

extraits du
séminaire SeCA 1997

Bâtir son Centre d'appels



Sommaire du tutoriel



- ❑ Introduction (Fabrice MOREAU, **DigiWay Consulting**)
- ❑ Pourquoi créer un Call Center ? (Jacques PANTIN, Dictis)
- ❑ Technologies à mobiliser (Fabrice MOREAU, **DigiWay Consulting**)
 - ◆ expression des besoins
 - ◆ panorama des technologies
 - ◆ apports pour le Call Center
- ❑ Méthodologie de création (Frédéric LACROZE, **DigiWay Consulting**)
 - ◆ avant de commencer
 - ◆ étude d'opportunité
 - ◆ mise en oeuvre
- ❑ Cas Direct Informatique (Fabrice MOREAU, **DigiWay Consulting**)

Bâtir son CallCenter :

Introduction du tutoriel

Exemple d'applications

- ❑ génération de prospects, localisation de distributeurs/revendeurs, création de trafic, prise de rendez-vous, welcome call
- ❑ ventes sur catalogue, services d'urgence (112, gaz, centre anti-poisons...), banque par téléphone, déclaration de sinistres, petites annonces, collecte de dons
- ❑ Enquêtes de satisfaction , service consommateurs...

Applications d'un CallCenter

**Marketing
Action Commerciale**
31%

réservations
réception des commandes
prospection/télémarketing

**Service &
support client**
42%

service client
gestion des comptes client
déclaration de sinistres
services d'urgence
help-desk

Autres
8%

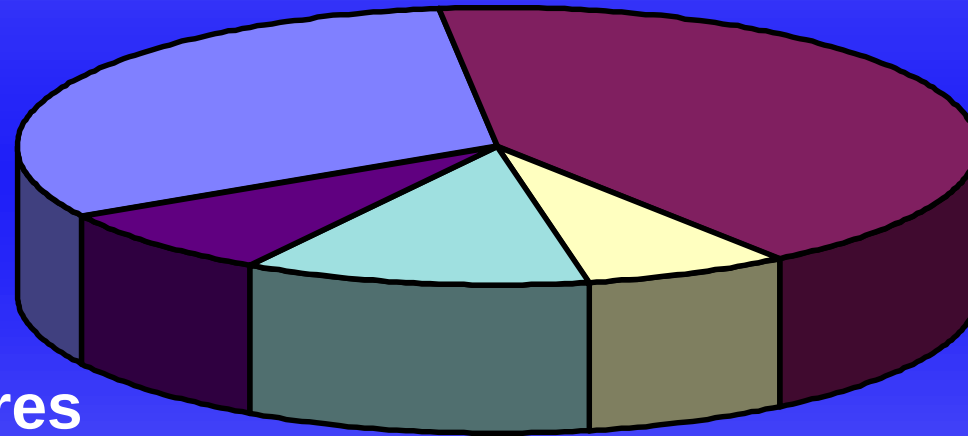
prise de messages
support des équipes SAV
planification de rendez-vous
divers

**Production
par téléphone**
12%

études de marché
recouvrement de dettes
courtage, achats

**Vente
d'informations**
7%

services d'information
renseignements téléphoniques



De la spécialisation...

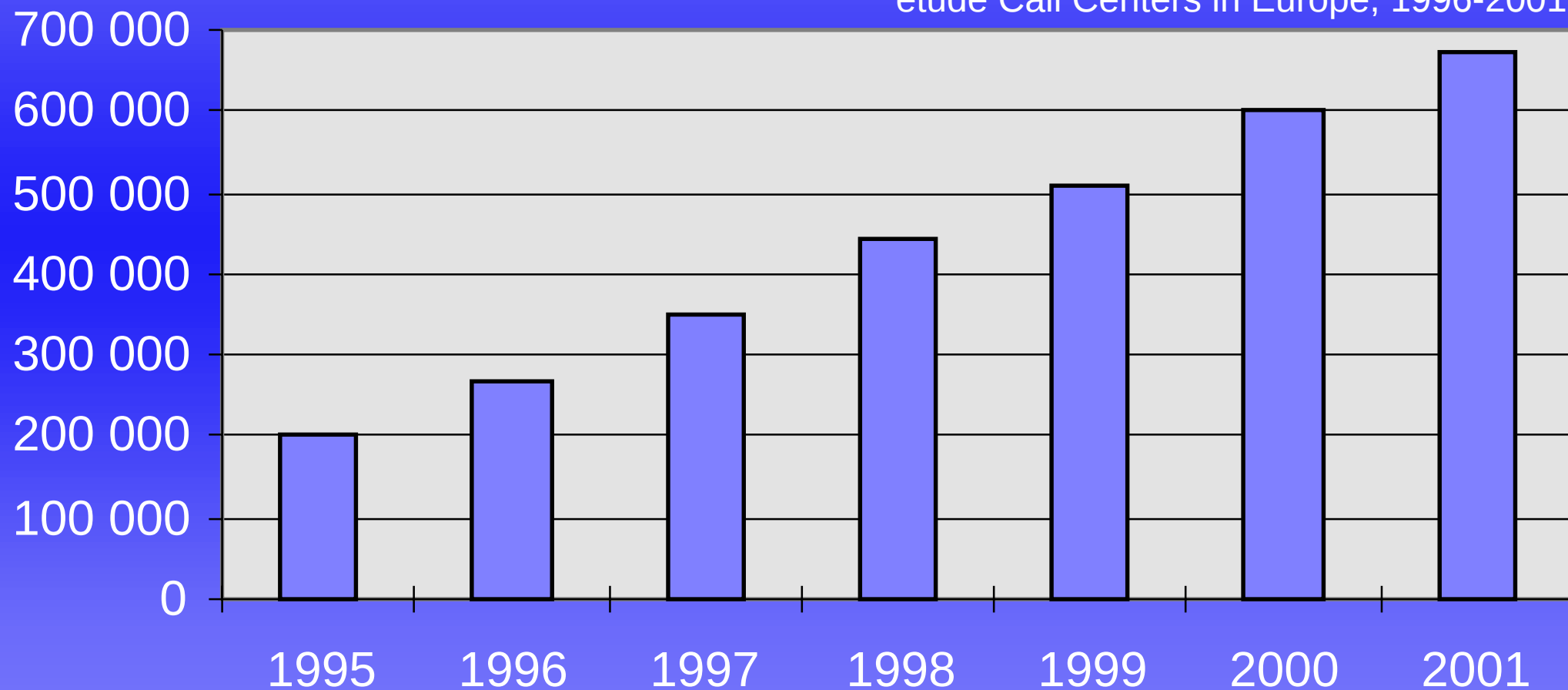
- ❑ monde du tourisme (réservations aérienne, hôtelière, automobile, assistance)
- ❑ opérateurs télécoms (renseignements, radiomessagerie, 13, 14)
- ❑ vente sur catalogue (textile)
- ❑ télémarketing
- ❑ télérecouvrement

à la généralisation !

- ❑ Banque par téléphone, assurance par téléphone
- ❑ SAV, support technique, hot-line, help-desk
- ❑ Téléfleurs
- ❑ Vente directe (informatique, électronique grand-public, consommables...)
- ❑ Commande de repas par téléphone
 - ❖ Pizza, Le centre d'appels du couscoussier...
- ❑ téléachat

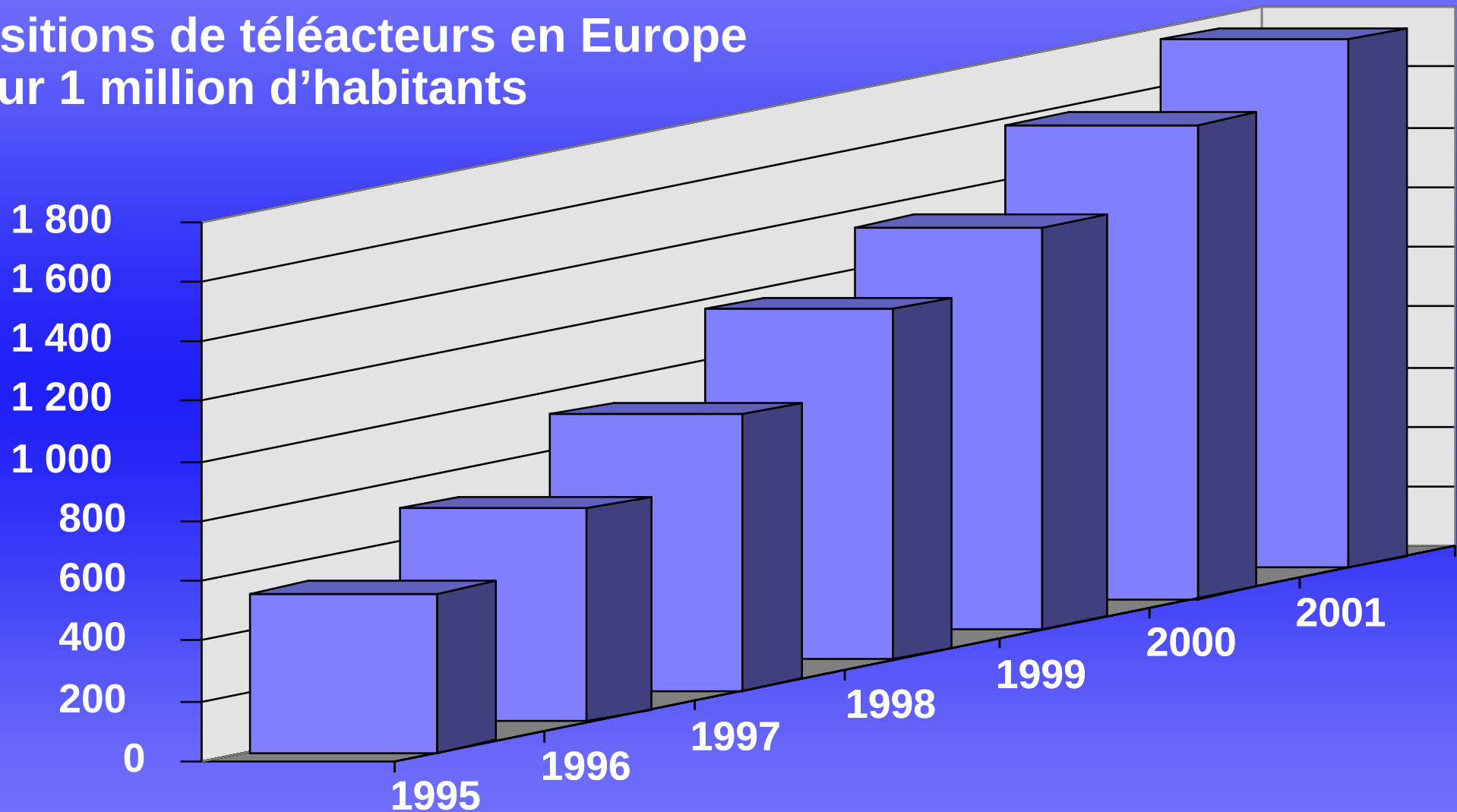
Marché en forte croissance

source : Datamonitor Automne 1996
étude Call Centers in Europe, 1996-2001



Développement inéluctable du CallCenter

Positions de téléacteurs en Europe
pour 1 million d'habitants

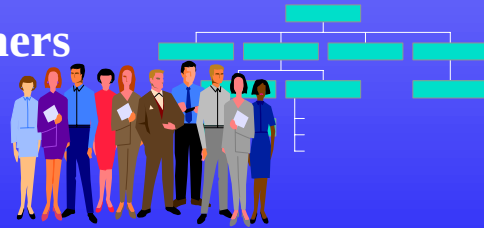


source : à partir de données Datamonitor

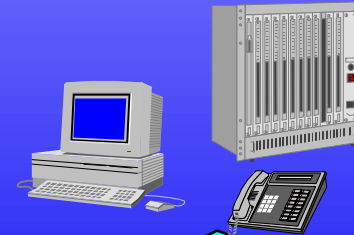
Contexte d'un CallCenter

Téléprospecteurs, Télévendeurs
Téléconseillers, Hot-liners
Superviseurs
Formateurs
Gestionnaires
Manager...

Ressources Humaines



Technologies

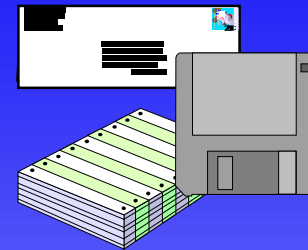


Téléphonie ACD
Serveur plurimedia
Réseau, stations
Middleware CTI
Bases de données
Progiciel métier
Applicatifs...

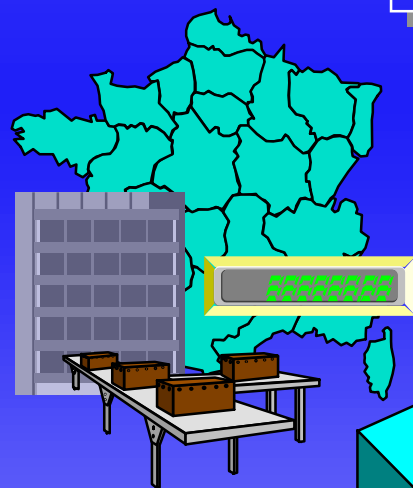
CallCenter

Logistique

Marketing



Service offert
Positionnement
Fichiers d'adresses
Ciblage, Communication, Mailing
Argumentaires, Scripts, Fulfillment...



Environnement
Mobilier spécifique
Locaux : plan, aménagement
localisation, desserte...



Deux familles de CallCenters

❑ CallCenter en réception d'appels

- ❖ N°800 en 1967
- ❖ ACD en 1973
- ❖ à l'origine, vente par téléphone

❑ CallCenter en émission d'appels

- ❖ dialer en 1976
- ❖ predictive dialing depuis la fin des années 1980
- ❖ domaine traditionnel du télémarketing

Définitions

- ❑ Equipe dont la vocation est de ***réaliser sa mission par téléphone***, que cela soit vendre, assister ou encore gérer la relation clientèle
- ❑ CallCenter formel
 - ❖ traditionnellement reconnu comme tel
 - ❖ moyens technologiques particuliers
 - ❖ organisation et management spécifiques
- ❑ CallCenter informel
 - ❖ équipe non identifiée et gérée comme telle dans l'entreprise

Programme de la journée

**Pourquoi créer
un CallCenter ?**

**Quelles
technologies
mobiliser ?**

**Méthodologie
à suivre**

**Etudes
de cas**

Jacques PANTIN
Directeur Général
DICTIS

Fabrice MOREAU
Directeur Associé
DigiWay Consulting

Frédéric LACROZE
Directeur Associé
DigiWay Consulting

Fabrice MOREAU
Directeur Associé
DigiWay Consulting

Présentation de
Jacques Pantin,
Président Directeur Général
DICTIS France

16 slides non repris dans ces extraits

Bâtir son CallCenter

Technologies à mobiliser

Relations Client



Client
Prospect



Entreprise

Marketing
Commercial
Administration
des ventes
Facturation
Après-Vente
...



Besoins Client

□ Service proposé

- ❖ contenu : informations accessibles, transactions proposées
- ❖ accès : simplicité et horaires d'ouverture étendus

□ Service rendu

- ❖ QS : appels répondus, appels sans attente, durée d'attente
- ❖ interface d'accès au système, gestion de l'attente
- ❖ réponse apportée : efficacité, convivialité, personnalisation

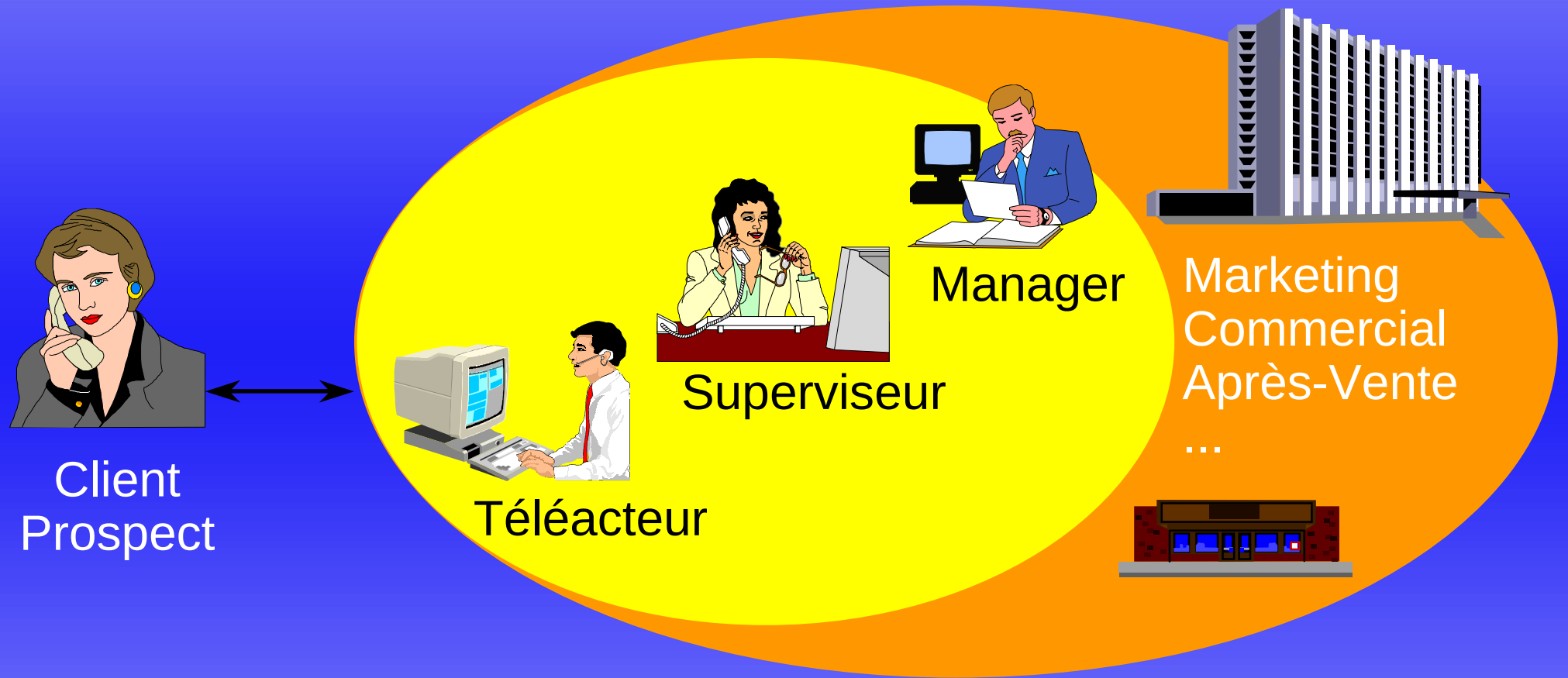
□ Conditions tarifaires

- ❖ «value for money»

Besoins d'Entreprise

- ❑ Soutenir les process de la relation Client
 - ❖ attirer, vendre, supporter, développer
 - ❖ en interaction avec Production, Finance, RH, Comptabilité...
 - ❖ sans devoir révolutionner l'organisation, la géographie...
- ❑ Préserver la rentabilité de l'entreprise
 - ❖ coût optimisé, idéalement centre de profit
- ❑ Permettre flexibilité et réactivité
 - ❖ modularité, respect de standards, middleware «isolant»

Modélisation du CallCenter



4 slides non repris dans ces extraits

Traitement d'un contact Client

**Contact
initié par
le client**

**Qualification
du
contact**

**Choix du
traitement
cible**

**Détermination
du traitement
optimal**

**Conversation
avec
le client**

**Appel
téléphonique
par un service
Réseau**

**SDA
SVI
Identification
de l'Appelant**

**CTI
Base de
données
Clientèle**

**Routage
Distribution
Automatique
d'Appels**

**Applicatifs
métiers
spécialisés**



Principales technologies du CallCenter

- ❑ Services réseau des opérateurs
 - ❖ SDA, RNIS, N°800, services Kiosque
- ❑ Systèmes téléphoniques
 - ❖ distributeur automatique d'appels, composeur d'appels, SVI
- ❑ Coopération Téléphonie Informatique (CTI)
 - ❖ APIs, middleware
- ❑ Applicatifs métiers du CallCenter

40 slides non repris dans ces extraits

Bâtir son CallCenter

De la conception à la naissance

Règles du jeu

- ❑ Votre Direction Générale a décidé d'étudier la création d'un CallCenter
- ❑ Votre mission, si vous l'acceptez ... sera de mener à bien cette étude d'opportunité
- ❑ Vous avez 15 jours pour présenter votre plan d'actions au Comité de Direction

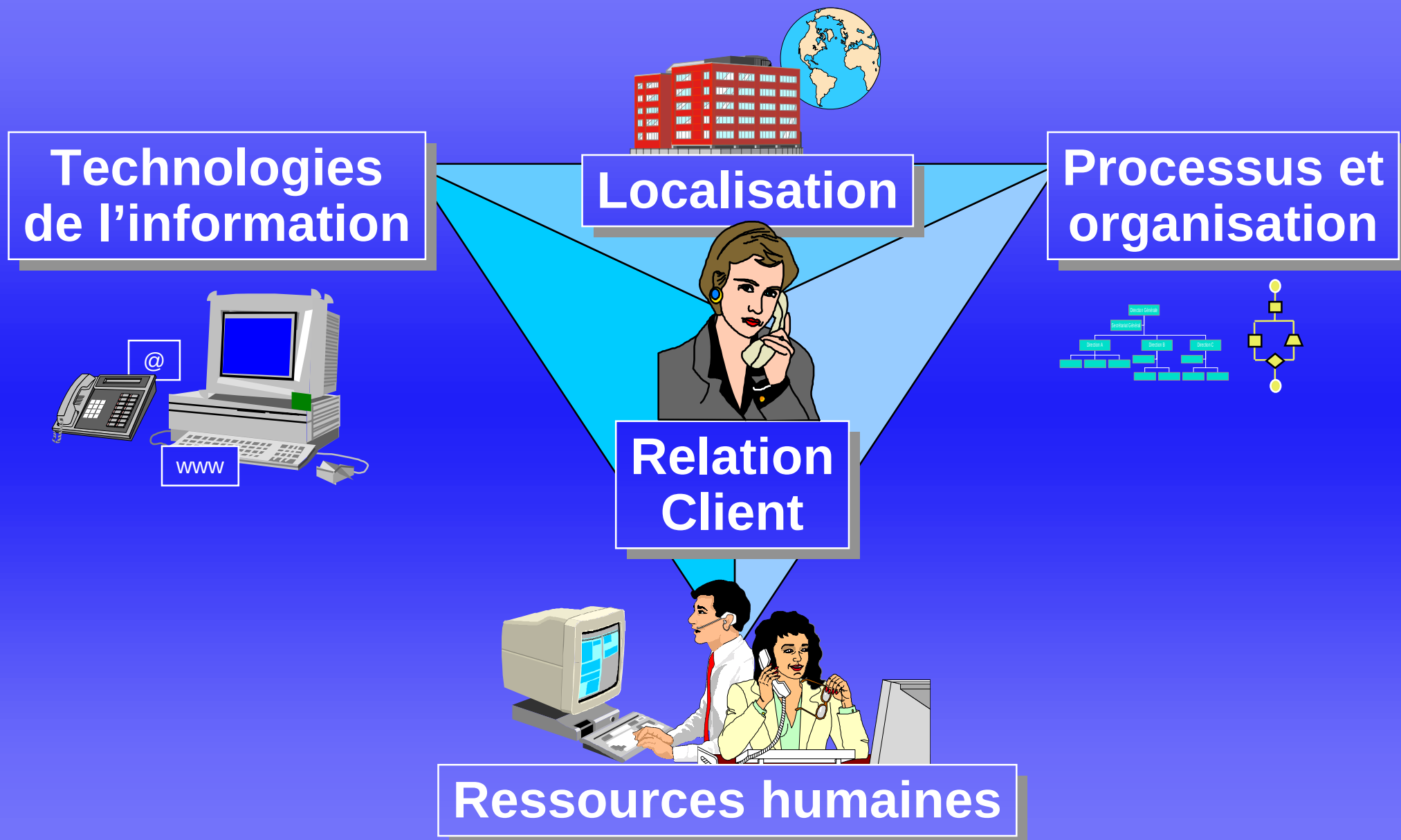
Avant de commencer...

- ❑ Quelques idées fausses
- ❑ Axes à considérer
- ❑ Organisation du projet

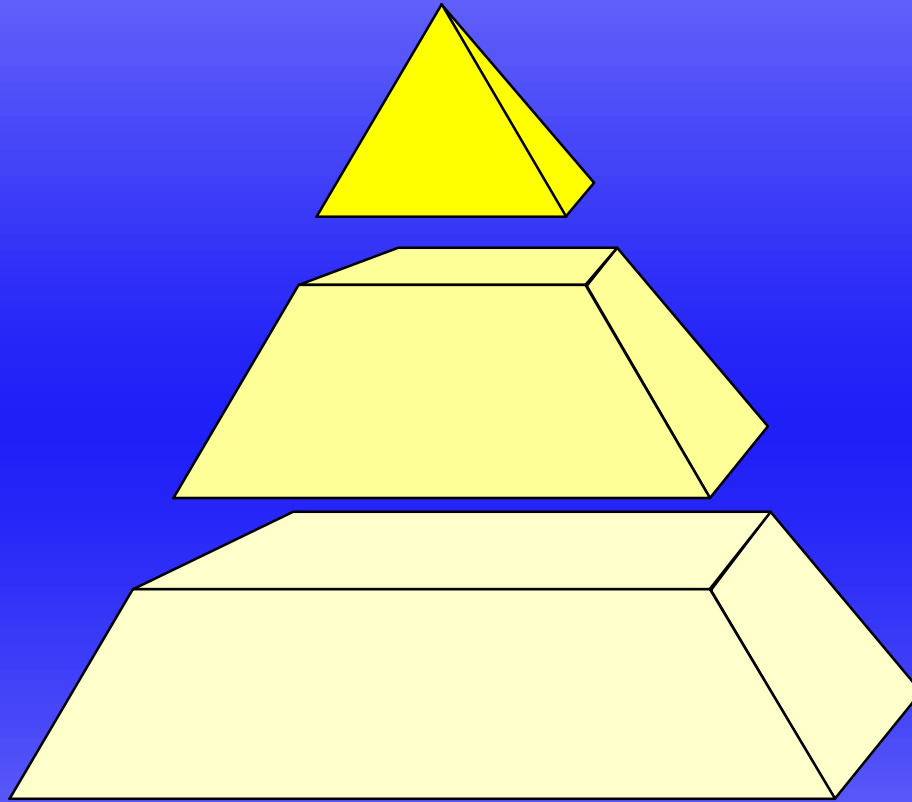
Quelques idées fausses...

- ❑ Produits par téléphone = Produits + téléphone
- ❑ Téléacteur = un employé au téléphone
- ❑ CallCenter = ACD
- ❑ Locaux disponibles = Locaux adaptés

5 dimensions clés pour un Centre d'appels



Organisation projet



- Comité de pilotage
- Equipe de projet
- Groupes de travail

Etude d'opportunité

- ❑ 1er mois : Offre et cible du CallCenter
- ❑ 2ème mois
 - ❖ Intégration dans l'existant
 - ❖ Ressources humaines
 - ❖ Autres réalisations
 - ❖ Localisation
- ❑ 3ème mois
 - ❖ Dimensionnement
 - ❖ Business Plan

9 slides non repris dans ces extraits

Business Plan

- ❑ Hypothèses retenues
- ❑ Définition des scénarios
- ❑ Investissements
- ❑ Charges et Produits



- ❑ Félicitations, votre Direction Générale a été convaincue
- ❑ Votre mission, si vous l'acceptez ...
consistera maintenant à mener à bien cette création
- ❑ Vous avez 15 jours pour présenter votre plan d'actions au
Comité de Pilotage

31 slides non repris dans ces extraits

SERVICES S.A. est heureuse d'annoncer
à ses clients et à ses collaborateurs
la naissance de son CallCenter
ce lundi 1^{er} décembre 1997 à 8H00

Mais tout reste à faire ...

- ❑ Maintenir la motivation
- ❑ Développer son potentiel humain
- ❑ Améliorer les processus
- ❑ Faire évoluer sa plate-forme technique



Direct Informatique France

(étude de cas)

Direct Informatique France en 1993

- ❑ Filiale d'un fournisseur informatique et bureautique mondial
- ❑ Portefeuille produits très étendu
 - ❖ du PC aux grands systèmes, en passant par les périphériques et les applicatifs
- ❑ Activités diversifiées
 - ❖ services depuis la maintenance à l'intégration de systèmes et le FM

Organisation en 1993

Direction Générale France

Communication

Direction Commerciale

Direction des Services

Direction des Opérations

- Ventes
- Marketing
- Administration des Ventes

- Maintenance
- Support technique
- Intégration de systèmes
- Facilities Management

- Finance
- Services Généraux
- Informatique
- Ressources Humaines
- Logistique



Environnement du marché

❑ Clientèle de grands comptes

- ❖ informatisation de la société, ouverture de nouveaux segments de clientèle

❑ Forte croissance passée du marché

- ❖ mais part croissante de produits à plus faible marge unitaire :
PC, périphériques bureautiques, consommables

❑ Contexte de concurrence exacerbée

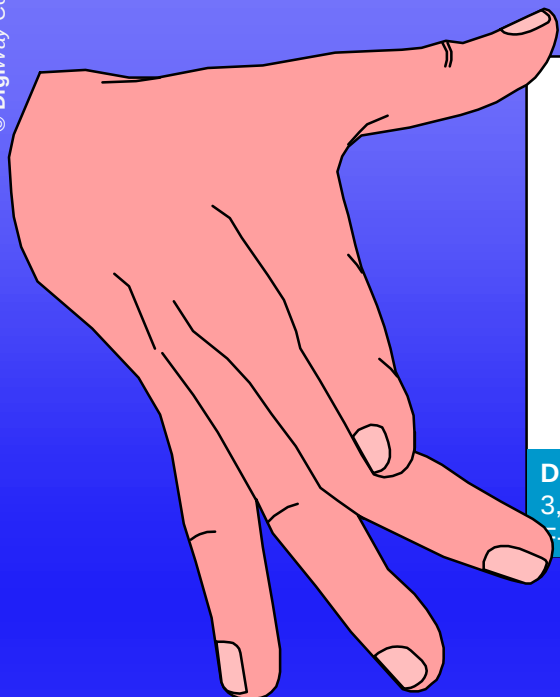
- ❖ nouveaux acteurs, compression des marges

Comité de Direction de Juin 1993

- ❑ Stagnation récente du chiffre d'affaires
- ❑ Décision de renforcer la présence commerciale
 - ❖ partenariat renforcé avec les distributeurs
 - ❖ lancer une **activité de vente à distance** sous moins de 3 mois, donc d'ici octobre 1993
- ❑ Mise en oeuvre
 - ❖ responsabilité confiée à l'administration des ventes

13 slides non repris dans ces extraits

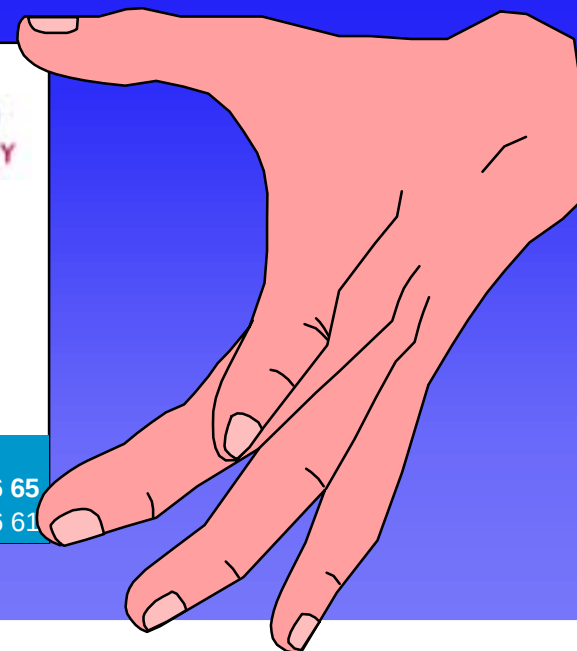
Pour nous contacter





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
---	--





Frédéric LACROZE
frederic.lacroze@digiway.fr
Directeur Associé

DigiWay Consulting 3, rue Castéja F-92100 Boulogne	www.digiway.fr tél : +33 (0) 1 46 10 46 65 fax : +33 (0) 1 46 10 46 61
---	--



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

< 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