

Marier Internet et Centre d'appels

Opportunité du Centre de Relation Client



présentation du 7 mars 2001

Plan



Fabrice MOREAU

Directeur associé
DigiWay Consulting

- ❑ Rappel des contextes
- ❑ Internet et Centre d'appels
- ❑ Solutions technologiques
- ❑ Bénéfices attendus
- ❑ Pièges à éviter

nota : extraits du séminaire "*Marier Internet et Centre d'appels*"

Pourquoi le eBusiness a besoin du téléphone

- ❑ Transformer le visiteur en acheteur
- ❑ Assister le client dans une transaction
- ❑ Faire plus consommer un client récurrent
- ❑ Intéresser le client récurrent à de nouveaux produits
- ❑ Répondre à ses questions (souvent posées par e-mail)
- ❑ Assurer l'escalade après non résolution au niveau automatisé (libre service)
- ❑ Fidéliser le client loyal

Pourquoi le Centre d'appels a besoin d'Internet

- ❑ Coûts de fonctionnement (de 5 à 10 F/mn, et plus)
- ❑ Limites de l'automatisation par réponse vocale (SVI)
- ❑ Délai d'attente, dissuasion...
- ❑ Horaires d'ouverture
- ❑ La parole meurt, l'écrit subsiste
- ❑ Relation Client réduite à un seul des 5 sens, l'ouïe
- ❑ Informations textuelles ou graphiques non partagées
- ❑ Pas de collaboration active entre l'agent et le client

La Relation Client impose d'unifier les canaux

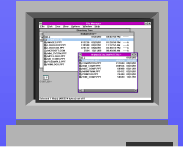
- ❑ **Les canaux doivent partager l'information**
 - ❖ connaissance du client, informations restituées (ex. solde)
- ❑ **Les canaux de relation client interagissent entre eux**
 - ❖ un courrier postal non répondu au bout de 15 j génère un appel
 - ❖ un e-mail non répondu au bout de 2 j va générer une relance par e-mail, puis par téléphone
 - ❖ toute action de push génère des contacts en demande
- ❑ **Idéal d'une symbiose entre les media et les canaux**
 - ❖ croiser les actions courrier, téléphone, face à face, e-mail, web...

Applications dans un Centre eBusiness

- ❑ Permettre une interaction par échange d'e-mail
- ❑ Permettre une interaction par dialogue texte (*chat*)
- ❑ Enrichir le dialogue avec la collaboration web
- ❑ Autoriser le rappel depuis le web (*call back*)
- ❑ Essayer l'appel à travers le web (*call through*)

Gestion de la réponse e-mail

poste



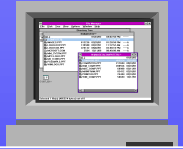
- ❑ Classement, puis qualification (optimisée si grille web)
 - ❖ acquisition des informations requises, facilite l'automatisation
- ❑ Orientation selon la compétence requise
- ❑ Répartition équilibrée du traitement sur les agents
- ❑ Utilisation de réponses type pour fiabiliser le traitement
 - ❖ module d'analyse pour suggérer la ou les réponses opportunes
- ❑ Suivi du niveau de service avec règles d'escalade
- ❑ Statistiques permettant la gestion de l'activité



ser

Dialogue texte (e-chat)

poste



□ Échange de texte court

- ❖ fonctionnement half-duplex, avec un asynchronisme variable

□ Vitrine technologique aisée à mettre en œuvre

- ❖ standard IRC, nombreuses offres proposées
- ❖ facile à coupler avec la collaboration web
- ❖ pas de souci de compatibilité du parc et des liens télécoms

□ Humanise un site web, mais sous-optimisé et frustrant

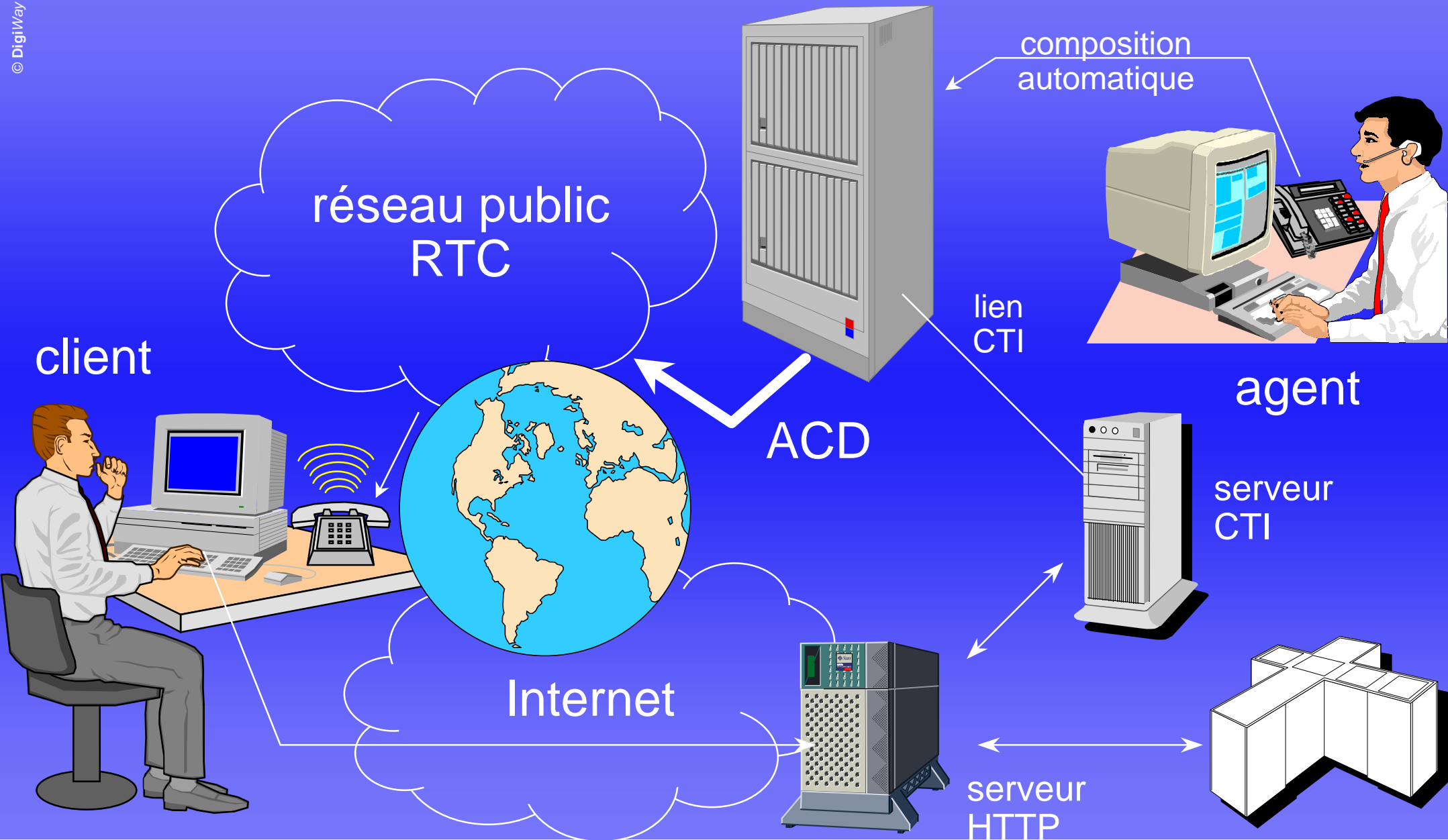
- ❖ dialoguer via un clavier est beaucoup plus lent que la parole
- ❖ l'interaction riche est plus aisée par la voix que par l'écrit



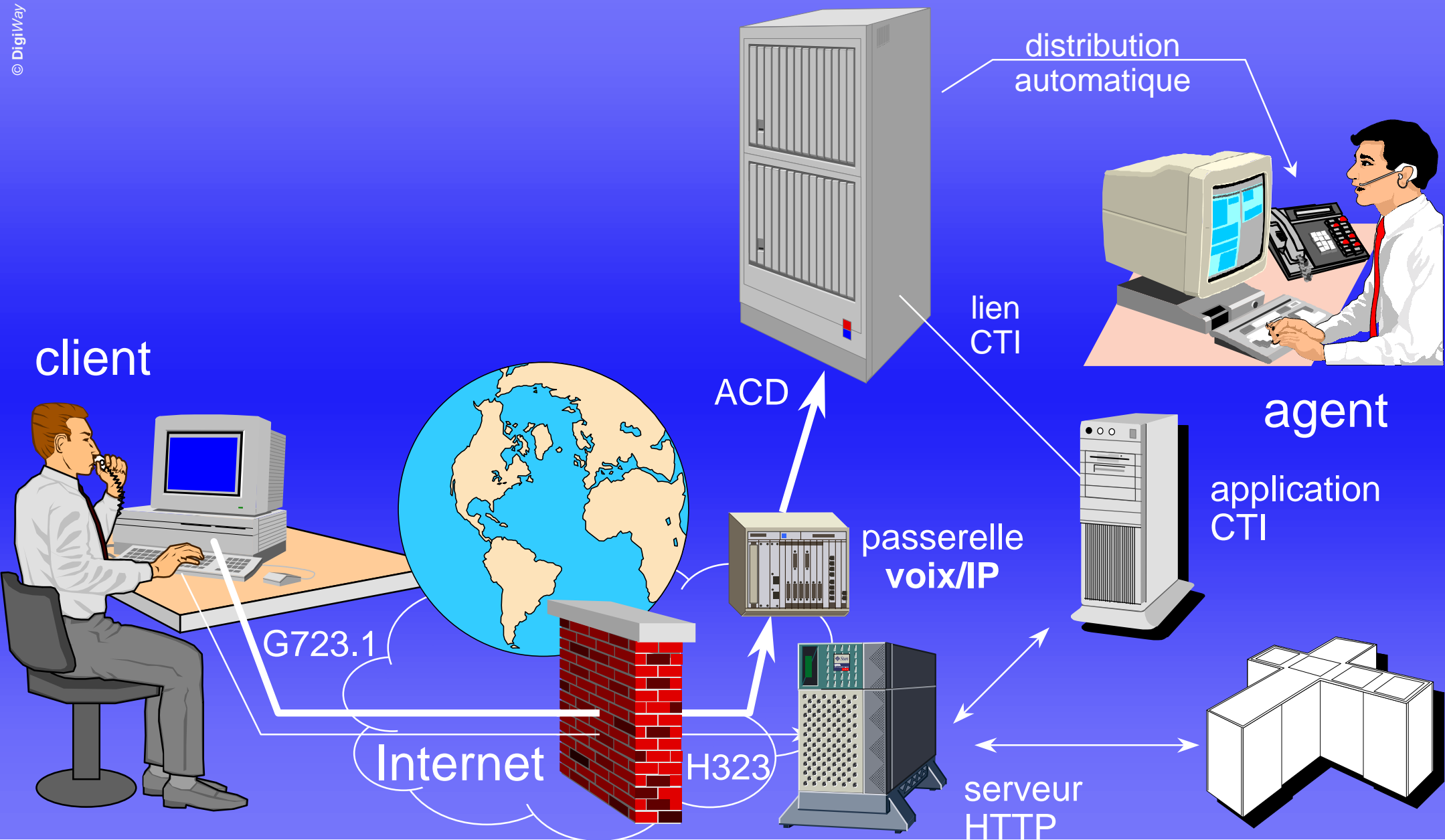
Collaboration web

- ❑ Fonctionnalités basées sur la synchronisation d'écrans
 - ❖ co-navigation, partage de formulaires, envoi de page, conférence de données, visite en groupe...
- ❑ Permet un dialogue enrichi à travers le web
 - ❖ les deux parties voient la même information, avec possibilité de prise de main, l'agent peut aider l'internaute à remplir un formulaire, démonstration de produits, insertion d'annotations...
- ❑ Standards T.120 couvrant partiellement le domaine
- ❑ Association avec un dialogue texte ou téléphonique
 - ❖ synchroniser phonie et écran web est une application CTI

Rappel depuis le web (*call back*)



Appel à travers le web (*call-through*)



Enseignements des précurseurs (pièges à éviter dans ce mariage)

- ❑ Succomber à l'effet vitrine, sans justification réelle
- ❑ Forcer le client à la technologie parce que l'on automatise le Centre d'appels
- ❑ Croire qu'il suffit de mobiliser des technologies
- ❑ Oublier l'e-mail, 1^{er} moyen de communication Internet
- ❑ Nourrir l'illusion que le téléphone se manage aisément
- ❑ Recruter des profils sous-qualifiés
- ❑ Négliger la formation

Centre de Relation Client (exemples de mission **DigiWay Consulting**)

- ❑ Détermination et dimensionnement de l'activité prévisionnelle (courrier, téléphone, fax, e-mail, web...)
- ❑ Spécifications fonctionnelles de la réponse e-mail et de la collaboration web
- ❑ Choix d'un gestionnaire de réponse e-mail
- ❑ Spécifications fonctionnelles d'un gestionnaire de contacts eCRM (marketing, ventes, service client)
- ❑ Analyse des fonctionnalités Internet d'un progiciel de planification des effectifs

Restant à votre disposition...



Fabrice MOREAU

fabrice.moreau@digiway.fr

Directeur Associé

DigiWay Consulting
3, rue Castéja
F-92100 Boulogne

www.digiway.fr
tél : +33 (0) 1 46 10 46 67
fax : +33 (0) 1 46 10 46 61

Ingénieur Supélec (1985)
Maîtrise de l'Université de Dauphine

1985 : BIPE Conseil
1988 : Diebold (Gemini Consulting)
1990 : TELEASE (Valoris)
1996 : **DigiWay Consulting**

Co-fondateur de **DigiWay Consulting**, Fabrice MOREAU accompagne de grands utilisateurs dans leurs projets Centres de contacts, depuis l'établissement du business case initial lors de la création, à l'optimisation du management opérationnel et des solutions en place. En particulier, il intervient sur des projets innovants, par exemple CTI, web call center, réponse e-mail...

De plus, il conçoit et anime des formations aidant les professionnels des Centres d'appels à maîtriser les processus clés de management et les solutions technologiques les soutenant.

Expertises :

- Marketing de la relation client par téléphone, gestion de campagne, e-mailing, externalisation
- Management de Centre d'appels, organisation de la réception, dimensionnement, planification des effectifs, assurance qualité, gestion de la réponse e-mail, web call center
- Architectures téléphoniques, téléphonie IP, CTI, RI, applicatif de gestion de contact, CRM





3, rue Castéja
92100 Boulogne Billancourt
Tél. : 01 46 10 46 60 - Fax : 01 46 10 46 61
E-mail : infos@digipay.fr
Web : www.digipay.fr

- Formation
- Recrutement

< les hommes

Frédéric LACROZE

Directeur Associé

Fabrice MOREAU

Directeur Associé

< la structure

Forme juridique : **SARL**

Montant du capital : **165 K€**

Date de création : **1996**

Implantations : **France et principaux pays industrialisés via le réseau ICMI Global Partners**

< Les compétences

L'approche

Notre unique métier est d'accompagner votre entreprise pour la **création**, l'**optimisation** et le **reengineering** de votre centre de contacts (réception d'appels, émission d'appels, e-mail, web, fax, courrier postal).

Grâce à **plus de 15 ans d'expérience**, nous maîtrisons ses 5 dimensions clés (Relation Client, RH, Organisation, Technologies, Localisation) au sein d'une approche pragmatique et opérationnelle.

L'indépendance d'esprit garante de vos seuls intérêts, l'écoute attentive de vos besoins, des **consultants dédiés** au centre d'appels, sont autant d'atouts pour la réussite de vos projets.

Plus de 120 centres d'appels ont déjà bénéficié de notre expérience des meilleures pratiques, enrichie chaque année par le **Benchmarking Call Center™** France (exclusivité).

Les prestations

Parmi nos missions les plus courantes : audit, **refonte globale**, **externalisation**, cahier des charges, choix de solutions et de fournisseurs, **tableaux de bord**, réduction des **coûts**, **coaching**...

Les technologies les plus avancées sont au cœur de nos interventions : CTI, ASP, PCBX, **Centre d'appels virtuel**, web call center, réponse **e-mail**, eCRM, VoIP...

Ce conseil avancé couvre aussi les principaux processus opérationnels (ex : **planification** des effectifs) et de gestion de la **qualité** (charte qualité, évaluation des performances et de la satisfaction, enregistrements...).

Nos préconisations s'appuient sur une **méthodologie** éprouvée et des **outils** de simulation uniques sur le marché (organisation multi-sites, routage par compétence, file universelle...).

CENTRES D'APPELS ET RELATION CLIENT

Conseil

Création

- Étude d'opportunité
- Dimensionnement
- Business Plan
- Conception détaillée

Optimisation

- Système Qualité
- Planification des effectifs
- Audit de performance
- Benchmarking
- Réduction des coûts

Reengineering

- Refonte de l'organisation (par clients, par métiers et par compétences)
- Centre d'appels virtuel
- Externalisation partielle ou complète
- Support des nouveaux canaux de relation (réponse e-mail, web call center)



D I G I W A Y



EXCLUSIF

Benchmarking Call Center™
la référence française

Formation

Formations sur mesure

- La Relation Client par téléphone
- La gestion des réclamations
- Animer et motiver son équipe
- Comment coacher ses agents
- autres thèmes sur www.digiway.fr*

Séminaires

- Comprendre le Centre d'appels
- Créer son Centre d'appels
- Les outils de la réception d'appels
- Le management de la réception d'appels
- État de l'art du Centre de Relation Client
- Le management de la réponse e-mail
- Marier Internet et Centre d'appels
- CTI au service du Centre d'appels
- Les nouvelles architectures pour votre Centre d'appels
- programmes et dates sur www.digiway.fr*