

→ Success Story

Cegid : la reconnaissance vocale au service de l'amélioration continue du service aux clients



Premier éditeur français de logiciels de gestion avec un chiffre d'affaires de 248 M€ en 2008, le groupe Cegid compte plus de 2 000 collaborateurs et 350 000 utilisateurs tant en France qu'à l'étranger. Editeur de solutions dédiées à la performance des entreprises et à leur développement, le groupe Cegid a fondé son savoir-faire sur des expertises « métier » et « fonctionnelles ». Avec des technologies qui s'intègrent naturellement et qui répondent aux enjeux métier des utilisateurs, Cegid donne une nouvelle dimension à l'informatique : la création de valeur pour l'entreprise et ceux qui contribuent à son développement.

Cette valeur ajoutée s'exprime notamment dans la relation client que Cegid met un point d'honneur à rendre qualitative, performante et surtout intelligente au travers de ses agences commerciales, son réseau de partenaires mais aussi ses centres de contacts.

Les plateaux de centre d'appels répartis sur 11 sites reçoivent 3000 appels/jour et plus. La principale activité est dédiée à l'assistance téléphonique à destination des clients finaux, utilisateurs des logiciels métier. La télévente, le télémarketing et le recouvrement client sont également traités par ces plateaux. Multi-compétences et spécificités métiers (RH, profession comptable, Retail, Négoce, Industrie, hôtellerie/restauration,...) demeurent les caractéristiques inhérentes à la relation clients de Cegid.

« Du fait de la multiplicité des logiciels édités par Cegid, et de la nécessité d'apporter le meilleur service à des clients d'origine diverse suite aux différentes croissances externes du Groupe, il convenait d'homogénéiser les process de travail. Notre réflexion s'est naturellement orientée vers une solution pertinente pour qualifier la demande du client et l'aiguiller rapidement vers la bonne compétence. Nous sommes donc partis d'une feuille blanche pour, in fine, envisager une solution dynamique, moderne, transparente et efficace pour le client. Le choix d'une solution de reconnaissance vocale dynamique basée sur l'identification du ou des logiciels utilisés par le client et ce, via un numéro unique s'est imposé ! » ; Précise Pascale Cornil, Responsable de Projet au sein de la Direction de l'Organisation.

Cegid fait alors le choix de la solution de reconnaissance vocale éditée par Nuance, suite à une phase d'audit et de préconisation en amont du projet. Activeeo, en tant que partenaire technologique présent depuis 2003 chez Cegid se charge du déploiement de la solution, du processus d'itération d'analyse d'appels, de l'écriture des scripts et de la mise à jour des grammaires.

« Un double appui éditeur/intégrateur pour s'assurer des bonnes pratiques a largement garanti le succès du projet », confie Pascale Cornil tout en poursuivant « après 3 mois réunissant déploiement et routage, nous avons procédé à un léger tuning et à quelques modifications afin d'améliorer le taux de reconnaissance à chaque étape. Cette amélioration est continue depuis 2008. Aujourd'hui, nous gagnons encore des points dans le taux de reconnaissance à chaque phase :

- > lors de la phase 1 : la reconnaissance du code client avec 92 % de taux de reconnaissance,
- > lors de la phase 2 : la typologie de l'appel avec un taux de 90% suite à l'intégration d'une nouvelle grammaire,
- > lors de la phase 3 : le choix du logiciel émis par le client avec un taux de 90% ».

Chaque menu est dynamique en fonction du client. Le système capitalise sur la connaissance de celui-ci et sur sa typologie. Aujourd'hui 70% des appels sont orientés vers des techniciens par la reconnaissance vocale. « Demain, nous prévoyons de repenser nos messages vocaux afin de gagner en pertinence et en attractivité pour parfaire le guidage de nos 80 000 clients ! » conclut Pascale Cornil.

➤ Pour en savoir plus sur ce témoignage client

→ Parole d'Expert

Internet, acteur de votre relation client
Par Nelly Forestier – Consultante

Avec 60% d'internautes réguliers en France, Internet est un mode d'échange à part entière dont l'entreprise ne peut s'affranchir. De plus, depuis l'apparition des Smartphones, les moyens d'accès se diversifient et favorisent l'internet mobile. Ces nouvelles habitudes de communication multiplient les points de contact entre l'entreprise et ses clients au-delà de l'agence ou du téléphone.

Face à ces constats, le principal enjeu est de définir une Relation Client adaptée et de trouver le bon équilibre entre automatisation et interactions humaines. La tendance est aujourd'hui d'inciter le consommateur à effectuer ses actes de gestion courante sur la toile (consultation de compte, suivi de commande...). Internet peut être positionné comme un canal de 1er niveau, sollicité pour la gestion d'actions ne nécessitant pas l'intervention d'un expert ou d'un technicien « humain ». L'objectif est également de faciliter l'expérience client en donnant accès à un ensemble de services simplifiant la vie du client au quotidien : conseils, informations, échanges entre consommateurs ... de telle façon à ce qu'il retrouve, de son terminal, un espace virtuel qui lui est dédié.

La construction d'une relation client multicanal répond à ces attentes car elle offre des échanges simples, avantageux et complets. Les canaux s'inscrivent de façon complémentaire dans une offre de service homogène et permettent ainsi d'offrir un parcours client cohérent dans un contexte client unique. En ce sens, le « click-to-call » illustre parfaitement la complémentarité de l'Internet et du téléphone et la nécessité de prévoir des rebonds entre les canaux pour mener à terme l'acte engagé par le client. Le taux de transformation est plus efficace si le site propose cette fonction. Dans un processus d'achat par exemple, le client s'informe sur internet et peut ressentir le besoin d'être accompagné. Il a la possibilité de comparer l'offre, d'être guidé par un avatar, de consulter le forum et de déclencher un rappel du service client afin d'être rassuré dans sa démarche et de concrétiser l'acte d'achat.

Internet, un média de substitution ?
Internet est davantage un outil offrant des possibilités d'ouverture et de complémentarité vers les médias existants.
La clé est de concilier avancées technologiques, optimisation financière et avantage client !

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

→ Partenariat

Nuance, 5 bonnes résolutions pour votre centre d'appels en 2009 !



Parmi les 5 bonnes résolutions proposées par Nuance, fournisseur leader de reconnaissance et de synthèse vocales, aux centres d'appels, figure celle de « laisser les clients s'exprimer ».

La solution de reconnaissance vocale Call Steering de Nuance permet aux utilisateurs d'exprimer leurs requêtes dans leurs propres termes puis les redirige vers le bon interlocuteur. Depuis qu'elle a remplacé son système de répondre par cette solution, la Bank of America économise plus de 11 millions d'euros chaque année.

« Si le prix continue de peser dans toute décision d'achat, c'est la qualité de service qui fait pencher la balance vers tel ou tel fournisseur. Les entreprises visionnaires continuent d'investir judicieusement dans des technologies qui les aident à mieux satisfaire leur clientèle et qui stimulent les ventes. », assure Patrice Vielpeau, Directeur Commercial de l'Activité Network Speech de Nuance en France.

Les 4 autres bonnes résolutions proposées par Nuance aux centres d'appels sont accessibles depuis : http://www.nuance.fr/news/20090120_resolutions.asp.

➤ Pour plus d'information, rendez-vous sur www.nuance.fr

Agenda



Mardi 7 juillet 2009 – Niort – de 9h00 à 11h30
Séminaire de formation « la marque NF Service - Centre de Relation Client, les clés pour la certification »

A l'initiative d'AFAC-AFNOR Certification, organisme certificateur pour la marque NF Service « Centre de Relation Client » et co-animé par Activeeo.

Information, programme et inscription : business.development@activeeo.fr



Mardi 15 septembre 2009 – Nanterre – de 9h30 à 11h30
Petit-déjeuner découverte – Logepal Media Center V3.5

Une solution de pilotage et d'affichage temps réel pour centre de contacts choisie par plus de 700 clients !
Une richesse d'affichage, une simplicité d'utilisation, une interface conviviale !

Information, programme et inscription : business.development@activeeo.fr

Sommaire

- Editorial
- Success Story
- Parole d'Expert
- Partenariat
- Agenda

→ Editorial



Par Joseph Kort
Président & CEO

L'inévitable mutation des espèces...

Modification, mutation, évolution, transformation...

Des termes qui pourraient qualifier les rôles et les fonctions remplis par l'ensemble des collaborateurs d'une entreprise. Une inévitable adaptation permanente au marché, à la structure et à l'époque qui rend chacun d'entre nous expert et plurivalent à la fois. Hier, des managers informatiques gérant des périmètres restreints selon un plan défini par des impératifs et des besoins utilisateurs. Aujourd'hui, on tend vers le pilotage de projet, la réflexion à moyen terme sur la stratégie de l'entreprise et les impacts sur les projets transversaux. Plus que jamais, un manager multi-facettes capable d'associer compétences techniques, en stratégie de l'innovation, managériales, budgétaires.

Et Demain ?

Stratège et médiateur, il mettra à profit la technologie au service des métiers et des usages pour faciliter agilité, performance et tonicité de l'entreprise dans son ensemble. Quant à la veille et à l'observation des nouvelles tendances, elle fera partie intégrante de son périmètre.

Quelque soit la profession, des aptitudes se dévoileront pour développer de nouveaux atouts autour de la gouvernance, du management et de la communication. Longtemps cantonnés, les rôles sont aujourd'hui élargis permettant à chacun d'être stratège dans son domaine. Frontières abolies, repères en mouvance, vision élargie, la jointure entre profils managériaux et techniques se fait alors de façon indolore et transparente.



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