

**Sommaire**

- Edito
- Success Story
- Zoom Performance
- Parole d'Expert
- Actualité Partenariat
- Formation
- Agenda

**SUCCESS STORY**

**DESTINATION IP POUR MAISON DE LA FRANCE**



Créée en 1987 et placée sous l'autorité du Secrétariat d'Etat au Tourisme, Maison de la France est un Groupement d'Intérêt Economique (G.I.E) chargé de la promotion de la destination France sur le territoire national et à l'étranger. Maison de la France dispose de 35 bureaux de représentation dans plus de 29 pays à travers le monde, couvrant principalement l'Europe et l'Asie.

Fort de plus de 1400 adhérents issus du secteur du tourisme en France, le GIE intervient au quotidien pour faire découvrir au plus grand nombre les richesses culturelles et le patrimoine de la destination France.

Installée précédemment avenue de l'Opéra, Maison de la France rejoint au mois de mai 2007, la « Grande Famille du Tourisme » installée Place de Catalogne dans des bureaux contemporains dont les infrastructures filaires sont gérées par la Direction du Tourisme et le reste par Maison de la France.

C'est dans l'immeuble néo-classique conçu par l'architecte Ricardo Bofill que les équipes de Maison de la France prennent possession de leur nouvel environnement technologique entièrement basé sur IP. « Depuis l'an 2000, le projet de migration en IP de notre système de téléphonie était larvé. C'est dans le cadre de ce déménagement qu'il prend tout son sens » témoigne Agnès Blanchard, Chef de département des moyens généraux.

« Grâce à ce tout nouvel équipement, nous avons gagné en flexibilité et en convivialité. Les utilisateurs, au nombre d'une centaine, sont autonomes et maîtrisent les fonctionnalités évoluées de l'interface téléphonique ». « Activeo nous a accompagnés tout au long du projet jusqu'au transfert de compétence. Au final, un basculement en toute transparence et une adoption immédiate du nouveau système par la centaine d'utilisateurs ! », conclut Agnès Blanchard.

[pour accéder aux études de cas : www.activeo.fr](#)

**ZOOM PERFORMANCE**

**ZOOM SUR LES PERFORMANCES STRATEGIQUES D'UNE ORGANISATION...**

Extrait du livre blanc « Les sept domaines à privilégier pour optimiser les performances de votre centre de contacts »

« Les études portant sur les sociétés performantes montrent constamment que la façon la plus efficace de développer une société est d'utiliser une structure de gestion des performances et une approche systématique, afin de dynamiser les résultats tout en maintenant un équilibre. En fait, quand une entreprise est stimulée par un ensemble de stratégies bien équilibrées et une approche systématique permettant d'améliorer et de développer l'organisation, elle obtient un haut niveau de réussite.

Pour déployer une approche systémique de l'entreprise, il faut imaginer l'organisation sous forme de « système », qui doit fonctionner harmonieusement. Ainsi, l'organisation doit être gérée de façon à produire des performances commerciales viables qui peuvent facilement être mesurées et comprises par toutes les parties prenantes.

Bien que de nombreuses entreprises soient d'accord avec le principe, peu d'entre elles identifient les domaines à gérer activement dans le cadre du système.

Comme illustration, voici quelques-uns des avantages auxquels une organisation peut s'attendre en adoptant une gestion holistique et équilibrée des performances stratégiques :

- Entre 2 et 5 % d'économies sur le budget annuel
- Une amélioration de la productivité de 25 à 50 %, chacun étant concentré sur les objectifs de l'organisation, à travers des objectifs personnels et des plans de développement liés directement aux objectifs stratégiques
- Une augmentation de valeur de 10 à 15 % du budget annuel, en veillant à ce que les énergies soient concentrées sur les projets stratégiques, avec une diversité d'investissements adéquate
- Une réduction des coûts de 20 à 30 %, grâce à la rationalisation et au contrôle des projets et processus, en utilisant des instruments de mesure de performances critiques gérés de façon proactive

Pour simplifier la façon d'examiner votre organisation au plus haut niveau, 2 positions vous permettent d'augmenter les performances, de la développer constamment et d'optimiser sa rentabilité... »

[pour en savoir plus et recevoir Le Livre Blanc dans son intégralité : info@activeo.fr](#)

**PAROLE D'EXPERT**

**EFFICACITE DE LA RELATION CLIENT : ARRETONS DE SOIGNER LES SYMPTOMES !**  
par Edouard Steinert, Consultant Senior – Activeo Business Solutions Consulting

Le client est CLE pour l'entreprise, c'est pour cela qu'il est aussi au centre des préoccupations. Cependant la perception des problématiques varie selon le niveau dans l'entreprise et chacun agit dans le but d'améliorer l'efficacité de la relation client... mais à travers le prisme de son entité ou service.

Illustrons ces propos à travers la perspective d'une direction, d'un conseiller clientèle, et le plus important, la perspective client :

**Vu de la Direction**

Le management est focalisé sur le rendement et les coûts. Chaque contact avec un client vise à créer de la valeur mais a aussi un coût lié au personnel nécessaire, aux différents médias de contact à mettre en place et au traitement de ces contacts.

Par conséquent, la direction aura pour objectifs de rechercher des leviers d'optimisation de la production, de faire appel à des solutions d'off-shore pour certaines activités ou encore de favoriser une utilisation accrue du « Self Care ».

**Vu du Conseiller Clientèle**

C'est la personne qui traite avec le client en direct. Il aura donc tendance à situer la problématique client au niveau relationnel. Questionnez-le et il vous confiera sa lassitude d'entendre les mêmes demandes et réclamations au quotidien, de ne pas bénéficier de armes nécessaires face à certaines situations. Tout cela se traduit par le syndrome du « ce n'est pas moi qui décide ! ».

Ces ressentis vont être pris en considération au travers d'une gestion RH adaptée, avec des formations visant à donner aux conseillers les atouts face à une clientèle de plus en plus exigeante et difficile à satisfaire, un modèle de rémunération attractif incluant des primes récompensant la qualité, l'implication et la capacité d'adaptation de l'agent.

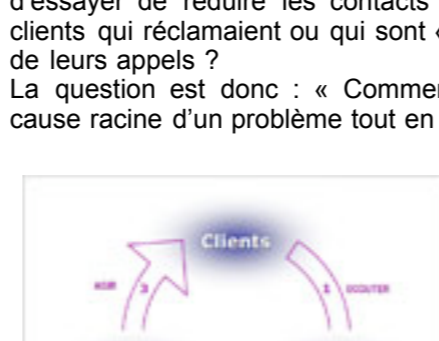
**Vu du Client**

Pour le client c'est la frustration qui l'emporte, engendrée par le manque d'écoute et de solutions de ces interlocuteurs que cela soit en face à face, au téléphone ou par mail. Cette insatisfaction altère inévitablement l'image toute entière de l'entreprise. Et pendant ce temps le marketing s'acharne à apporter des solutions adaptées à ces problèmes en se fiant aux enquêtes, baromètres ou encore un panel de consommateurs.

Force est de constater que chaque service, entité ou partie de l'entreprise agit selon des objectifs qui lui sont propres. Cette recherche d'efficacité est tout à fait légitime. Mais posons-nous une question : est-ce que la recherche de l'excellence de la relation client d'un service sert bien l'objectif d'excellence de l'ensemble de la relation client ?

Pas si sûr... en ne tenant compte que de sa propre perspective du problème, on s'attache à résoudre les symptômes et non la maladie. Prenons des exemples, au lieu de réduire les coûts de 10%, n'est-il pas plus judicieux d'essayer de réduire les contacts de 10% ? Au lieu de former des employés à traiter les clients qui réclamaient ou qui sont « difficiles », n'est-il pas plus efficace de réduire les causes de leurs appels ?

La question est donc : « Comment s'assurer de consacrer son énergie à la résolution de la cause racine d'un problème tout en recherchant une efficacité de l'ensemble de l'entreprise ? »



Imaginons une boucle vertueuse où clients, employés et entreprise seraient acteurs d'une recherche d'efficacité globale :

C'est le client qui est à l'origine de ce processus, mais c'est bien l'ensemble des acteurs de l'entreprise qui contribuent, analysent, communiquent et agissent.

Nous venons de démarrer un processus « WOCAS » (What Our Customers Are Saying) : Qu'est ce que c'est ? Comment cela fonctionne ? Est-ce que cela a fait ses preuves ?

Les réponses dans notre prochaine édition...

[pour en savoir plus : info@activeo.fr](#)

**ACTUALITE PARTENARIAT**

**ACTIVEO AU CŒUR DE L'OFFRE UNIQUE VERINT + WITNESS**

Verint + Witness : Un rapprochement stratégique qui réoriente le marché Enregistrement. Gestion de la qualité. Analyse. Gestion de la Performance



Witness Actionable Solutions

Verint instaure une nouvelle vision de l'entreprise "customer-centric".

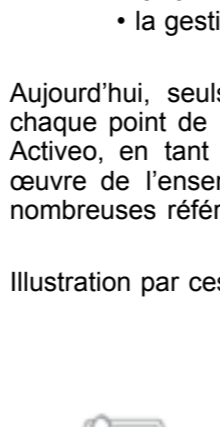
Toutes les entreprises cherchent aujourd'hui à mettre en œuvre une approche centrée prioritairement sur l'utilisateur final, en capitalisant en premier lieu sur la valorisation de leurs relations clients. Le cœur d'une telle solution s'appuie sur une intelligence "actionnable", permettant de mieux appréhender toutes les interactions liées aux clients et de favoriser des prises de décisions plus pertinentes, au bénéfice de l'ensemble de l'entreprise.

La nouvelle référence du marché que constitue le rapprochement entre Verint et Witness donne naissance au plus large catalogue de solutions dans ce domaine, centrées sur des activités d'optimisation des équipes, sur les centres d'appels et sur les performances globales d'entreprise, avec pour dénominateur commun un indiscutable différentiateur en matière de service clients.

- Distinguée à de nombreuses reprises, cette offre unique sur le marché englobe :
  - le monitoring qualité
  - les enregistrements IP
  - les analyses/mesures sur enregistrements audio et données
  - la gestion de la performance
  - la gestion des centres d'appels et des ressources humaines
  - la formation et le e-coaching
  - la gestion des feedbacks clients

Aujourd'hui, seuls Verint et Activeo peuvent vous aider à améliorer les performances de chaque point de contact clientèle, sur l'ensemble de la chaîne de valeur des services clients. Activeo, en tant que partenaire stratégique affiche un savoir-faire reconnu dans la mise en œuvre de l'ensemble de ces solutions d'optimisation à haute valeur ajoutée et compte de nombreuses références prestigieuses.

Illustration par ces deux cas clients récents :



Dans le domaine des Télécoms, notre client, fournisseur d'accès internet souhaitait maîtriser la croissance de l'activité Service Clients et améliorer le niveau de service et la satisfaction clients. Une compréhension des enjeux opérationnels doublée d'une forte compétence et réactivité technique ont permis à Activeo d'accompagner ce client dans la mise en place du module de Quality Monitoring de Verint/Witness en complément du module de planification déjà utilisé.

Dans le cadre de la création d'un nouveau centre d'appels multi-sites, ce leader du crédit à la consommation a choisi Activeo pour mener à bien son projet de planification des ressources humaines et de qualité monitoring à destination de 800 utilisateurs. Une mission plébiscitée par les utilisateurs qui reconnaissent en Activeo la double expertise métier et technologique.

[pour en savoir plus : info@activeo.fr](#)

**FORMATION**

**LA MARQUE NF SERVICE CENTRE DE RELATION CLIENT, LES CLES POUR LA CERTIFICATION**

Séminaire de formation - Jeudi 29 novembre 2007 de 9h30 à 17h



AFAQ-AFNOR Certification, organisme certificateur pour la marque NF Service « Centre de Relation Client », organise une journée de formation à destination des entreprises intéressées par l'obtention de la certification NF Service de leur(s) Centre(s) de Relation Client. La journée sera co-animée par Activeo.

Cette journée de formation sera organisée autour de moments forts :

- des témoignages d'entreprises certifiées ;
- des étapes de décryptage de la norme NF X 50-798 et des exigences des règles de certification NF345 ;
- des ateliers pratiques permettant à chaque participant d'évaluer le niveau de conformité de son organisation client et les principales étapes à mettre en œuvre pour conduire un projet de certification.

Ce séminaire a lieu le jeudi 29 novembre 2007, de 9h30 à 17h, dans les locaux d'AFAQ-AFNOR Certification, 11 avenue de Pressensé, 93571 La Plaine Saint Denis. L'inscription est gratuite.

[pour recevoir une invitation au séminaire de formation : www.activeo.fr](#)

**AGENDA**

Mardi 23 octobre 2007

**Petit-déjeuner Découverte « Piloter en temps réel votre centre de contacts »**

Les challenges du centre de contacts clients sont multiples : Volumes de contacts fluctuants, écarts entre prévisions et réalités, déflows de pointe à maîtriser, ... Grâce à la solution Logepal Media Center, découvrez comment piloter efficacement votre centre de contacts au travers d'un affichage dynamique et pertinent de statistiques, d'images et de vidéos.

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

Jeudi 29 novembre 2007

**Séminaire de formation « La marque NF Service Centre de Relation Client, Les clés pour la certification »**

A l'initiative d'AFAQ-AFNOR Certification, organisme certificateur pour la marque NF Service « Centre de Relation Client » et co-animé par Activeo. Information, programme et inscription : [info@activeo.fr](mailto:info@activeo.fr)