

ORACLE

Stratégies essentielles pour la gestion des centres de contact



Guide de démarrage



UNE LECTURE DE ONZE MINUTES

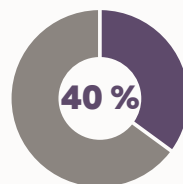


Préparer vos agents et vos clients à la réussite

Offrir un service client d'exception n'est pas chose facile. Vous avez besoin d'agents heureux, d'informations significatives sur les clients et d'une technologie innovante. Tout cela nécessite une gestion agile du centre de contact qui évolue avec votre entreprise.

Ces dernières années, nous avons assisté à de grands changements dans le service client. Les innovations technologiques rapides ont poussé les entreprises à se démenner pour suivre le rythme. Et les attentes des clients évoluent tout aussi rapidement : la génération Z préfère le texte à la parole, les consommateurs préfèrent l'authenticité aux scénarios pré-écrits et une seule mauvaise expérience de service peut vous faire perdre des clients.

Les implications financières potentielles sont substantielles. **En résumé**, si vous parvenez à mettre en place un centre de contact performant, vous pourrez protéger et même augmenter vos revenus.



Une gestion efficace des centres de contact peut entraîner une augmentation de 40 % des taux de satisfaction des collaborateurs et des clients.¹

Ce guide vous aidera à élaborer un plan de gestion du centre de contact qui offrira une expérience plus satisfaisante à vos clients et à vos agents, tout en transformant le centre de coûts en moteur de revenus.



Sommaire

Gestion des centres de contact, définition	3
Poser les bases	5
Cinq étapes pour démarrer avec la gestion des centres de contact	6
Avantages d'une gestion efficace des centres de contact	8
Optimiser la gestion des centres de contact avec Oracle	9

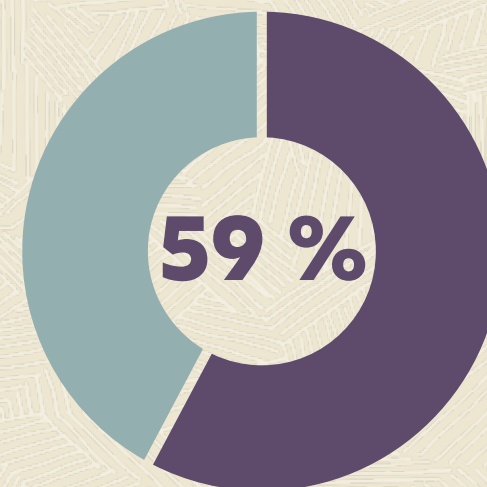


Gestion des centres de contact

Comment les entreprises gèrent-elles les opérations quotidiennes de leurs centres de contact, notamment l'assistance technique, le service client et l'aide à la vente ? Et quelles sont leurs stratégies pour aider les clients à travers de multiples canaux tels que la voix, l'e-mail, le chat, la vidéo et les médias sociaux ? C'est là tout l'enjeu de la gestion des centres de contact.

Que vous serviez principalement des consommateurs ou des entreprises, une gestion efficace des centres d'appels peut vous aider à réaliser les objectifs suivants :

- **Offrir un service personnalisé** sur n'importe quel canal, tout au long du parcours client
- **Automatiser les processus chronophages** pour libérer les agents afin qu'ils puissent se concentrer sur les engagements à forte valeur ajoutée
- **Améliorer la productivité** et la fidélisation des agents grâce à des outils qui leur permettent d'établir des relations de confiance avec les clients
- **Réduire la formation des nouveaux collaborateurs** et les frais d'intégration
- **Améliorer les taux de résolution dès la première fois**, la cohérence des résolutions et la satisfaction client
- **Réduire les coûts de service** grâce à l'augmentation de la productivité et de la fidélisation des agents
- **Collaborer efficacement** entre les équipes de front et de back-office afin d'améliorer la qualité du service client et de multiplier les possibilités de vente incitative et croisée
- **Générer plus de revenus** et différencier votre marque des concurrents



59 % des clients disent avoir des attentes plus élevées en matière de support client qu'il y a un an.²

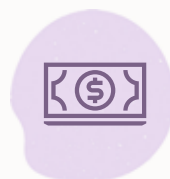


Gestion des centres de contact

Sans une gestion efficace du centre d'appels, vous êtes plus susceptible de rencontrer :



Des clients frustrés qui ont des difficultés à obtenir de l'aide, doivent répéter leurs informations à différents agents et reçoivent des informations incorrectes



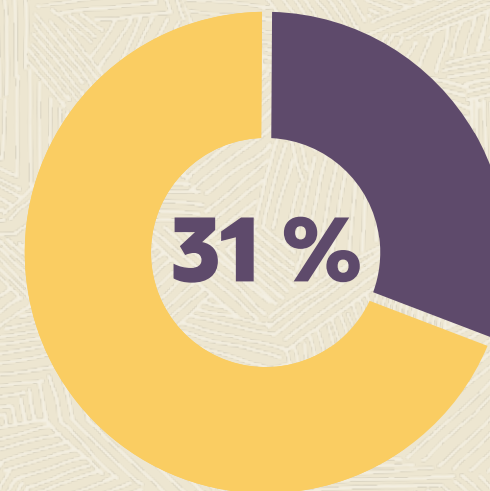
Des coûts élevés en raison de nouvelles embauches et formations



Un taux de rotation élevé des agents en raison de systèmes obsolètes et déconnectés, de notes de satisfaction irréalistes et de connaissances institutionnelles incohérentes



Des données et systèmes disparates qui fournissent des points de vue différents sur les clients et entravent la collaboration interne



31 % des clients déclarent que l'aspect le plus frustrant d'une mauvaise expérience de service client est de devoir fournir des informations plusieurs fois.²



Poser les bases

Développer des stratégies pour améliorer votre centre de contact peut sembler être une tâche ardue. Mais si vous vous concentrez sur ces cinq domaines, vous serez sur la voie de l'amélioration de l'expérience client.

1. Préférences des clients

Vos clients préfèrent-ils dialoguer par voie numérique ou par téléphone ? Sont-ils à l'aise avec la messagerie texte ou la vidéo ? Peuvent-ils accéder facilement à ces différents canaux et terminaux ? Des questions comme celles-ci vous aideront à mieux comprendre vos clients et à réfléchir aux changements que vous pourriez devoir apporter.

Si vous vendez à des entreprises qui doivent se conformer aux réglementations sur la confidentialité des données, votre centre de contact devra également être conçu en fonction de ces exigences.

2. Objectifs commerciaux (à court et à long terme)

Chaque organisme de service a des objectifs différents. Pour certains, on leur a demandé de transformer le service client en générateur de revenus en vendant des produits supplémentaires. D'autres doivent améliorer l'efficacité opérationnelle afin de réduire le nombre d'agents nécessaires. Ou peut-être cherche-t-on à automatiser davantage d'aspects du service client pour réduire les frais de

personnel et financer l'innovation. Lorsque vous vous lancez dans l'élaboration de votre plan, réfléchissez à vos initiatives et demandez-vous si elles sont susceptibles de rester les mêmes ou de changer au fil du temps.

3. Stratégie de croissance de l'entreprise

Si vous prévoyez de vous développer à l'échelle mondiale, les collaborateurs et les systèmes de votre centre de contact devront peut-être être modifiés. Par exemple, vous devrez peut-être embaucher des agents parlant des langues spécifiques ou modifier les processus pour vous conformer aux lois régionales sur la saisie des données et la confidentialité. Si vous lancez de nouveaux produits et services, vos agents devront être formés à leur sujet. Et si des fusions ou des acquisitions se profilent à l'horizon, il est essentiel de réfléchir aux défis technologiques, opérationnels et de ressources humaines que représente la combinaison des opérations des centres de contact.

4. Recrutement et gestion des talents

Vos agents sont le visage public de votre entreprise, mais une bonne aide est difficile à trouver - et coûteuse. Chaque fois

que vous perdez un agent, cela coûte à votre centre de contact entre 35 000 et 105 000 dollars.³ Quelle est la philosophie de votre entreprise en matière de recrutement et de gestion des talents ? Une main-d'œuvre à distance est-elle efficace, ou avez-vous besoin d'un emplacement physique pour les collaborateurs du centre de contact ? Que vos collaborateurs soient à distance, sur site ou une combinaison des deux, réfléchissez à la façon dont vous pouvez améliorer l'accueil, la formation et la gestion de vos collaborateurs.

5. Innovation

Il existe de nombreuses possibilités d'optimiser les opérations des centres de contact grâce à l'automatisation - des simples demandes de service aux flux de travail complexes. Réfléchissez à la manière dont vous pourriez utiliser l'innovation pour améliorer l'expérience de vos clients et de vos agents. Ces innovations s'inscriront-elles dans le cadre de votre feuille de route informatique et existe-t-il un soutien pour l'investissement et l'expérimentation des technologies émergentes ? Vos agents devront être prêts à adopter ce type de changements et à recevoir la formation nécessaire.



Cinq étapes pour démarrer avec la gestion des centres de contact

01

Déterminer les points de friction

Travaillez avec vos agents et votre service d'escalade pour découvrir les principaux points de frustration des clients et des agents. Vos agents consacrent-ils un temps précieux à des tâches répétitives qui pourraient être automatisées ? Les clients se voient-ils proposer un contenu d'auto-assistance qui ne résout pas leurs problèmes ? Analysez le parcours de vos agents et de vos clients pour identifier les possibilités d'automatisation, de rationalisation et d'amélioration.

02

Identifier les canaux que vos clients préfèrent

Le succès d'un centre de contact repose sur la satisfaction du client. Comment vos clients préfèrent-ils s'engager ? Examinez les mesures pour savoir quels sont les canaux les plus utilisés et étudiez les commentaires des clients pour découvrir les principales zones de friction et de frustration. Une fois que vous avez compris les préférences de vos clients, avez-vous mis en place un plan d'engagement sur ces canaux ? Par exemple, si la plupart de vos clients préfèrent le chat mobile, proposez-vous cette option ? Déterminez si vos clients utilisent de nouveaux canaux que vous pourriez vouloir ajouter. Envisagez de rencontrer les responsables informatiques, les chefs de service et les agents les plus performants pour identifier les lacunes technologiques, les solutions potentielles et les moyens de mesurer le succès.

03

Évaluer et investir dans votre pile technologique

Déterminez si votre équipe de service dispose des applications et des outils de communication dont elle a besoin. Une fois les lacunes identifiées, faites participer certains de vos agents les plus performants au processus d'évaluation et de sélection des nouvelles applications. Plus ils seront impliqués dans le processus, plus ils se sentiront valorisés et investis dans le succès de l'équipe.

Et gardez à l'esprit que les nouveaux agents qui rejoignent l'entreprise dès leur sortie de l'école s'attendent à utiliser les dernières applications. En fait, 16 % des collaborateurs de la génération Z et des millennials ont démissionné parce que leur employeur ne leur a pas fourni la technologie adéquate pour faire leur travail.⁴



Cinq étapes pour démarrer avec la gestion des centres de contact

04 Créer votre plan d'innovation

Comment faire passer votre centre de contact de bon à excellent ? Votre groupe informatique peut vous aider à explorer les dernières innovations en matière d'automatisation et d'analyse des données. Mettez en œuvre des fonctionnalités telles que le partage d'écran, le chat vidéo, les outils de collaboration interne (tels que Slack) et l'assistance guidée pour les actions recommandées aux agents, etc.

Mais ne limitez pas votre innovation à la seule technologie. Une nouvelle approche de vos collaborateurs et de vos processus peut également améliorer votre centre de contact. Travaillez avec votre équipe RH pour obtenir des recommandations sur le recrutement et la formation des agents. Réfléchissez à de nouvelles façons d'utiliser votre CRM actuel. Créez des programmes de primes qui motivent vos agents par des récompenses significatives pour eux.

05 Fixer des objectifs mesurables pour le présent et l'avenir

Déterminez des objectifs à court et à long terme qui répondent aux défis actuels de votre centre de contact, ainsi qu'aux tendances en matière de technologie de service qui émergeront au cours des cinq prochaines années. Il peut s'agir des suivants :

- Amélioration des scores de satisfaction client (CSAT)
- Accélération des temps de résolution
- Amélioration des taux de résolution
« au premier appel »
- Réduction du volume d'appels des centres de contact
- Diminution du nombre d'escalades
- Réduction des délais d'intégration des agents
- Amélioration de la productivité des agents
- Amélioration de l'évaluation de l'expérience des collaborateurs



Avantages d'une gestion efficace des centres de contact

Une bonne gestion des centres de contact est essentielle à la satisfaction des agents et des clients. Elle contribue également à la croissance de votre entreprise, ainsi qu'à votre marque globale.



1. Aider vos agents à en faire plus

Laissez derrière vous l'époque où il fallait naviguer sur plusieurs écrans et systèmes. Une plateforme à interface unique nécessite moins de formation et aide les agents à résoudre les problèmes rapidement, sans être surchargés par les clients qui font la queue.



2. Montrer à vos agents que vous les appréciez

Le centre de contact moyen a un taux de rotation de 30 à 45 %.⁵ Battez ces chances en reconnaissant les performances élevées, en offrant des opportunités de développement de carrière et en définissant un parcours de croissance clair. Mettez en place des mesures et des formations pour que vos agents puissent travailler de manière plus flexible, quand et où cela leur convient.



3. Obtenir une vue complète de votre client

Lorsque votre système de service client est intégré aux systèmes de marketing et de vente destinés aux clients, ainsi qu'aux systèmes financiers et de supply chain en aval (y compris la facturation, la gestion des commandes, l'inventaire et l'expédition), vos agents disposent des données dont ils ont besoin pour fournir le service le plus précis possible.



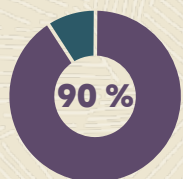
4. Répondre aux attentes des clients

Votre centre de contact doit fournir la plateforme pour une expérience client d'exception. La majorité des consommateurs (61 %) affirment qu'ils ont cessé de faire des transactions avec une entreprise après une mauvaise expérience de service.² C'est pourquoi il est essentiel que vos clients reçoivent un service cohérent, précis et homogène sur tous les canaux.



5. Élargir votre définition du service client

Les centres de contact ne doivent pas être uniquement des centres de coûts. Grâce à l'intégration avec d'autres systèmes et à la collaboration avec d'autres unités commerciales, vos agents peuvent contribuer à la vente incitative et à la vente croisée. Vous voulez améliorer vos produits et services ? Demandez aux agents de demander un retour d'information. Lorsque les clients se sentent écoutés, ils sont plus fidèles et plus susceptibles de recommander votre entreprise à d'autres personnes.



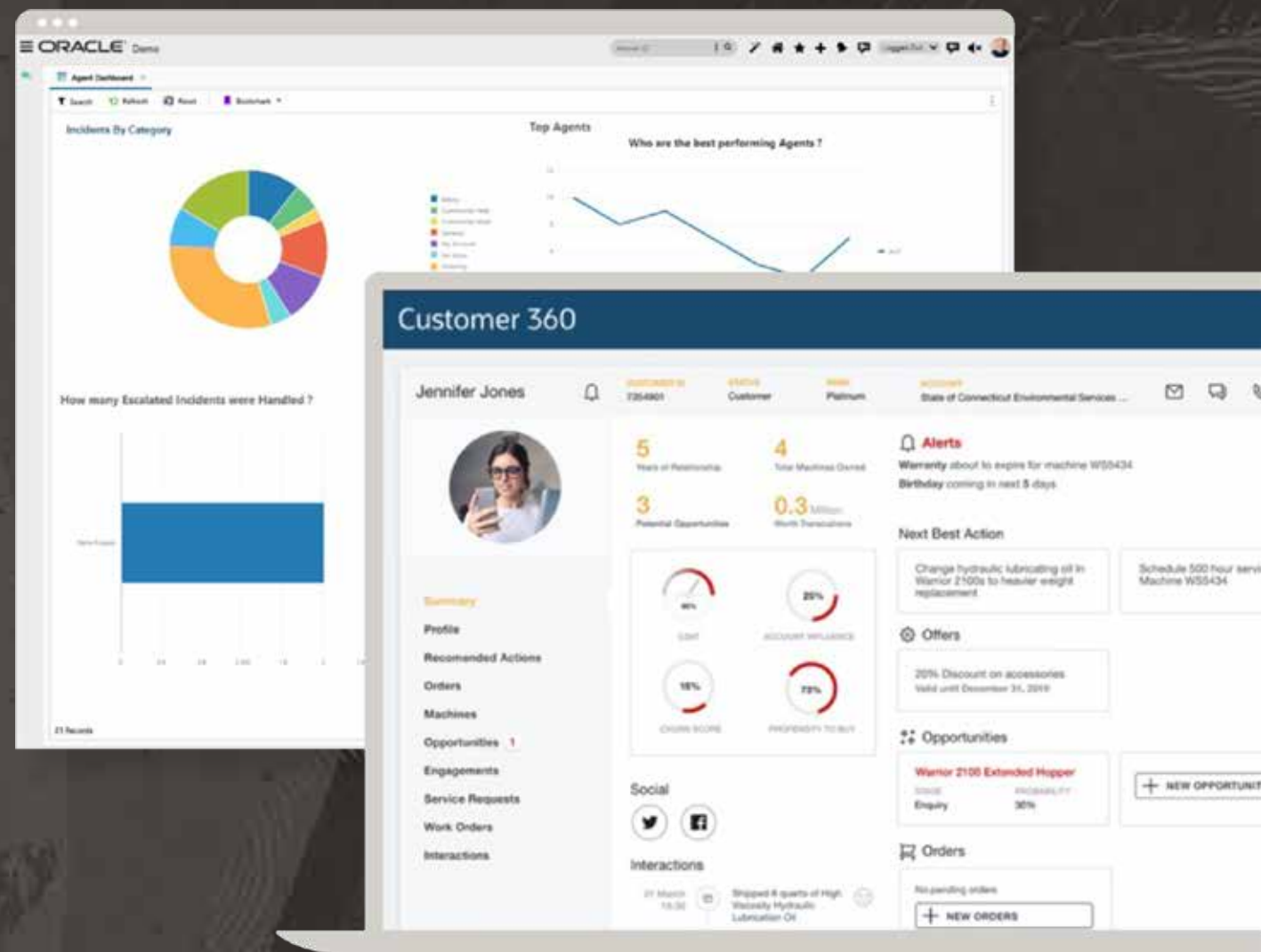
90 % des clients ont une opinion plus favorable des marques qui leur donnent la possibilité de donner leur avis.²



Optimiser la gestion des centres de contact avec Oracle

Favorisez la productivité et un service exceptionnel. Avec Oracle Service Center, vos agents n'ont besoin que d'une seule interface pour accéder aux informations essentielles et gérer les interactions sur tous les canaux.

Découvrez comment votre équipe peut résoudre les problèmes plus rapidement et rendre les clients plus heureux.



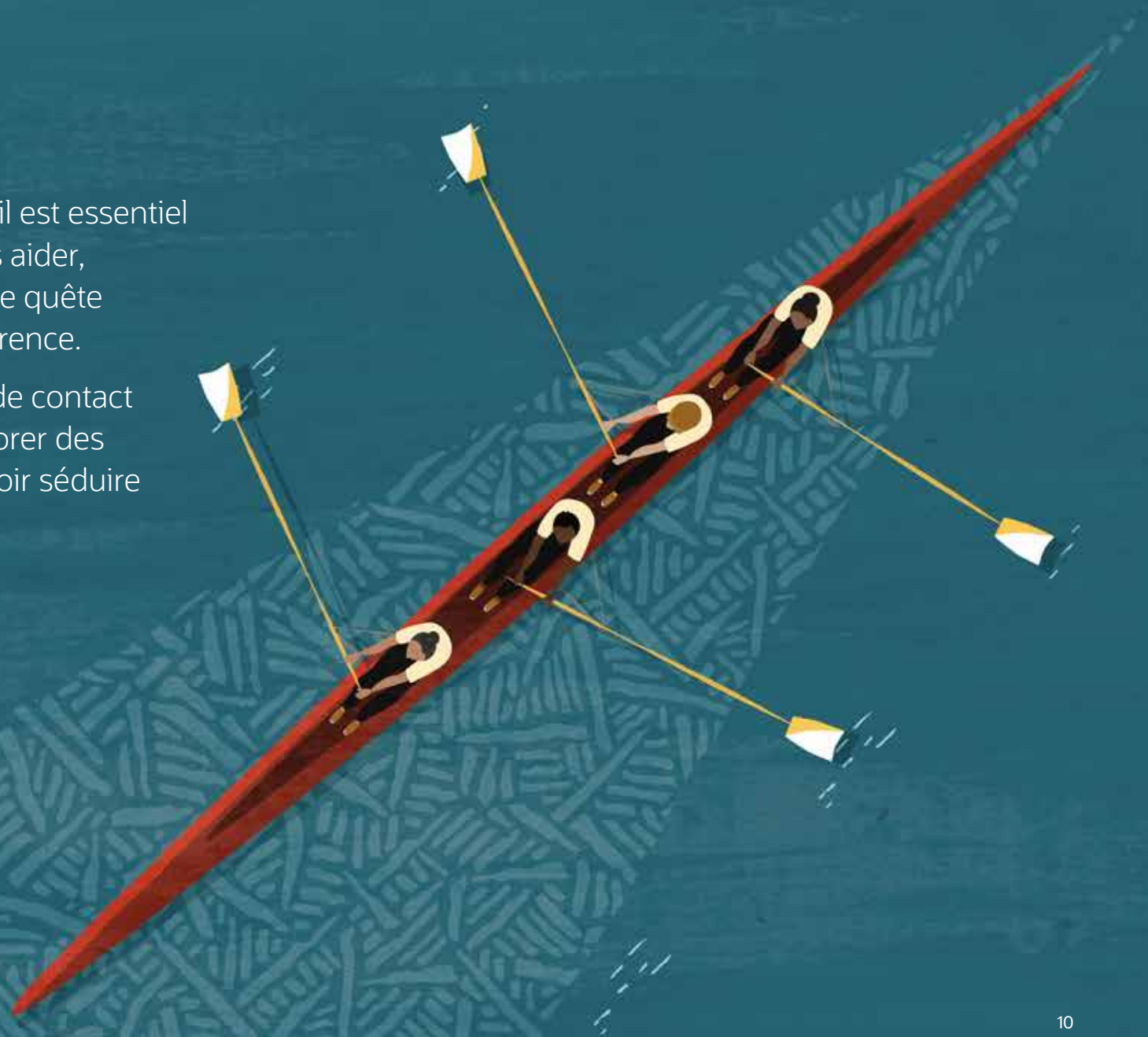
À tous ceux qui créent des expériences innovantes

Les clients d'aujourd'hui semblant évoluer sans cesse, il est essentiel de se montrer à la hauteur de leurs attentes. Pour vous aider, nous avons créé la série Ignite qui vise à alimenter votre quête continue d'expériences clients qui font toujours la différence.

Des guides comme celui-ci sur la gestion des centres de contact visent à accroître votre expertise et à vous aider à élaborer des stratégies de base plus rapidement de manière à pouvoir séduire les clients et à générer des revenus.

Et ensuite ?

- [eBook : Stratégies essentielles pour un service client digital](#)
- [Info produit : Simplifier l'expérience de l'agent](#)
- [eBook : Comprendre l'engagement visuel](#)



À propos d'Oracle Advertising and CX

Faites en sorte que chaque interaction client soit importante en connectant toutes vos données commerciales à travers la publicité, le marketing, les ventes, le commerce et le service. Oracle Advertising and Customer Experience (CX) est une suite connectée d'applications qui va au-delà du CRM traditionnel pour vous aider à créer et à entretenir des relations durables avec vos clients. Créez une vue complète de chaque interaction et de chaque client, quels que soient la manière et le moment où ils s'engagent. Donnez à l'ensemble de votre entreprise les moyens d'offrir une expérience client exceptionnelle, de l'acquisition à la fidélisation, en passant par toutes les étapes intermédiaires.

Sources

1. [« Work from Home Will Become the New Normal: Are You Prepared? » Oracle, 5 mai 2020](#)
2. [« State of Global Customer Service Report », Microsoft Dynamics 365, mars 2019](#)
3. [« How to Unravel the Crazy High Cost of Frequent Employee Turnover in Your Contact Center \(and What You can do About it\) », 21 juin 2019](#)
4. [« Misunderstood Generations: what Millennials and Gen Z Actually Think About Work », Zapier, 27 janvier 2020](#)
5. [« Exploring Call Center Turnover Numbers », Society of Workforce Planning Professionals, été 2019](#)



oracle.com/cx/

Copyright © 2021, Oracle Corporation et/ou ses filiales. Tous droits réservés.

