



→ Success Story

XIRING : Une démarche commerciale performante pour accompagner la croissance



XIRING, éditeur de solutions de sécurité pour les transactions à distance adresse principalement les secteurs de la banque et de la santé. En progression continue depuis 2004, XIRING a réalisé un chiffre d'affaires 2007 de 23.8 M€, en croissance de 86% par rapport à 2006 (12.8M€). XIRING a pris cette année le leadership sur le marché européen des solutions d'authentification forte à base de carte à puce, pour sécuriser la banque à distance et le e-commerce.

Avec 10 millions de consommateurs équipés fin 2007 en Europe, ce marché est promis à une très forte progression dans les années qui viennent : En 2010, on prévoit 60 millions de consommateurs équipés.

Fort de cette croissance continue, XIRING a décidé, en 2006, de faire évoluer son process commercial afin d'accroître sa performance.

« Il nous fallait une approche commerciale centralisée et coordonnée ! », précise Jean-Philippe Michel, Vice President, Sales. « Un cycle de vente long – entre un an et un an et demi –, la gestion de plus de 30 pays, la multiplicité des contacts décideurs et prescripteurs, l'historisation des interactions, étaient autant de spécificités liées à notre métier qui nécessitaient d'être prises en compte lors de notre projet d'optimisation de la démarche commerciale ».

XIRING confie alors son projet CRM à Activevo. Un projet qui va comporter une phase pilote de plusieurs semaines avant le déploiement à l'ensemble de forces commerciales.

« Activevo a compris notre métier, analysé nos contraintes et nos exigences. Le passage de relais entre les différentes équipes technologiques et fonctionnelles s'est fait en toute transparence, garantissant ainsi la réussite du projet », poursuit Jean-Philippe Michel. Et de conclure : « La solution nous est utile à plus d'un titre : le partage d'une base de connaissances des clients/prospects, la vision synoptique et la traçabilité de toutes les interactions par compte client et enfin le reporting avec la génération des rapports personnalisés. »

Prochaine étape : Intégrer des règles de workflow à la solution existante pour accroître l'automatisation de certaines tâches.

➤ Pour en savoir plus sur ce témoignage client

→ Parole d'Expert

A la recherche de la Juste Qualité

Par **Frédéric Jurain – Directeur Associé - Activevo**

« Six Sigma » ou « Lean » sont des démarches qualité issues du monde industriel qui ont donné des résultats remarquables. En adoptant ces principes, de nombreuses sociétés ont su se transformer pour créer des produits de meilleure qualité, plus rapidement et avec moins de main-d'œuvre et de capitaux.

En matière de Relation Clients, la recherche de la qualité est également un enjeu majeur. C'est devenu aujourd'hui une préoccupation permanente pour les entreprises soucieuses de toujours mieux satisfaire leurs clients. Pour autant, comme dans le domaine industriel, le développement de la qualité de service doit d'une part respecter les objectifs de production et de contrôle des coûts et d'autre part renforcer la création de valeur dans le cadre du modèle économique et de la stratégie de l'entreprise. L'objectif est donc bien de rechercher la qualité optimale pour l'entreprise et ses clients.

Peut-on atteindre cette « Juste Qualité » ? A vous de répondre. Il est en tout cas possible de chercher à l'approcher du mieux possible. Mieux : c'est justement le mot clé. Il doit être dans tous les esprits, à tous les niveaux de l'organisation. L'objectif change. Fini le « faire-plus-avec-moins ». Il faut désormais penser « faire-mieux-pour-moins ». Partout, tout le temps.

Plus facile à dire qu'à réaliser ? Sûrement. Toutefois la « Juste Qualité » ne doit pas être vue comme un projet à mener. C'est une nouvelle approche du management, une démarche continue qui intègre « l'amélioration » au cœur des processus de « production » et met en place des cercles vertueux. Prenons deux exemples.

Le traitement des réclamations est souvent un sujet sensible. Comment gérer au mieux un client réclamant ? Résoudre efficacement son problème et lui faire preuve de la reconnaissance qu'il attend ? Admettre l'erreur et lui proposer une compensation adaptée à son profil ? Oui, bien sûr. En plus, il est logique de penser qu'il faut aussi analyser les causes des réclamations et agir en amont sur l'origine première des problèmes, pour éviter à l'avenir d'autres réclamations. L'objectif d'évolution du processus de « traitement des réclamations » n'est plus de traiter les cas de réclamations au meilleur coût avec le meilleur taux de réussite (faire plus avec moins), mais de mettre en place les mécanismes efficaces de remontée aux causes amont et de leur traitement systémique pour avoir le moins possible de réclamations (faire mieux pour moins).

Les lois d'Erlang l'ont démontré : la durée moyenne de traitement (DMT) est un paramètre clé pour garantir un niveau de service fixé aux appelants d'un centre de contacts. Maîtriser ce temps moyen de traitement nécessite des efforts permanents de suivi et de formation des téléconseillers pour qu'ils puissent répondre à la demande des clients le plus efficacement possible. Les systèmes de Quality Monitoring sont pour cela un atout précieux. Ils automatisent l'enregistrement de conversations téléphoniques dans des situations prédéfinies, ils permettent aux superviseurs et managers d'évaluer plus facilement et plus souvent les performances des téléconseillers. Ils apportent aux téléconseillers la possibilité de s'auto-évaluer, facilitent le suivi de leurs objectifs personnels et leur montée en compétence. Intégrés avec une solution de planification et de e-learning, les solutions de Quality Monitoring sont des outils très performants pour accroître l'efficacité de tous les acteurs d'un centre de contacts. Il serait par contre dommage de focaliser l'utilisation de ces outils uniquement sur la maîtrise des processus et du temps moyen de traitement (faire plus avec moins). Il est aussi possible – et souhaitable – de s'intéresser par exemple à des aspects tels que la résolution au 1er contact, l'incitation ou l'accompagnement des clients à l'utilisation des moyens de self-service, le respect de la codification des contacts, la qualité des données saisies, la qualification et l'identification des causes à l'origine des appels des clients, ... Tous ces sujets partagent le même principe : accepter de passer plus de temps avec le client lors du contact (au détriment de la sacro-sainte DMT) afin de mieux répondre à la demande du client, à mieux le renseigner et l'accompagner, à mieux analyser l'origine de son problème et donc éviter à l'avenir d'autres contacts. Là encore, faire mieux pour moins.

Au sein de l'alliance internationale LimeBridge, dont Activevo est le membre représentant en France, nous constatons un intérêt grandissant pour les approches de « Juste Qualité » dans la Gestion de la Relation Client. Tant mieux, car les résultats sont là. Améliorer la qualité et réduire les coûts de service de 20% par an, c'est possible. Alors, chiche ?

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

→ Label Innovation

La capacité d'innovation d'Activevo reconnue par Oséo Anvar

Activevo obtient le label



Activevo annonce l'obtention du label « Innovation » Oséo Anvar dans le cadre du projet de développement d'un tout nouveau produit baptisé « RefleXion ». Cette solution logicielle innovante propose une réponse pertinente aux problématiques spécifiques de pilotage de la performance dans les centres de contacts clients.

Les moyens actuels mis à disposition des responsables opérationnels ne répondent que partiellement au besoin de pilotage, car ils sont souvent peu adaptés à un suivi et une analyse en temps réel ou alors n'offrent qu'une vue partielle de la « performance instantanée ». De plus, les sources d'information sont extrêmement nombreuses pour intégrer tous les indicateurs de performance dans un tableau de bord global.

« RefleXion », solution francophone multimédia d'analyse et de pilotage de la performance pour centre de contacts clients, est particulièrement adaptée à l'environnement social et managérial et prend en compte le cycle de pilotage de la performance dans son intégralité et les 4 étapes successives : Mesurer, Analyser, Décider et Agir.

« Grâce à « RefleXion » qui verra le jour dans les prochains mois, nous démontrons une fois de plus notre capacité à comprendre et à répondre aux problématiques nouvelles des centres de contacts autrefois liées à la capacité de traitement, aujourd'hui et demain focalisées sur l'optimisation, le management et le pilotage. L'obtention de ce label salue la politique d'innovation et de recherche menée de façon ininterrompue par nos équipes et conforte notre différenciation et valeur ajoutée sur le marché de la relation clients », déclare Joseph Kort, Président & CEO d'Activevo..

➤ Pour en savoir plus sur le label innovation

Agenda	
	Mardi 31 mars 2008 de 9h00 à 18h00 : Séminaire de formation S1 – Salon SeCA Paris Expo / Porte de Versailles
« Mesurez et améliorez la satisfaction de vos clients » Journée et ateliers co-animés par Activevo.	
	Accès Payant Information, programme et inscription : info@activevo.fr
	Jeudi 15 mai 2008 à 14h00 : Séminaire co-animé par Activevo, Genesys et Telisma Atelier BNP Paribas/Paris
« La puissance du self service et des services vocaux automatisés. » Information, programme et inscription : info@activevo.fr	

Sommaire

- Editorial
- Success Story
- Parole d'Expert
- Label Innovation
- Agenda

→ Editorial



Par **Joseph Kort**
Président & CEO

L'innovation saluée

Acteur de référence sur le marché du management de la relation client et du centre de contacts, Activevo n'a cessé depuis quinze ans d'apporter des réponses pertinentes aux problématiques liées à la performance des centres de contacts clients. Depuis sa création en 1993, Activevo se consacre à la relation clients en développant des solutions spécifiques métiers relatives au management reporting ou à la navigation d'applications CRM.

En 2008, Activevo franchit une nouvelle étape, celle de lancer le développement d'un tout nouveau produit baptisé « RefleXion », projet largement salué par l'obtention du label Innovation Oséo Anvar. Cette solution multimedia d'analyse et de pilotage de la performance pour centre de contacts clients permet à Activevo d'apporter une contribution significative aux enjeux liés au management et au pilotage de l'activité opérationnelle : Des composantes qui demeurent critiques dans l'atteinte de la performance et du respect des engagements de qualité de service pris auprès des clients. Car, au-delà des solutions technologiques qui permettent l'automatisation de certains traitements, le métier du Service Client reste un métier largement dominé par la dimension humaine...

Bravo à « RefleXion », un concentré d'innovation ; la solution de demain qui bénéficiera à l'ensemble des acteurs du centre de contacts ; solution paramétrable et personnalisable conçue pour s'adapter à chaque organisation opérationnelle et à chaque environnement technique.

Ainsi, Activevo poursuit sa dynamique d'innovation et affiche avec une certaine fierté sa contribution à la croissance économique et à la vitalité du marché !



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