



LA LETTRE D' INFORMATION D' ACTIVEVO N°24 - Octobre 2011

→ **Success Story**

LogePal : Au cœur du pilotage de l'assistance téléphonique



Créée en 1999, le Département Assistance Téléphonique a fêté ses 12 ans d'existence avec pour mission l'accompagnement des 11 400 points de vente. L'équipe constituée de 55 télé-conseillers recoit en moyenne 800 appels/jour sur une large amplitude couvrant les horaires opérationnels des courses.

« Certifié NF Service Centre de Relation Client en 2009, notre service se devait de se doter d'une solution de pilotage intelligente et permettant une grande richesse graphique. Nous avons, dans le cadre d'un appel d'offres, fait le choix de LogePal, solution de pilotage de la performance éditée par Activevo. », Précise David Tessier, Responsable du Département Assistance Téléphonique.

Aujourd'hui, les indicateurs dynamiques affichés correspondent à la volumétrie d'appels reçus, au nombre d'appels traités, au taux de réponse, à la durée maximale d'attente et à la qualité de service au format jauge. D'autres indicateurs comme la durée moyenne de traitement par tranche horaire devraient venir enrichir le monitoring. Les projets d'affichage permettent une succession d'écrans avec une personnalisation forte reproduisant pour partie l'identité visuelle du PMU (logo, charte graphique et fond d'écran). Le module LogeView qui permet l'affichage individuel sur le poste est utilisé par les superviseurs qui disposent de précisions sur le consolidé à la journée et sur les indicateurs dynamiques par site et prestataire.

Grâce à LogePal V4.0, les acteurs impliqués dans l'activité du centre de contacts ne disposent pas seulement d'un outil d'affichage de statistiques temps réel mais d'une solution intelligente de pilotage de la performance. Entièrement repensée, elle combine la modernité d'une interface conviviale à une puissance inégalée dans ses fonctions de calculs et d'analyse et permet la gestion d'affichage multi-média (pages web, documents powerpoint, vidéos, tableaux statistiques dynamiques, données textes, graphiques, ...) et s'interconnecte aux nouvelles générations de solutions CTI, ACD, TolP.

Sur le plateau, les écrans de pilotage de l'activité en temps réel cohabitent avec les écrans TV affichant en permanence Equidia, la chaîne dédiée à l'actualité équestre, aux analyses, aux diagnostics et aux courses. Egalement présents, des écrans de diffusion de procédures spécifiques liées aux types de matériels qui équipent les points de vente.

« Dans le cadre de ce projet, tous les acteurs ont été impliqués et les formations ont été délivrées au superviseur support métier et au responsable fonctionnel. Ainsi, les équipes sont autonomes dans l'administration de la solution. Un projet rapidement opérationnel qui a permis de dynamiser le plateau et d'apporter une aide précieuse au management. Notre objectif est de gagner en efficacité et en réactivité afin que le taux de réponse soit optimal sur la durée.», confie Christophe Cauet, Responsable Fonctionnel.

« LogePal est devenu un outil décisionnel qui nous permet d'avancer... L'impact d'un tel outil sur notre performance n'est pas négligeable et nous envisageons même dans quelques mois d'étendre la mise à disposition des données statistiques par des données métier. Nous menons une réflexion sur le type de requête souhaité afin que notre service d'Assistance Téléphonique constitue une référence technologique et mette au sein notre DSI ! », Conclut David Tessier.

[Pour en savoir plus sur ce témoignage](#)
[Pour en savoir plus sur LogePal](#)

→ **Parole d'Expert**

Comprendre l'identité professionnelle des chargés de clientèles pour optimiser le recrutement, la formation et le management de proximité en centre de relation client
Par Sylvie Cleyet – Consultante Senior

Le manque de cursus scolaires destinés aux métiers de la relation client en centre de contacts, la réputation d'un métier difficile pour les uns et envahissant pour les autres, font que l'orientation vers ces métiers se fait souvent par hasard, par chance, par opportunisme ou encore par nécessité. Il est difficile pour le service recrutement de repérer quelles sont les motivations profondes de candidature, pourtant déterminantes pour le niveau d'implication attendu pour chaque collaborateur.

Comprendre le « vrai » pourquoi un candidat souhaite intégrer une entreprise en complément d'une compréhension « du comment » il pourra réaliser sa mission s'avère déterminant. La sociologie compréhensive nous a permis d'identifier l'identité professionnelle à partir d'une expérience de formation de 3 500 télé-conseillers en France et offshore.

L'identité professionnelle est plus accessible que les ressorts psychologiques profonds, elle demande moins d'expertise, moins de temps et d'énergie d'investigation.

Cette nouvelle « grille » de lecture des aptitudes à la relation client d'un candidat est directement liée aux comportements quotidiens et apporte au recruteur des indicateurs objectifs, pour évaluer ses aptitudes à la relation client.

Elle permet également d'aller plus loin que les questions habituelles de recrutement et d'approfondir les points-clés :

- Compétences commerciales : mode de gestion des objectifs commerciaux
- Respect des règles et normes : mode de travail en entreprise
- Comportements relationnels : solidarité, propension au conflit, ...

L'identité professionnelle recouvre :

- Comment le conseiller clientèle définit son travail : « Je suis au service des clients » vs « Je suis un commercial à la prime »
- Comment il estime que son travail doit être fait : « En respectant les règles » vs « En faisant plaisir au client »
- Le périmètre de son travail : « Là où il commence, là où il s'arrête » (autonomie, responsabilité, solidarité)
- Les contreparties « normales » qu'il attend de son travail : de son manager, de son entreprise (formation, reconnaissance, salaire)
- Ses projections vers l'avenir : désirs d'évolution, ouverture au changement de métier, à l'acquisition de compétences.

L'identité professionnelle permet d'identifier les dimensions de la conception de la relation client face aux objectifs personnels de chaque conseiller clientèle :



Nous pouvons ainsi par un test simple déterminer pour chaque collaborateur un plan d'action de progression et d'apprentissage (en intégration ou en professionnalisation) en donnant de nouvelles clés de management quotidien et d'affectation aux différents types de mission vente, SAV, Service client, fidélisation ...

[Ce sujet vous intéresse, vous avez une question, un commentaire, un témoignage à apporter ?](#)

→ **Annonce Produit**

Améliorez l'exploitation de votre solution de communications unifiées Cisco avec UC Care.

Découvrez dès maintenant UC Care, la solution logicielle éditée par Activevo permettant de faciliter l'exploitation des solutions de communications unifiées Cisco.



Via une interface simplifiée, contrôlée et intégralement en français, UC Care permet à vos équipes d'assurer les tâches d'exploitation de votre solution de téléphonie Cisco. La gestion des téléphones, boîtes vocales et services utilisateurs est simplifiée et accélérée. Plus besoin d'utiliser des experts Cisco pour réaliser les opérations d'exploitation.

Les mécanismes de délégation d'UC Care permettent de répartir les tâches à réaliser entre plusieurs équipes ou encore de décentraliser la gestion de la téléphonie.

UC Care dispose également de mécanismes de synchronisation des informations utilisateurs permettant de réduire le nombre de modifications de configuration à effectuer sur l'ensemble du système de téléphonie. Ces synchronisations peuvent s'effectuer à la fois au sein des différents composants de la solution de téléphonie mais également vis-à-vis du système d'informations.

Enfin UC Care intègre des fonctionnalités permettant des services complémentaires à vos utilisateurs comme des répertoires téléphoniques multiples et différents selon les usages, l'accès aux contacts outlook depuis le téléphone, une application de filtrage patron-secrétaire simple et efficace.

[Pour plus d'informations sur la solution UC CARE](#)



Judi 17 novembre - Nanterre
Session découverte >
LogePal : Piloter la performance de votre centre de contacts

Présentation et démonstration de la solution V4.0 : un enrichissement fonctionnel sans précédent et une capacité d'analyse inégalée !

[Information, programme et inscription](#)



Mercredi 15 novembre 2011 - Paris
Séminaire de formation « La marque NF Service Centre de Relation Client, les clés pour la certification »

A l'initiative d'AFAQ-AFNOR Certification, organisme certificateur pour la marque NF Service « Centre de Relation Client » et co-animé par Activevo. Présentation des principales exigences de la certification et des apports de la solution Progress Inside dans l'obtention et le maintien de la certification.

[Information, programme et inscription](#)

Judi 14 juin 2012 - Paris
Convention-débat « Le nouveau client est-il vraiment insaisissable ?
Approches & Solutions innovantes pour une relation client à réinventer »



Activevo et Limebridge, alliance internationale de sociétés de conseil toutes spécialisées de la relation client, dédient cet événement aux dirigeants et managers chargés de définir les orientations stratégiques pour la relation client, mettre et œuvre et optimiser l'organisation ainsi que les moyens technologiques associés.

[Information, programme et pré-inscription](#)

Sommaire

- Editorial
- Success Story**
- Parole d'Expert**
- Annonce Produit
- Agenda

→ **Editorial**



Par Joseph Kort
Président & CEO

Le nouveau client est-il vraiment insaisissable ? Quelles options retenir pour une relation client à réinventer ?

Voici un thème qui en dit long ; c'est celui que portera notre convention-débat qui se tiendra le jeudi 14 juin 2012 à Paris. Un événement incontournable auquel nous associerons LimeBridge, alliance internationale de sociétés de conseil toutes spécialisées de la relation client et qui regroupe aujourd'hui dix membres à travers le monde.

Professionnels de la relation client, vous êtes à l'affût des nouvelles tendances en matière de relation client, et plus encore à l'écoute du client afin de décrypter ses usages, d'appréhender ses motivations, de décoder son langage, ses émotions, pour toujours mieux l'adresser.

Toutes les études comportementales du consommateur montrent que le processus de transformation est en marche, à un rythme toujours plus accéléré. L'usage intensif du digital aux côtés de la relation en point de vente et par téléphone pèse dans la relation entre les clients et les marques : il rend plus facile mais aussi imprévisible les décisions des clients à toutes les étapes du cycle de vie, du premier achat jusqu'à l'éventuelle résiliation.

Le service client est un acteur clé dans l'identification et la compréhension des motivations des consommateurs. Au contact des clients tous les jours, de nouveaux dispositifs innovants lui permettent de capter l'ensemble des échanges et d'en extraire des enseignements permettant de mieux adresser les clients, tout en développant toujours davantage de performance économique, à la fois dans l'optimisation des produits et services rendus, et l'identification de nouvelles pépites.

Pour découvrir les tout nouveaux leviers méthodologiques et technologiques pour une meilleure captation, analyse et mise en action des programmes de transformation de la relation client, n'attendez pas ! Réservez d'ores et déjà votre place à notre événement qui prévoit l'intervention d'experts et de praticiens, avec une priorité donnée aux retours d'expérience et débats.



Tél : +33 1 47 86 17 17
Fax : +33 1 47 86 07 01
Email : info@activevo.fr
Web : <http://www.activevo.fr>