

Sommaire

Edito
Success Stories
Parole d'Expert
Actualité Produits
Agenda

EDITO

Par Joseph Kort
Président du Directoire



BONNE ANNÉE 2007 !

A bien des égards, l'année 2006 pourra être qualifiée d'année de mutation, d'année de transition ou d'année de transformation Sur le plan mondial, il s'agira d'une année charnière qui fait apparaître de nouveaux géants économiques, de nouvelles préoccupations environnementales, des innovations technologiques sans limite, l'avènement de la globalisation... mais les défis sur le plan économique demeurent la création de valeur durable, la croissance et l'innovation. L'année 2007 sera placée sous le signe de l'amélioration de la performance. Les sociétés ont-elles bien pris la mesure de la performance réelle de leur organisation ? Améliorer la performance et la productivité favorise la compétitivité. Une organisation plus performante l'aide à s'acquiescer de sa mission, à atteindre plus aisément ses objectifs, la rend plus efficiente. Mais avant d'entamer un tel processus, n'est-il pas pertinent de diagnostiquer au préalable l'ensemble des fonctions de l'entreprise ? Ainsi, le diagnostic complet permet d'identifier les forces sur lesquelles miser et les occasions d'améliorations en dressant un portrait de santé global, diagnostic qui sert le plus souvent de point de départ d'une démarche d'amélioration et d'optimisation. La relation clients bénéficie elle aussi de telles pratiques, dans le partage de la connaissance client, dans la mobilisation des hommes autour d'une logique d'entreprise et dans l'harmonisation des processus et des technologies. Que cette nouvelle année vous apporte une meilleure satisfaction clients, des interactions valorisantes et une fidélisation renforcée ! Tous mes vœux pour une excellente relation clients 2007 !



Customer Relation Architects

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

SUCCESS STORIES

LMC : LE CLIENT AU CŒUR DU DISPOSITIF

Présent dans le domaine de l'équipement pour l'ameublement et l'agencement de magasins depuis 4 générations, LMC entretient des relations privilégiées avec une cible de 14 000 clients et prospects professionnels de l'ameublement, artisans, fabricants et industriels.



LMC, c'est aussi un référentiel de plus de 8000 produits, 3 sites distants, 120 collaborateurs dont une force commerciale composée de sédentaires et d'itinérants d'une cinquantaine de personnes. Un positionnement haut et milieu de gamme combiné à l'utilisation continue de technologies de pointe contribuent à faire d'LMC une entreprise moderne et exigeante.

« Nous avons tout d'abord mené une réflexion sur notre organisation et notre fonctionnement et identifié les leviers d'amélioration du contact client afin de le rendre plus commercial » témoigne Eric Jacquart, Directeur Marketing d'LMC. « Notre souhait était d'unifier les canaux de contacts - téléphone, fax, site de e-commerce et remontées des commerciaux terrain - et d'optimiser le traitement des interactions clients. Grâce à la mise en place de la solution Microsoft Dynamics CRM, nous gérons et partageons l'information client de manière plus efficace et disposons d'une vision complète de l'activité. » poursuit Eric Jacquart. La seconde étape a été de basculer en Téléphonie sur IP dans le cadre du déménagement sur un tout nouveau site de 14000 m2 qui accueille à la fois les bureaux commerciaux mais aussi la plate-forme logistique de distribution et le centre de contacts. « Les bénéfices issus de la mise en place de la solution Cisco IP Contact Center et du couplage du CRM à l'environnement de téléphonie ont été immédiats : routage direct vers la bonne compétence, identification instantanée de l'appelant, appels sortants facilités. La gestion commerciale a gagné en efficacité et en réactivité ». témoigne Eric Jacquart. « Activeo nous a accompagné tout au long des phases du projet et nous avons particulièrement apprécié l'implication et la disponibilité des experts techniques et fonctionnels. Notre choix initial de confier ce projet stratégique combinant la technologie Cisco à l'expertise pointue d'Activeo s'est révélé être le bon ! » conclut Eric Jacquart.

➔ pour en savoir plus : info@activeo.fr

OPHTALMIC JOUE « GAGNANT-GAGNANT » AVEC SES COMMERCIAUX

Spécialisé dans la commercialisation de lentilles de contact multimarques, le laboratoire Ophtalmic a équipé sa force de vente d'une solution de gestion de la relation client qui lui propose un riche retour de données afin de mieux la convaincre de faire remonter des informations.



Créé en 1986, le laboratoire Ophtalmic distribue des lentilles de contact et, depuis 2004, des verres et des lunettes. Ophtalmic compte aujourd'hui 150 collaborateurs. Jusque'en octobre 2006, l'outil de gestion de la relation client développé en interne demeurait peu utilisé par les 30 commerciaux nomades du laboratoire, notamment du fait de son ergonomie et parce qu'il ne proposait pas assez de retours d'informations.

« Un commercial qui discute deux fois par jour au téléphone avec son responsable ne voit pas pourquoi il devrait en plus formaliser un compte rendu de visite. Un travail d'explication est indispensable », explique Jean-Yves Kergaravat, Responsable Décisionnel et CRM d'Ophtalmic. La mise en place de Microsoft Dynamics CRM 3.0 s'est suivie d'un changement de comportement impressionnant : la nouvelle solution a été utilisée 2 500 fois sur les deux premières semaines qui ont suivi le déploiement. Chez Ophtalmic, ce ne sont pas les délégués commerciaux qui prennent les commandes standard mais la trentaine de salariés affectée au centre d'appel interne. Les commerciaux se chargent de présenter les nouveaux modèles de lentilles, assurent le réassortiment des modèles déjà commandés et la gestion des lentilles d'essai. Leur cible : 5000 opticiens et 5000 ophtalmologistes (prescripteurs).

Jusqu'à présent, la direction ne connaissait que le nombre global de lentilles d'essai que chaque commercial distribuait sans disposer de la ventilation magasin par magasin. Les comptes rendus de visite permettent aussi aux commerciaux de prendre des commandes spécifiques, de renseigner le nombre de lentilles remplacées, de spécifier l'objectif de leur prochaine visite chez ce même client. En marge des comptes rendus, ils peuvent aussi adresser des demandes de prises en charge pour organiser des événements avec les clients. Chacune des demandes rentre alors dans une file d'attente gérée par Microsoft Dynamics CRM 3.0 pour être validée...

Ce sont les besoins d'analyses décisionnelles exprimés par la direction voilà un an qui ont conduit à mettre en place le projet de gestion de la relation client. Un décisionnel qui profitera tout autant aux commerciaux. En amont, l'outil a d'ores et déjà été paramétré pour intégrer une sectorisation géographique par groupe de départements et un classement par type de produits. Avec la traçabilité induite par Microsoft Dynamics CRM 3.0, la direction commerciale pourra bientôt calculer magasin par magasin le retour sur investissement des lentilles d'essai qui lui coûtent cher. « C'est le CRM qui va en grande partie contribuer à alimenter notre système décisionnel », souligne Jean-Yves Kergaravat...

➔ pour recevoir la brochure complète : info@activeo.fr

PAROLE D'EXPERT

"ORGANISATION CENTRE D'APPEL : LA GESTION PAR PORTEFEUILLE"

par Edouard Steinert, Consultant Senior
Activeo Business Solutions Consulting

L'optimisation de la gestion de la relation client à distance est un défi permanent qui anime les services client de nombreuses entreprises. Trois leviers sont possibles : les technologies support, les processus et les ressources humaines. Au sein d'un centre d'appels, l'agent est identifié par le client comme étant le représentant de l'entreprise, et joue donc un rôle essentiel dans l'atteinte de la satisfaction client et influe directement sur l'image de la société. Il est donc nécessaire de valoriser son rôle afin de maximiser la qualité de service rendue au client et aussi maintenir une stabilité dans les effectifs. Un départ provoquant la formation de nouveaux agents, donc des coûts en hausse.

Le défi aujourd'hui est de pouvoir proposer une organisation de centre d'appel qui intègre cette double problématique (QS et turn-over). Une étude conjointe de l'Ecole Centrale de Paris et d'un opérateur téléphonique français a analysé les effets d'une des réponses à cette problématique: « l'organisation par portefeuille ».

Ce mode d'organisation se décline de la manière suivante : l'ensemble des agents est divisé en équipes indépendantes. Les équipes sont homogènes concernant leur nombre et leurs compétences. En d'autres termes, il n'y a pas de spécificités d'une équipe à l'autre. Dans ce mode, en plus de partitionner les agents (méthode déjà largement répandue), il y a aussi un partitionnement des clients en portefeuille. En procédant de la même manière, les portefeuilles sont homogènes en termes de volume d'appels (statistiquement). Avec cette organisation, quand un appel appartenant à un portefeuille arrive, il est routé vers l'équipe qui en a la gestion. Le traitement de l'appel ne diffère en rien d'un traitement type dans une organisation globale. La nouvelle organisation équivaut à faire fonctionner n nombres de plus petits centres d'appels. Il est essentiel de souligner que dans cette organisation, toutes les équipes et les clients regroupés en portefeuilles ont le même comportement statistique.

Une telle approche est née de l'industrie et peut parfaitement s'adapter au secteur des activités de services et notamment aux centres d'appels. Développée dans l'œuvre « World Class Manufacturing » de Schonberger, spécialiste reconnu en organisation d'entreprises industrielles et de services, il précise que l'organisation cellulaire crée des pôles de responsabilisation là où il n'en existait pas auparavant. Chaque manager de cellule peut être chargé d'améliorer la qualité, réduire les coûts ou les délais, etc.

Les coûts de la mise en place de ce système sont peu élevés surtout si on oppose aux coûts, le bénéfice combiné d'une qualité de service améliorée, une baisse significative des rappels clients et un turn over agent moindre.

En passant d'une organisation globale à une organisation en cellules de plus petites tailles, cela permet un management humain plus fin. La motivation et la responsabilisation des équipes se mesurent de façon quantitative (temps de traitement) et qualitative (appels aboutis à la cellule et qualité de traitement). Ces résultats peuvent ensuite être utilisés de manière ciblée pour le management des cellules. Grâce à la relation privilégiée entre l'équipe et le portefeuille, un client insatisfait de la réponse donnée par un agent, rappellera cette même cellule et c'est uniquement celle-ci qui en supportera les conséquences. De plus, l'homogénéité des cellules permet une comparaison de performance entre elles et crée ainsi la compétition. Les primes peuvent alors être attribuées aux agents selon les résultats de toute la cellule.

En synthèse, ces facteurs ont pour effet une amélioration globale de l'efficacité quantitative et qualitative des agents, grâce à un management humain et statistique plus précis et une compétition saine. Le résultat est une volonté de satisfaire le client et donc par conséquent une satisfaction client accrue.

Cette approche à été mise en place par un opérateur téléphonique français qui a pu mesurer les résultats. La qualité dans le traitement de l'appel a réduit les rappels clients de 25%. La proportion d'appels abandonnés (à cause des files d'attente trop longues ou un SVI en dissuasion) a été divisée par 2. Aucune embauche supplémentaire n'a été nécessaire malgré l'accroissement total des clients de 15%. Ces résultats étayent de façon empirique les bénéfices d'une telle structure.

Sources :

- Recherches Internet
- "Analysis of the Impact of Team-Based Organizations in Call Centers Management" Oualid Jouini and Yves Dallery. A paraître dans "Management Science", 2006

➔ pour en savoir plus : info@activeo.fr

ACTUALITÉ PRODUITS

LOGEPAL MEDIA CENTER : L'AFFICHAGE INTERACTIF DE STATISTIQUES



Découvrez la nouvelle version du progiciel de management et de reporting qui gère et traite l'information en temps réel et optimise ainsi la Relation Client. La technologie LogePal repose sur la visualisation en temps réel d'informations stratégiques auprès des téléconseillers et superviseurs, garantissant une qualité de service optimale et la diminution des appels en attente. Cette suite logicielle performante permet d'afficher des statistiques non figées, actualisées en temps réel par le biais de l'affichage d'une page web, d'une vidéo, d'un graphique,... LogePal V3 Media Center est également un support idéal pour le management de la performance : il permet de gérer et de mettre en cohérence les objectifs globaux de l'entreprise en rapport avec les objectifs individuels.

➔ pour recevoir une documentation : info@activeo.fr

AGENDA

Jeudi 1er février 2007

Petit-déjeuner Microsoft Dynamics CRM 3.0 – Activeo

« Comment réussir vos projets de relation clients à distance ? »

Présentation et démonstration de la solution Microsoft CRM

Information, programme et inscription : info@activeo.fr

Jeudi 22 mars 2007

Petit-déjeuner Microsoft Dynamics CRM 3.0 – Activeo

« Comment réussir vos projets de relation clients à distance ? »

Présentation et démonstration de la solution Microsoft CRM

Information, programme et inscription : info@activeo.fr

Mardi 3, mercredi 4 et jeudi 5 avril 2007

Activeo présent au Salon SeCA

Le salon européen des centres de contacts et de la relation client

Information, programme et inscription : info@activeo.fr

Jeudi 7 juin 2007

Conférence-débat sur les leviers d'amélioration de la relation client

Organisée par Activeo en partenariat avec le réseau Limebridge

Information, programme et inscription : info@activeo.fr