



LA LETTRE D'INFORMATION D'ACTIVEO N°8 – Mars 2007

Sommaire

- Edito
- Salon
- Parole d'Expert
- Actualité Produits
- Agenda

EDITO

Par Joseph Kort
Président du Directoire



RELATION CLIENTS : ET DEMAIN ?

La vision de la Relation Clients du futur sera forcément «orientée client» (customer oriented) ! Elle se voit touchée de plein fouet par de nouvelles règles, de nouveaux modes, de nouvelles tendances que sont les canaux de relation et d'échanges, les portails, les communautés, les clubs utilisateurs, les blogs,...

L'entreprise de demain se doit d'afficher une politique respectueuse de la relation client, de capitaliser sur la connaissance du comportement client, de considérer la voix du client comme une composante nécessaire, une source d'information et de diagnostic inhérente à l'adaptation, à l'amélioration, à l'évolution ou encore à l'innovation des offres. Car, engagées dans la course à la performance, les entreprises sont à la fois soucieuses d'une meilleure gouvernance, d'une qualité opérationnelle sans faille mais surtout d'accroître la valeur de l'interaction... au moyen d'une connaissance client accrue ! Des réflexions, des perspectives qui seront présentées et débattues lors de notre conférence «Relation Clients 2010 : défis et meilleures pratiques de demain» qui aura lieu le 7 juin 2007.

Un événement inédit et unique orchestré par des experts de la relation client qui vous dévoileront leur vision et vous feront partager les pratiques de demain sur l'écoute clients, le partage de la connaissance ou encore sur la véritable mutation du client en «consommateur»...

Autant de pratiques qui viendront enrichir la relation clients de demain...



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>

SALON

ACTIVEO AU SALON SECA 2007 - 3, 4 et 5 AVRIL 2007
Le Salon Européen des Centres de Contacts et de la Relation Client
Porte de Versailles. Paris Expo, Hall 4



Pour sa 11ème édition, le SeCA propose un éclairage fort sur les innovations technologiques et marketing de services au client en apportant du contenu de qualité et des offres innovantes.

Activeo, partenaire incontournable de ce rendez-vous professionnel annuel vous présente ses temps forts :

Espace Exposition – Stand E9
Sur son stand, Activeo présentera et démontrera les solutions évolutives et innovantes dédiées à la Gestion de la Relation Clients. Venez découvrir en avant-première :

- La solution d'optimisation de la performance et de quality monitoring en partenariat avec Witness Systems
- LogePaL Media Center, la solution d'affichage et de pilotage pour centres de contacts clients
- La solution IP CRM qui allie la puissance de Microsoft Dynamics CRM à l'environnement du centre de contacts

Atelier-débat – Mardi 3 avril 2007 de 11h30 à 13h00 - Amphithéâtre
«Le CRM pour doper la performance commerciale et valoriser le capital client»

La mise en place d'une gestion intégrée des processus vente, marketing et service client améliore significativement la relation clients en créant des opportunités d'upsell et de renforcement des liens à chaque étape du cycle, de la conquête du client à sa fidélisation.

Animée conjointement par Activeo et Microsoft, cette conférence précisera les contours d'une démarche CRM pertinente et efficace et présentera comment exploiter pleinement les processus d'interactions client.

Le débat sera illustré de cas concrets d'applications et de témoignages d'entreprises utilisatrices.

Atelier – Jeudi 5 avril 2007 de 16h15 à 17h00 en salle Europe
«Le management par la qualité dans les centres de contacts : les bénéfices d'une suite intégrée de Workforce Optimisation» (WFO)

La recherche de la meilleure performance au meilleur coût est un effort permanent dans tout centre de contacts clients. Les démarches Qualité se développent grâce aux solutions d'enregistrement, d'évaluation Qualité et de mesure de satisfaction clients. Comment s'y prendre ? Comment rendre plus efficace la chaîne de management ? Quels résultats attendre ? Les bénéfices de la suite intégrée Impact 360 de Witness Systems seront présentés lors de cette session.

Présidence de la journée de « Conférence 3 » assurée par Activeo Business Solutions Consulting – Mardi 3 avril 2007 de 8h30 à 17h15

«Les nouvelles frontières de la relation client : osez dépasser les attentes de vos clients !»

- pour recevoir une invitation au salon SeCA : info@activeo.fr
- pour un rendez-vous personnalisé sur notre stand ou assister à l'un des ateliers : info@activeo.fr

PAROLE D'EXPERT

GEREZ L'EXPERIENCE CLIENT AU TRAVERS DE VOTRE CENTRE DE CONTACTS
par Vincent Lafarge, Consultant Senior – Activeo Business Solutions Consulting

Les marketeurs et les publicitaires l'ont compris depuis longtemps : un message est d'autant plus percutant qu'il s'adresse au système limbique du client (à l'origine des émotions). Preuve en est aujourd'hui le nombre croissant de communications publicitaires visant à stimuler l'imagination du client («PMU, jouez avec vos émotions !» ou «C'est tout ce que j'aime» [Mc Donald's]).

Ces messages visent à créer un sentiment d'appartenance, d'identification du client à l'égard du produit proposé, en souhaitant que ce sentiment soit suffisamment puissant pour déclencher l'acte d'achat. Mais le temps où un client acquis reste définitivement fidèle n'est plus, les attitudes et les comportements se complexifient. C'est pourquoi les efforts visant à déclencher de l'émotion (positive) doivent continuer bien après la conquête du client et s'étendre à toutes les tentatives de fidélisation.

Dans un contexte où la qualité de la Relation Client est considérée comme un outil de différenciation (régulièrement mis en avant par les Fournisseurs d'Accès à Internet par exemple), comment continuer à transmettre des émotions au travers des contacts avec le client ?

L'objectif est de maintenir des expériences clientes consonantes, quelle soit le moment ou le medium de contact avec l'entreprise. Selon une étude IBM réalisée en 2006 auprès de 100 chefs d'entreprise, seuls 17 d'entre eux affirment prendre en compte les facteurs émotionnels lorsqu'ils prennent une décision relative aux consommateurs. Les marges de progression sont là, reste à savoir comment organiser la prise en compte des émotions au sein de sa structure relation client.

Susciter des émotions passe souvent par une politique de dépassement des attentes des clients ; pratiquer «l'étonnement positif» (lire Sylvain Wacserman in L'organisation Relation Client, Dunod). Concrètement, il s'agit le plus souvent de couvrir un besoin latent par anticipation. C'est le cas du voyageur Nouvelles Frontières mettant à profit le délai entre l'achat d'un séjour et le départ en vacances. Peu après la réservation, Nouvelles Frontières recontacte ses clients pour leur proposer par exemple la réservation d'une voiture de location à l'arrivée à l'aéroport. Cette démarche simple porte généralement ses fruits :

- les clients sont agréablement surpris : l'appel fait figure de «nursing call» (s'assurer que le client est satisfait) et propose une réservation à un tarif négocié ;
- Nouvelles Frontières augmente par la même occasion son panier moyen.

D'autres pistes permettent de traiter la dimension émotionnelle au sein des centres de contacts. L'expression d'une réclamation est un moment clé de la vie du client avec l'entreprise : pour faire court, on peut dire que le client est émotionnellement chargé négativement au moment où il exprime sa réclamation. Si le client perçoit d'une part une réelle écoute et d'autre part les efforts mobilisés pour apporter une solution, il y a fort à parier que le client soit au final plus attaché à l'entreprise.

Pour réussir un tel tour de force, le chargé de clientèle devra mettre en place un dialogue à deux niveaux :

- accueillir le vécu du client et faire preuve d'empathie (niveau émotionnel) ;
- comprendre la situation et apporter une solution (niveau rationnel).

Traiter une réclamation de cette manière requiert une approche méthodique et une bonne dose de talent. C'est pourquoi un traitement industriel des réclamations au sein des centres de contacts semble à proscrire, sous peine de voir grossir le nombre de clients déserteurs voire saboteurs. Si la taille du centre de contacts le permet, une cellule de chargés de clientèle entraînés et spécialisés dans le traitement des réclamations produira de biens meilleurs résultats à long terme.

➤ pour en savoir plus : info@activeo.fr

ACTUALITÉ PRODUITS

CONTACTLINE:
UNE APPLICATION TOUJOURS PLUS COMMUNICANTE



ContactLine est une application de gestion des interactions clients (Customer Interaction Management) complémentaire des applications «métier» traditionnelles ou des applications CRM.

C'est parce que les téléconseillers en centres de contacts ont besoin d'outils adaptés à la cinématique du traitement d'appels, qu'Activeo a conçu ContactLine.

ContactLine est une application complètement dynamique dont on compose très facilement chaque écran, en quelques clics. Il suffit de positionner à volonté les données, les scripts, les réponses aux objections, les agendas, ou d'autres composants parmi les nombreuses fonctions proposées. La navigation entre les différents écrans est définie pour suivre les séquences de chaque conversation téléphonique.

Bien sûr, ContactLine s'intègre aussi avec les applications «métier» existantes, auxquelles on peut accéder depuis les écrans ContactLine.

Parmi les dernières innovations apportées à ContactLine, un « serveur de communication » permet d'enrichir la communication et donc le niveau d'intégration avec vos applications transactionnelles.

Vos téléconseillers n'en seront que plus efficaces à la grande satisfaction de vos clients.

➤ pour recevoir une documentation : info@activeo.fr

AGENDA

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](mailto:info@activeo.fr)

Mardi 3, mercredi 4 et jeudi 5 avril 2007

Activeo présent au Salon SeCA – Stand E9
Paris Expo – Porte de Versailles – Hall 4
Le salon européen des centres de contacts et de la relation client
[Information, programme et inscription : info@activeo.fr](mailto:info@activeo.fr)

Mardi 3 avril 2007 de 11h30 à 13h00 - Salon SeCA - Amphithéâtre
Atelier-débat «Le CRM pour doper la performance commerciale et valoriser le capital client»

animé conjointement par Activeo et Microsoft en partenariat avec le magazine GPO
[Information, programme et inscription : info@activeo.fr](mailto:info@activeo.fr)

Jeudi 5 avril 2007 de 16h15 à 17h00 - Salon SeCA - Salle Europe
Atelier «Le management par la qualité dans les centres de contacts : les bénéfices d'une suite intégrée de Workforce Optimisation» (WFO)

Animé conjointement par Activeo et Witness Systems
[Information, programme et inscription : info@activeo.fr](mailto:info@activeo.fr)

Jeudi 7 juin 2007

Conférence – débat «Relation client 2010 : défis et meilleures pratiques de demain»

Un événement inédit en France, animé par des experts de la relation client, membres du réseau international Limebridge.
[Information, programme et inscription : info@activeo.fr](mailto:info@activeo.fr)