



LA LETTRE D' INFORMATION D' ACTIVEVO

N° 11 - Janvier 2008

→ Success Story

CANAL+ a choisi Logepal Media Center pour piloter ses centres de relation clients



CANAL+ est aujourd'hui le leader de la télévision à péage en France avec plus de 10 millions d'abonnements et le premier groupe audiovisuel français avec le premier bouquet numérique de chaînes thématiques. Prêt à séduire encore plus d'abonnés, CANAL+ diffuse et commercialise ses offres au travers de son entité Distribution dont les centres de relation clients ont pour mission de répondre aux besoins des abonnés, des prospects et du réseau de distribution.

Les deux CRC basés à Rennes et à Saint-Denis sont essentiellement composés de conseillers clientèle qui traitent le commercial et la fidélisation clients ainsi que de techniciens conseils amenés à résoudre les problèmes techniques de niveau 2. Les 600 télé-conseillers couvrent l'amplitude horaire 8h/22h du lundi au samedi.

CANAL+ a très tôt fait le choix d'un outil de pilotage et de supervision des flux en faisant l'acquisition de la solution Logepal Media Center, solution éditée par Activevo. Elle offre une vision opérationnelle en temps réel et permet d'accroître productivité et performance tout en optimisant la relation clients. Autant d'atouts dont Canal + se fait l'écho : Plus d'une centaine de licences et plusieurs dizaines de panneaux ont été mis en œuvre par Activevo chez CANAL+ et ses prestataires externes avec une forte personnalisation à son métier et à son environnement.

« Nous affichons essentiellement des statistiques de types appels présentés, abandonnés, répondus, dissuadés, ainsi que le pourcentage de la qualité de service. Des messages opérationnels sont également diffusés ponctuellement. » Précise Jean-Marc Calandras, en charge des plateformes SVI & routage des appels chez Canal+.

Grâce à Logepal Media Center, nous bénéficions d'une vision globale, déclinée par site. Au travers de la centralisation de l'information, le pilotage est simplifié et nous permet un haut niveau de réactivité. C'est une application vitale, essentielle voire critique ! » Confirme Jean-Marc Calandras.

Demain, nous mettrons l'accent sur la sécurité et sur la génération de metrics à destination des équipes d'exploitation ; ainsi nous affinerons les vues et effectuerons des vérifications de comportement de flux sur plusieurs sites. Puis, suite à la fusion CANALSAT/TPS, un nouveau challenge nous attend en 2008, celui de gérer avec la même efficacité une plus grande volumétrie d'appels, à savoir 14 millions d'appels entrants !

23 Pour en savoir plus sur la solution Logepal Media Center

Sommaire

- Editorial
- Success Story
- Parole d'Expert
- Focus Certification
- Agenda

→ Editorial



Par Joseph Kort Président & CEO

Les clés du pilotage

Volumétrie, effets de pointe, niveaux de service, impondérables, qualité des processus, formation des opérateurs,... autant de paramètres à maîtriser et de challenges à relever habilement pour le centre de contacts clients.

Le téléphone et par extension le centre de contacts a su progressivement gagner ses lettres de noblesse en jouant un rôle stratégique et clé au sein de l'entreprise. Aujourd'hui, le bouillonnement d'innovations technologiques associé aux exigences accrues du « consommateur » a révélé une vérité : celle d'opérer les bons choix, de répondre aux besoins et de les anticiper. Le pilotage temps réel au travers de la visibilité des indicateurs est essentiel pour suivre la charge instantanée d'activités, gérer les priorités, coordonner les actions, optimiser l'utilisation des ressources disponibles et surtout pour atteindre les objectifs de productivité et de qualité de service !

Piloter par la performance sans occulter le sens qualitatif demeure le secret bien gardé d'un pilotage efficace : la corrélation est forte entre la satisfaction interne (celle des agents) et celle des clients. Mais considérer la satisfaction du conseiller ou le comportement du client, son appétence par exemple ne suffit pas ! Le niveau de service, de satisfaction client, les aspects de planification et de prévision sont également des indicateurs de pilotage à maîtriser impérativement !

La productivité est aujourd'hui globalement maîtrisée grâce aux technologies de routage et de flux, une nouvelle étape s'impose : celle d'améliorer la qualité de traitement pour continuer à développer la performance globale ! Un nouveau et non moins noble challenge pour cette année 2008 !



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

→ Parole d'Expert

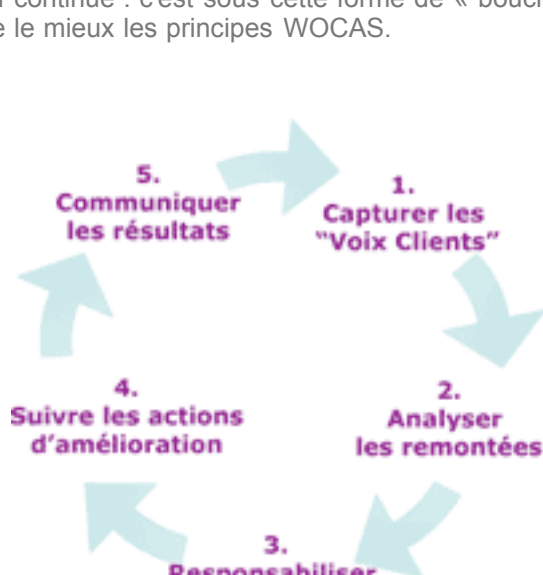
WOCAS : L'écoute client au centre de l'amélioration continue
Par Edouard Steinert, Consultant Senior – Activevo Business Consulting

Dans la dernière newsletter Activevo, j'ai proposé un article intitulé « Efficacité de la relation client : Arrêtons de soigner les symptômes ». Cet article revenait sur le constat unanimement partagé qui fait du client final une source précieuse de remontées d'informations et de problèmes, alors que ces mêmes données sont encore très peu souvent exploitées de manière systématique par les acteurs de l'entreprise qui pourraient agir sur les remontées des clients.

Ainsi, les employés au contact des clients (conseillers clientèle, vendeurs...) sont le plus souvent isolés par rapport au reste de l'entreprise, et ne disposent d'aucun moyen pour résoudre par eux-mêmes le fond des problématiques vécues par les clients. En fait, il manque une analyse systémique et une action conjointe entre le Service Clients et les autres services concernés comme le marketing, la facturation, le SAV etc...

Le processus WOCAS qu'Activevo et ses partenaires de l'alliance internationale LimeBridge ont mis au point est un moyen efficace pour mieux écouter ses clients. Il permet de mettre en lumière des remontées des clients pertinentes, de les quantifier, de les prioriser et d'alerter ceux qui peuvent neutraliser de façon pérenne les problématiques identifiées.

Le processus WOCAS s'inscrit pleinement dans une logique d'amélioration continue : c'est sous cette forme de « boucle vertueuse » que s'exprime le mieux les principes WOCAS.



1. La première étape du processus est de « capturer » la voix des clients. Cette étape consiste à formaliser dans un outil spécifique WOCAS, une problématique ou information donnée régulièrement par les clients et d'y apporter des précisions quant à la gravité perçue et la fréquence de signalement.
2. Ces voix clients sont ensuite transmises automatiquement vers une personne chargée de les traiter pour constituer des « dossiers » de voix similaires. L'analyse des voix en nombre, fréquence et gravité permet de dégager des dossiers prioritaires. Dans ce cas, ils sont affectés à un responsable de dossier chargé d'étudier les solutions correctrices à mettre en œuvre.
3. Chaque responsable de dossier a la charge d'analyser avec sa vision métier les dossiers qui lui sont confiés, et de faire des propositions de résolution en précisant les coûts liés. Il défendra ensuite ses solutions auprès du comité WOCAS chargé de valider les actions liées au processus.
4. Dès lors qu'une action est validée, le responsable de dossier assure un rôle de suivi et de pilotage des tâches liées à la résolution. Durant cette phase, l'outil WOCAS lui permet de communiquer auprès de l'ensemble des acteurs du processus concernés sur l'avancement des actions de résolution.
5. Pour maintenir la dynamique indispensable à ce processus d'amélioration continue, il convient de tenir l'ensemble des acteurs « dans la boucle » et surtout au niveau des conseillers clientèle qui sont à l'origine des remontées clients. En tenant les conseillers de clientèle informés sur les résolutions en cours et les résultats obtenus, ces derniers sont valorisés et encouragés dans la poursuite de la démarche.

Ainsi, le processus WOCAS, une fois instauré, place véritablement le client au centre des préoccupations, valorise les entités « Frontline » tout en fédérant l'entreprise autour d'un cercle vertueux d'amélioration continue.

Concrètement, ce processus WOCAS est opérationnel et porte ses fruits chez des grands noms européens tels que Norwich Union (Groupe Aviva), Vertu (marque haut de gamme de téléphones portables) ainsi que la Dresde Bank.

Si vous souhaitez en savoir plus et recevoir notre Livre Blanc « WOCAS : comment (vraiment) écouter ses clients ? », n'hésitez pas à nous contacter !

23 Ce sujet vous intéresse, vous avez une question, un commentaire, un témoignage à apporter ?

→ Focus Certification

Valorisez votre relation client, certifiez votre entreprise ! Qu'est ce que la norme NF Service « Centre de Relation Client » NF X50-798 ?



La norme NF Service « Centre Relation Client » NF X50-798 s'inscrit dans une dynamique d'amélioration continue de votre service client, dans une démarche de professionnalisation de l'activité et de valorisation de votre relation client. Publiée en juillet 2003, cette norme française a rapidement sensibilisé les acteurs de la relation client, qu'il s'agisse des centres d'appels internalisés ou externalisés. Aujourd'hui 9 entreprises sont certifiées* (dont 4 outsourceurs).

Pourquoi se faire certifier ?
Côté client, l'obtention de la norme NF Service « Centre Relation Client » est gage d'un service fiable et valorise la qualité de la prestation, c'est un élément fort de différenciation sur le marché.

Comment se faire certifier ?
Activevo accompagne les entreprises à toutes les étapes de la démarche de certification. Des consultants experts vous guident dans la conduite de ce projet en vous proposant un accompagnement opérationnel et sur mesure, adapté à la maturité et aux besoins de votre CRC.

La demande de certification débute par un diagnostic permettant d'identifier les écarts avec les exigences de la norme NF X50-798. Sur la base de ce diagnostic, un plan d'action est dessiné et mis en œuvre.

Vous pouvez vous inscrire dès aujourd'hui au prochain séminaire de présentation de la norme NF Service « Centre Relation Client » NF X50-798, le 19 mars 2008 co-animé avec Arnaud Félix (ingénieur certifié Afaq-Afnor).

*Sont actuellement certifiés : Acticall, Intra Call Center, Aviva Direct, Web help, Bouygues Télécom Périmètre « Forfait Grand Public », Caisse d'épargne Ile de France Paris, CNED, Sociétés Générale « Direction de la Distribution-Canaux à distance », Eos Contact Center.

23 Pour en savoir plus sur la certification

Agenda

Mardi 12 février 2008 : Petit-déjeuner Activevo – Colt
Centre de contacts : répondre aux enjeux de la qualité de service
Les évolutions de la réglementation pour les services clients
La norme Afnor NF Service Centre de Relation client, comme un levier pour satisfaire aux nouvelles exigences de vos clients
Comment une solution opérateur peut faciliter l'atteinte de vos objectifs de qualité de service ?

Activevo introduira cette session et proposera un éclairage sur les nouvelles dispositions légales pour le développement de la concurrence au service du consommateur et fera le point sur les démarches de qualité et les processus d'amélioration continue des centres de relation clientèle et services clients.
Information, programme et inscription : info@activevo.fr

Mercredi 19 mars 2008 : Séminaire de formation « la norme NF Service Centre de Relation Client, les clés pour la certification »
A l'initiative d'AFAG-AFNOR Certification, organisme certificateur pour la norme NF Service « Centre de Relation Client » et co-animé par Activevo.
Information, programme et inscription : info@activevo.fr

