

→ Success Story

**Swiss Life : Accompagner dans la durée pour répondre aux enjeux de la relation clients**



Spécialiste de l'assurance des personnes (vie, retraite, prévoyance et santé), Swiss Life occupe aujourd'hui une place de premier plan sur les marchés de la retraite et de la santé. La marque Swiss Life présente en France depuis 1898 porte en elle les valeurs d'expertise, de proximité, d'ouverture, de transparence et d'engagement qui confirme ainsi sa conviction d'entreprise citoyenne.

Forte d'un réseau de professionnels et d'experts en relation permanente avec ses clients, Swiss Life a bâti sa stratégie de relation clients sur le savoir-faire, l'écoute et l'efficacité de ses services. Aussi, Swiss Life se dote des technologies évoluées pour atteindre le plus haut niveau de qualité et de performance.

C'est en 2006 qu'une véritable réflexion s'engage autour de la rénovation des plateaux téléphoniques de la direction de la Santé, qui sont répartis sur 7 sites et reposent sur des technologies différentes.

« En parallèle du projet téléphonique, nous souhaitons repenser notre SVI et y adjoindre un tout nouveau mode d'interaction, le langage naturel. Nous avons donc engagé une consultation auprès des acteurs du marché et choisi Activevo pour nous accompagner dans notre démarche. Un choix plébiscité pour la qualité de la réponse, le profil des intervenants et l'expertise en management de la relation client », précise Geneviève Balabanian, Directeur Technologies et Opérations à la Direction des Systèmes d'Information chez Swiss Life.

Activevo intervient alors sur la délivrance d'un état de l'art et une analyse de l'existant, suivi en 2007 par un accompagnement sur le choix de la technologie et son mode hébergé.

« Le succès du projet réside avant tout dans l'implication de l'AMOA en amont, pour la collecte des besoins et les spécifications, mais également en cours de projet, avec le choix d'un binôme de pilotage combinant les expertises Activevo et Swiss Life. » témoigne Laurent Franiatte, Chef de Projet chez Swiss Life.

En juillet 2008, la brique langage naturel est associée au SVI. « La mise en place du langage naturel était un véritable défi pour Swiss Life. Cette nouveauté technique a été bien appréhendée par nos équipes. Cela permet aujourd'hui une plus grande valorisation des compétences des télé-conseillers, et simplifie leur formation », poursuit Eric Bertolotti, Responsable des services clients nationaux.

« Au final, nous avons amélioré de 8 points notre taux de décroché qui atteint aujourd'hui les 92% pour un volume de 1,2 millions d'appels par an. Mais nous ne comptons pas en rester là ! affirme Geneviève Balabanian. Pour 2009, nous prévoyons de nombreux nouveaux projets : l'automatisation de certains actes de gestion, la mise en place du Couplage Téléphonie Informatique avec notre solution CRM interne, le déploiement de la technologie choisie à l'ensemble des autres plateaux centre d'appels sans oublier l'amélioration continue et les évolutions fonctionnelles du SVI... tout en conservant ce mode opératoire de partenariat avec Activevo qui porte ses fruits et permet de paralléliser les projets dans la durée. ».

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

→ Parole d'Expert

**Merci pour votre feedback !**  
Par Frédéric Jurain – Directeur Associé - Activevo

Connaissez-vous le principe des applications de Customer Feedback ? Il est très simple : on propose à un client de répondre à un questionnaire vocal automatisé suite au contact avec un téléconseiller. L'objectif est donc de collecter en « temps réel » l'avis des clients au fil des contacts téléphoniques, et l'on comprend bien que ce type d'application suscite de plus en plus l'intérêt d'entreprises soucieuses d'améliorer continuellement leurs produits et leurs services.

Malgré cet intérêt, l'utilisation effective de ce type d'approche reste encore faible en France comparé à d'autres pays. C'est dommage, car bien souvent les freins à l'adoption se basent sur des idées reçues et des aprioris erronés. Voici les plus courants.

**1. Les clients ne souhaitent pas répondre aux questions**  
FAUX. Les clients acceptent volontiers de répondre à un questionnaire court, limité à quelques questions, lorsqu'ils y sont invités par un téléconseiller à la fin du traitement de leur demande. Avec ce type de démarche, le questionnaire peut être vu comme un prolongement du « vécu client » lié au traitement de sa problématique. Cela donne d'ailleurs de bien meilleurs résultats qu'une approche plus « robotisée » où un menu vocal demande en premier lieu au client, avant même qu'il n'ait donné la raison de son appel, s'il accepterait de répondre à un questionnaire de satisfaction.

**2. Les conseillers orientent uniquement les clients suite à un « bon contact »**  
NON. On constate en pratique que les téléconseillers perçoivent rapidement qu'il y a autant, et bien souvent plus d'enseignements à tirer d'appels « difficiles » que d'appels « parfaits ». Ils savent aussi que les clients font la part des choses entre le problème qu'ils vivent en tant que clients de l'entreprise, et les efforts faits par leur interlocuteur pour résoudre ce problème avec les moyens dont ils disposent. Très naturellement, ceci se retrouve également dans le feedback des clients suite aux questionnaires, le feedback pouvant être à la fois « négatif » pour l'entreprise et « positif » pour le téléconseiller. Quelque soit le centre de contacts, on mesure toujours une forte corrélation entre la performance des téléconseillers et le taux de feedbacks clients qu'ils proposent.

**3. On risque d'avoir un effet de lassitude des clients**  
NON. D'abord, tous les types d'appels ne doivent pas donner lieu à une demande de feed-back. Si un client appelle pour une demande d'information simple et immédiate, il n'y a aucun intérêt à le solliciter. Ensuite, les questionnaires doivent être courts et ciblés (pas de plus de 5 ou 6 questions maximum). Enfin, les questionnaires sont dynamiques et s'adaptent automatiquement au cas du client, son profil, sa raison d'appel... De plus, chaque question posée dépend de la réponse faite à la question précédente, de manière à questionner chaque client sur un sujet d'intérêt pour lui.

**4. Le client ne peut pas vérifier le respect des processus, des auditeurs qualité eux le peuvent**  
VRAI. Pour autant, si un processus est bien respecté, cela ne veut pas dire qu'il est efficace aux yeux des clients ! En fait, il faut disposer à la fois d'une vue interne ET d'une vue externe sur la qualité de service. C'est l'énorme avantage qu'apporte une solution de Customer Feedback : pouvoir analyser et calibrer en regard de la perception clients, les évaluations qualité internes...

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

→ Séminaire & Table Ronde

**15 ans d'innovation...15 ans de passion**  
Le mardi 20 janvier 2009 de 9h00 à 12h30



Depuis sa création, Activevo intervient en tant que spécialiste des centres de contact et de la relation client.

Notre passion pour ce métier, notre volonté constante d'innover, notre expertise reconnue, nos solutions technologiques sont au service du plus précieux des actifs : le Client.

Quels seront ses besoins et ses attentes demain ?

Venez partager nos convictions pour le futur et célébrer nos 15 ans !

**Au programme :**

- 9h30 : 15 ans de passion...15 ans d'innovation
- 10h00 : Convergence des médias et évolution des usages : Vers une Relation Clients 2.0 ?
- 11h00 : La juste qualité pour les services clients : Comment concilier objectifs internes et attentes client ?
- Table Ronde en présence de témoignages clients d'exception : Acticall - ADP Dealer Services - Alice - Cegid - Swiss Life

 [Pour vous inscrire à cet événement](#)

**Agenda**



**Mardi 20 janvier 2009 – Paris**  
**Séminaire - Table Ronde**  
**« 15 ans de passion...15 ans d'innovation »**

Convergence des médias et évolution des usages.  
La juste qualité pour les services clients.  
Table Ronde en présence de témoignage clients.

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







**Jéudi 19 mars 2009 – Paris**  
**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 Activevo.

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

Sommaire

-  Editorial
-  Success Story
-  Parole d'Expert
-  Séminaire & table ronde
-  Agenda

→ Editorial



Par **Joseph Kort**  
Président & CEO

**Briller en 2009 !**

Un édito un peu particulier à l'aube de l'année 2009 qui célèbre le 15ème anniversaire d'Activevo. On notera des expertises pointues, des innovations constantes, une méthodologie éprouvée... un parcours jalonné de faits marquants qui ne laissera pas la part belle à la nostalgie mais plutôt à la contribution permanente et pertinente sur ce marché de la relation clients et du centre de contacts.

Forte de son expérience, Activevo poursuit son plan d'innovation et renforce son offre produits, développe sa compétence autour des solutions de collaboration et prévoit l'avènement d'une toute nouvelle offre d'analyse et de pilotage de la performance déjà saluée par Oseo Anvar.

Un avenir très prometteur pour Activevo qui met à la fois l'accent sur une stratégie de différenciation axée sur la création de valeur, la qualité et le service, mais également sur le renforcement de sa marque valorisant ainsi la double expertise technologique et métier.

Cette passion qui nous anime de connaître et reconnaître le client, d'entretenir la relation de confiance, de développer la culture client au niveau de toute l'entreprise implique de disposer d'une vision claire et authentique et de définir des objectifs clés tout au long du parcours du plus précieux des actifs : le client.

Venez partager nos convictions pour le futur...

Venez découvrir les tendances, les innovations, les usages de demain et assister au témoignage des professionnels de la relation clients qui nous ont choisis...

Venez célébrer les 15 ans d'Activevo !



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