

→ Success Story

**L'enjeu : limiter ses coûts tout en simplifiant les mouvements au sein des agences**



La société Randstad, acteur mondial sur le marché des ressources humaines et implanté en France depuis 1973, connaît depuis deux ans un fort développement dans l'hexagone. Cette croissance, de l'ordre de 20% par an, entraîne des restructurations organisationnelles fréquentes, avec la création, le déplacement ou le déménagement d'agences sur l'ensemble du territoire. La complexité de déploiement induite par ces changements et l'accroissement des coûts téléphoniques liés à l'augmentation du personnel nécessitent de trouver une solution de communication économique et pratique, permettant à terme de développer de nouvelles fonctionnalités..

En 2005, Randstad retient Cisco pour faire évoluer son réseau. Un choix déterminé par l'évolutivité des technologies proposées, la pertinence des solutions, permettant d'intégrer de nouvelles fonctionnalités au fur et à mesure, et la possibilité de mettre en place une maintenance centralisée. Parallèlement, Randstad équipe son réseau de solutions de sécurité PIX et ASA, d'une dizaine de bornes Wi-Fi destinées à la mobilité des assistantes du siège, d'un VPN sécurisé permettant à certains salariés de se connecter au réseau en dehors des locaux et de centres de contacts internes et externes. Après un démarrage progressif, le déploiement s'est accéléré en 2007 et devrait être finalisé à la mi-2008, ce qui représentera à terme 120 agences équipées.

Quant aux centres de contacts...

« Nous avons déployé deux centres de contacts regroupant 15 positions, l'un destiné à répondre aux demandes les plus courantes de nos utilisateurs et l'autre dédié aux clients, qui nous permettent de passer et de réceptionner des appels en masse. Grâce aux solutions Cisco, nous sommes en mesure de mener des actions auprès de nos intérimaires en ouvrant rapidement un nouveau numéro. Nous avons ainsi une réactivité beaucoup plus forte par rapport aux éventuelles demandes du siège ou des agences. », précise Jacky Niglio, Responsable système et réseau informatique chez Randstad.

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

→ Parole d'Expert

**Technologies vocales ? Dites OUI !**  
Par Frédéric Jurain – Directeur Associé - Activeo

Les technologies vocales font aujourd'hui partie de notre quotidien. Pourtant, beaucoup d'entreprises restent frileuses ou carrément réfractaires à leur utilisation en matière de Relation Clients. Avec un argument imparable : Nos clients méritent mieux qu'un serveur vocal !!!

Est-ce vraiment certain ? Le bon choix n'est-il pas au contraire de proposer aux clients des services vocaux de qualité, à même de faciliter et d'améliorer la Relation Clients ? D'accord me direz-vous, mais comment bâtir et mettre en œuvre une « stratégie vocale » gagnante ?

Voici quelques principes qui vous y aideront.

**Penser « Service au client »**

En matière de Relation Client, les technologies vocales sont principalement utilisées soit pour qualifier la demande d'un client pour aiguiller son appel vers le bon interlocuteur, soit pour fournir des informations ou effectuer une transaction sans intervention humaine. Dans les deux cas, l'objectif recherché est de rationaliser l'organisation des centres de contacts et de réduire les coûts.

Il ne faut toutefois pas se limiter à une vision purement interne, et au contraire intégrer la vision client dès la genèse du projet. Quels sont les avantages apportés aux clients, dans quelles situations ? Cela permettra-t-il d'apporter des réponses et traiter leurs demandes plus simplement, plus efficacement ? Comment personnaliser les échanges et les traitements pour optimiser l'ergonomie ? Comment communiquer auprès d'eux sur ces nouveaux avantages et accompagner le changement ?

Prenons l'exemple d'une société de distribution de matériaux qui doit faire face à des flots d'appels importants de clients qui veulent une confirmation de la date de livraison. Cette société a décidé de mettre en place un serveur vocal interactif (SVI) pour traiter ce type d'appels. L'avantage pour les clients : pouvoir connaître la date de livraison facilement 24h/24. On peut imaginer un accompagnement et une mise en place progressive, d'abord uniquement lorsque le centre d'appels est fermé, puis ensuite proposer le service vocal à tous les clients appelants dès lors qu'un appel doit être mis en attente.

**Oser la reconnaissance vocale**

Les technologies de reconnaissance vocale ont atteint aujourd'hui une maturité technique et sont de plus en plus fréquemment utilisées. D'ici 2010, on estime qu'environ 40% des applications vocales recourront à la reconnaissance vocale. La raison est que cette technologie permet de concevoir des échanges homme-machine beaucoup plus riches qu'avec les traditionnels chiffres DTMF.

A condition d'adopter une approche de conception de l'ergonomie de l'application adaptée à « la reco », il est fréquent de constater un gain de 15 à 20% en taux d'usage abouti (l'utilisateur a mené au bout sa transaction avec le serveur vocal) par rapport à une application classique en DTMF.

Dans notre exemple, la reconnaissance vocale permettrait ainsi de qualifier la demande du client plus facilement et si « délai de livraison » est prononcé, transférer l'appel vers le serveur vocal. Ce dernier pourrait alors demander si la confirmation de livraison est souhaitée pour la dernière commande passée, ou la plus ancienne, ou pour toutes les commandes, évitant ainsi la saisie d'un n° de commande sur le clavier du téléphone.

**Etudier les usages et optimiser les échanges**

Une application vocale doit aussi évoluer dans le temps. Il faut « écouter » les échanges SVI, comme on écoute et évalue la qualité des interactions entre un client et un conseiller de clientèle. Une telle écoute et analyse régulière des échanges SVI permettra d'identifier que certains messages ne sont pas assez clairs, ou pas assez personnalisés, ou encore que l'arborescence n'est pas bonne.

Dans le cas de notre société de distribution de matériaux, une analyse des comportements des clients aura permis d'identifier après plusieurs semaines de mise en service que le message d'accueil n'était pas assez incitatif. Une modification vers un message plus ciblé et plus clair a ensuite donné de meilleurs résultats.

**Obtenir l'adhésion des téléconseillers**

Technologies vocales et centre de contacts ne doivent pas être opposés, et au contraire vus et gérés comme des canaux complémentaires. Il est tout aussi fondamental d'obtenir l'adhésion des conseillers de clientèle à l'utilisation de ces technologies. Dans le cas contraire, un manque de communication auprès des téléconseillers les conduira souvent à considérer le serveur vocal comme une machine « ennemie » qui traite les appels à leur place !

Or, le développement de l'utilisation de nouveaux services vocaux nécessitent une promotion active des téléconseillers auprès des clients, pour informer ces derniers sur les avantages et les inciter à essayer le service. Pour cela, il est essentiel que les conseillers comprennent que le serveur vocal les déchargera d'appels répétitifs et fastidieux à faible valeur ajoutée, et que leur métier n'en sera donc que plus valorisant.

Ainsi, on peut imaginer le discours suivant d'un conseiller de clientèle de notre société de distribution de matériaux avec un de ses clients :  
« *Votre commande sera bien livrée demain matin avant 10h comme prévu. Savez-vous que vous pouvez désormais nous appeler 24h/24, et qu'un serveur vocal pourra très facilement vous confirmer les délais pour les commandes en cours. Il suffit de se laisser guider, et si vous me communiquer votre numéro de téléphone portable, nous n'aurez aucun code à rentrer pour vous identifier !* »

Alors, n'hésitez plus. Pour les technologies vocales : dites Oui !

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

→ Actualité partenariat

**Verint : premier éditeur de solutions de WorkForce Optimisation pour centres de contacts**



Différentes enquêtes d'analyses de marché\* confirment le leadership occupé par notre partenaire technologique Verint.

De plus en plus d'entreprises font le choix de solutions de l'offre Verint Witness Actionable Solutions, qui continue sa progression en parts de marché dans tous les secteurs :

- Planification et optimisation des effectifs : 47% de parts de marché
- Études analytiques des activités : 47% de parts de marché
- Quality Monitoring : 61% de parts de marché
- Management de la performance : 57% de parts de marché
- Formation et eLearning : 40% de parts de marché

\* Pour toute information complémentaire concernant les rapports cités, visitez le site [Datamonitor](#) ou le site [Term Systems](#).

 [Pour en savoir plus sur les démarches qualité](#)

Agenda



**Mardi 8 juillet 2008 de 9h00 à 11h30 :**  
**Séminaire LogePaL Media Center V3.5**  
**Activeo - 15, rue du 1er Mai - 92752 Nanterre**

Un séminaire consacré à la découverte de la toute nouvelle version de notre solution de pilotage et d'affichage temps réel !  
En assistant à cette session, vous aurez l'opportunité de :



- Découvrir comment piloter efficacement un centre d'appels et de visé, d'un affichage dynamique de statistiques, d'images et de vidéo,
- Visualiser les nouveaux modules de la solution,
- Assister à une démonstration complète intégrant de multiples scénarios,
- Rencontrer vos interlocuteurs techniques et commerciaux.

**Information, programme et inscription : [info@activeo.fr](mailto:info@activeo.fr)**

Sommaire

-  Editorial
-  Success Story
-  Parole d'Expert
-  Actualité partenariat
-  Agenda

→ Editorial



Par **Joseph Kort**  
Président & CEO

**L'entreprise citoyenne**

A l'heure de la tenue par les Chambres de Commerce et d'Industrie des « Etats Généraux – Horizon 2020 » qui explorent les grands champs d'action pour l'avenir, l'entreprise a son rôle à jouer dans la réponse aux enjeux et nouveaux contextes de la société de demain.

Un vaste sujet quand on connaît les nombreux freins de développement de notre tissu économique, la faiblesse de l'esprit d'entreprendre et surtout celle de l'esprit d'entreprise : combien palpable et pourtant si nécessaire pour dynamiser et animer l'économie ! La croissance de demain passe inévitablement par la transformation de l'entreprise d'aujourd'hui, la diffusion de la culture économique, celle du risque, de la capacité à innover, ... et par la construction d'une toute nouvelle relation entre entreprise et citoyen.

En se définissant comme citoyenne, l'entreprise affiche un rôle et propose une réponse à qui s'interroge sur sa finalité : produire des richesses, certes mais produire de l'emploi pour démontrer son sens civique, certainement. Intégrer dans ses choix économiques une nouvelle dimension : la dimension collective qui prend en compte son environnement social, local, sociétal et écologique. Déjà de nombreuses initiatives fleurissent : fondation solidarité pour accompagner le développement en région, mécénat ou parrainage en faveur d'une association culturelle, clubs qui rassemblent les entreprises passionnées ; trophée pour récompenser une action solidaire, pédagogique ou sanitaire,... Les exemples sont nombreux et dénotent d'une prise de conscience, d'une volonté de l'entreprise de s'afficher médiateur,... une cause vertueuse, éthique, morale... une étape du processus de transformation de l'entreprise en entreprise citoyenne.



Tél : +33 1 47 86 17 17  
Fax : +33 1 47 86 07 01  
Email : [info@activeo.fr](mailto:info@activeo.fr)  
Web : <http://www.activeo.fr>