXE PAR LES TEMPS QUI COURENT.

NIVA SINTÈS
est directrice de Parnasse.

Chaque année, en décembre, on se retourne sur les mois passés. Et 2020 marque un cap. Nul n'avait prévu ces bouleversements inédits qui ont profondément changé nos comportements et notre vision du monde. Confinés, interdits de déplacements, ralentis ou au contraire pris dans le tourbillon nouveau du télétravail et des visioconférences, nous avons pris du recul, repensé notre rapport au temps. Et, pour beaucoup, il est devenu évident que le temps pour soi, celui qui nous appartient loin de toutes contraintes, est un luxe.

Ce luxe, c'est ce que Parnasse, depuis sa création, offre à ses membres. Pionnier, Orange a, en, effet, compris très tôt qu'il faudrait accompagner les utilisateurs de téléphones mobiles, particulièrement ceux voyageant régulièrement, afin de leur faciliter l'existence, de gommer leurs inquiétudes. Orange a donc imaginé Parnasse, en 2007, marque sélective, qui s'est imposée comme un service avant-gardiste en matière de sérénité numérique.

Aujourd'hui l'environnement digital s'est densifié, complexifié. On compte désormais environ 11 écrans par foyer. La domotique, l'électroménager connecté deviennent incontournables. La sphère privée rejoint l'univers professionnel. Ce qui nécessite suivi, synchronisation. Et Parnasse, par son savoir-faire, est plus que jamais le garant d'une forme d'apaisement en prenant en charge les problématiques technologiques mais aussi celles de la protection des données.
Si Parnasse est capable d'offrir ce luxe à ses membres, c'est parce que depuis toujours nous misons sur l'humain, le lien, l'échange. Chacun de nos membres est en contact avec son coach, épaulé par un desk, et cela 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. L'un de nos membres me confiait un jour que son coach Parnasse est un peu comme un médecin de famille, qui le connaît parfaitement et sait le soulager en toute confidentialité. Cette capacité à proposer un service « sans couture » est évidemment lié à la formation de nos équipes, dans notre Haute École du Service, basée sur l'écoute et la bienveillance. C'est à nos yeux la seule façon de cultiver l'art du conseil, d'être présent sans être pressant, proactif ou plus en retrait selon les tempéraments.
Pour faire du sur-mesure, de l'hyper-personnalisation, on doit s'adresser à une communauté resserrée. Parnasse est ainsi un cercle où chaque candidature est soumise à un comité de sélection. Il est aujourd'hui constitué d'un peu plus de 3 000 membres à qui nous garantissons où qu'ils se situent en France et bien plus loin, calme, confiance et moments d'exception. Car Parnasse a également à cœur de fédérer ses clients et de les réunir lors d'événements uniques dans plusieurs régions de l'Hexagone. De la privatisation d'expositions à des rendez-vous dans des ateliers d'artistes, nous imaginons des parenthèses de rencontres et de surprises. Des instants particuliers et uniques, hors du temps, que l'on garde en mémoire. Des souvenirs précieux qui, là aussi, riment avec luxes contemporains. ■

PHOTO : © DR.