

Un eBook Genesys

Guide pratique de la modernisation des centres de contacts

Évaluez et sélectionnez vos solutions de centre de contacts de nouvelle génération pour garantir une expérience client d'exception



Chapitre 1 : Introduction

La nouvelle génération des centres de contacts vise à améliorer l'expérience que votre entreprise offre à ses clients. D'où l'importance de bien prendre en considération tous les canaux de communication qu'ils utilisent. Ainsi, pour toutes les entreprises en quête de compétitivité, l'offre d'une expérience omnicanal s'avère primordiale. Hormis la gestion de multiples canaux, votre centre de contacts doit proposer des expériences homogènes à travers tous les points d'interaction, seules garantes d'un parcours client fluide de bout-en-bout. Sur site comme dans le cloud, l'enjeu consiste à déployer des expériences clients sans faute pour améliorer les résultats de votre entreprise.

Aujourd'hui, les entreprises de tous les secteurs prennent acte du caractère stratégique des communications digitales et des impératifs d'innovation et de différenciation qu'elles imposent. Dans une ère marquée par la prédominance des technologies et de la personnalisation, vous devez moderniser vos solutions pour rester dans la course. Afin de transformer votre centre de contacts en centre d'excellence pour l'expérience client, vous devez miser sur l'homogénéisation, la fluidification et la personnalisation de votre service à travers toutes vos interactions – voix, SVI, réseaux sociaux, chat, SMS, service assisté et self-service en tous genres. Le problème, c'est que beaucoup d'entreprises disposent d'une mosaïque de systèmes fragmentés, constituée de façon organique au fil du temps. Un tel morcellement n'est pas compatible avec une expérience client de nouvelle génération. En somme, seule une architecture de centre de contacts moderne, capable de déployer des expériences omnicanal intégrales, offre le niveau de fluidité requis.

Pour cela, vous devez homogénéiser et personnaliser les interactions des clients tout au long de leurs parcours.

Modernisez pour mieux vous développer – même avec des ressources IT limitées.

Évaluez le besoin de modernisation de votre centre de contacts

Un centre de contacts de nouvelle génération a beaucoup à vous offrir :

- Gestion et optimisation des parcours clients pour une satisfaction à la hausse
- Efficacité renforcée pour une réduction des coûts
- Réduction du turnover des agents et développement de l'up-selling et de l'acquisition de nouveaux clients pour soutenir votre croissance
- Optimisation des effectifs, informations exploitables et processus intégrés pour l'engagement collaborateurs
- Numérotation plus simple et plus efficace pour un meilleur engagement clients lors des campagnes sortantes.



Chapitre 2 : Évaluez les besoins de votre centre de contacts



Les entreprises connaissent un véritable tournant dans les modes d'interactions de leurs centres de contacts avec leurs clients. Par le passé, des avancées techniques leur avaient déjà permis d'ajouter les communications sortantes à leurs systèmes pour gagner en proactivité et en spontanéité. Puis, l'émergence du digital signa l'avènement des communications multicanaux. Aujourd'hui, l'heure est à la personnalisation : exploiter les données contextuelles tout en communiquant avec les clients sur le canal de leur choix, sans oublier de développer le self-service pour tenir compte de leurs préférences.

Avant de moderniser votre centre de contacts, faites un bilan des technologies existantes pour déterminer la stratégie adaptée à votre entreprise. Peut-être avez-vous déjà mis en place de nouveaux canaux digitaux. Mais sont-ils bien intégrés ? En effet, si les canaux en vases clos résolvent un problème, ils en créent aussi d'autres, notamment en matière d'intégration. Les silos vous obligent également à jongler entre plusieurs fournisseurs et solutions.

Au moment d'explorer vos options, gardez à l'esprit les trois facteurs clés d'une modernisation de votre centre de contacts autour d'une solution économique et tout-en-un :

- Expérience client innovante
- Gestion des interactions omnicanaux
- Gains d'efficacité opérationnelle

1. Expérience client innovante



La modernisation de votre centre de contacts passe par l'amélioration des processus métiers, elle-même porteuse d'expériences clients innovantes. Vous poserez ainsi les bases pérennes d'une expérience client optimale pour un coût d'exploitation minimal.

L'élimination des silos opérationnels et des contraintes technologiques se traduit par des expériences homogènes à chaque point de contact, sur tous les canaux d'interaction. Résultat : vous restez compétitif, quel que soit le marché sur lequel vous opérez.

2. Gestion des interactions omnicanal



Les points de contacts omnicanaux peuvent compliquer la gestion du parcours client dans son intégralité. Votre objectif : créer une expérience client homogène sur chaque canal et point de contact digital, tout en conservant les données contextuelles et l'historique entre les différentes interactions.

Êtes-vous capable de gérer de multiples canaux digitaux sur le web (e-mails, formulaires en ligne, chats, vidéos, réseaux sociaux) de façon homogène à travers toutes les interactions, quels que soient les canaux utilisés ?

3. Gains d'efficacité opérationnelle



Dotez votre centre de contacts d'agents suffisamment disponibles et formés à la gestion d'une mosaïque de scénarios d'interactions avec les clients. Proposer une expérience client irréprochable, c'est d'abord diriger vos clients vers des agents disponibles et compétents, le plus rapidement possible.

Cela passe par une optimisation continue de vos effectifs (planification des ressources, établissement des plannings et gestion des collaborateurs de toute l'entreprise) qui devra elle-même reposer sur un environnement virtuel d'engagement clients, capable de router toutes les interactions entre les différents départements, équipes et sites de votre structure. Ainsi, vous exploiterez tout le potentiel des forces vives de votre organisation.

Chapitre 3 : Améliorer l'expérience client

Pour proposer une expérience client d'exception, les entreprises doivent tout d'abord comprendre les attentes de leurs clients, puis établir une stratégie adaptée.

Ce que les clients veulent avant tout, c'est que l'on s'occupe bien d'eux. Une fois connectés à votre centre de contacts, ils s'attendent à interagir avec des agents qui connaissent l'historique et le contexte de leur parcours, pour résoudre leurs problèmes le plus rapidement possible. Mais ce n'est pas tout : ils veulent également pouvoir interagir sur le canal de leur choix, que ce soit par téléphone, chat, e-mail, SMS, en self-service ou en service assisté. Pour répondre à ces besoins, les entreprises doivent abandonner leurs approches traditionnelles mono- ou bi-canal, fragmentées et dénuées de toute interactivité, au profit d'une seule plateforme intégrée de centre de contacts de nouvelle génération.

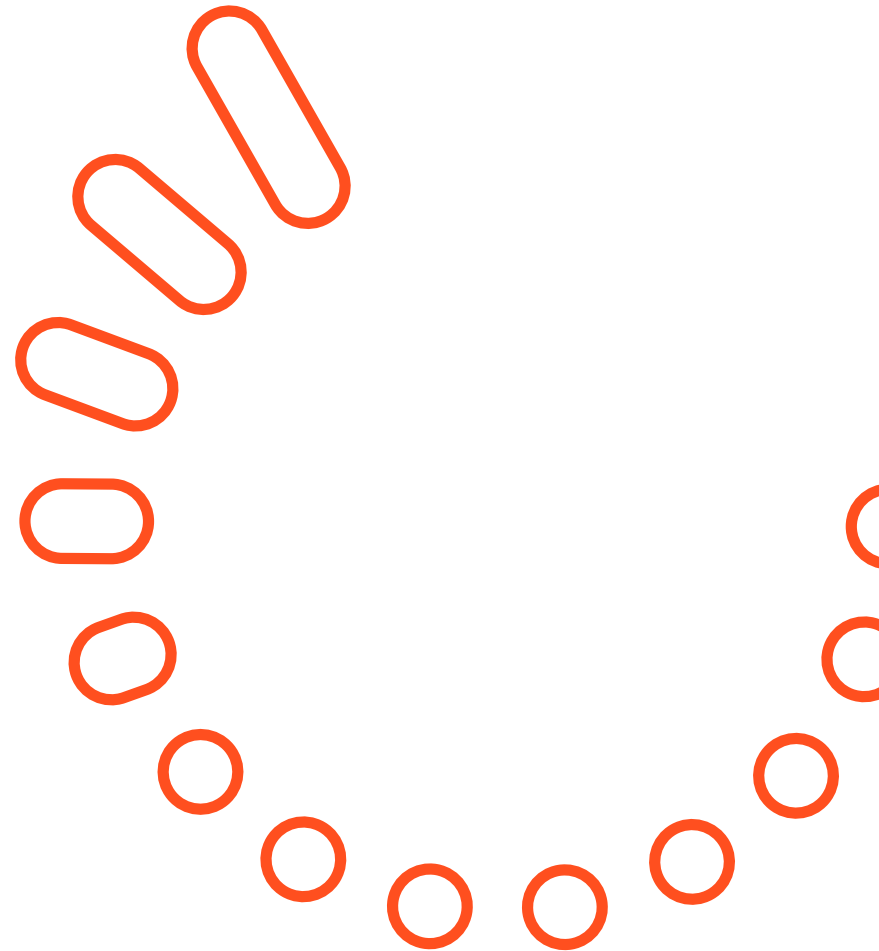


Répondre aux attentes de vos clients, c'est :

- Comprendre le contexte de chaque interaction sur tous les canaux, pour optimiser le routage et personnaliser les interactions clients.
- Utiliser une plateforme intégrale et centralisée pour proposer des parcours clients bien définis, de la façon la plus simple et la plus rentable possible.
- Dépasser les attentes des clients pour augmenter le chiffre d'affaires, réduire les coûts, gagner en efficacité et motiver vos salariés.
- Exploiter les avantages d'une solution unifiée, capable d'orchestrer les parcours clients et d'optimiser le travail des agents à travers tous les canaux, sur site comme dans le cloud, pour des expériences simplifiées.

En proposant une expérience omnicanal fluide, homogène et transparente, vous prenez un réel avantage sur vos marchés.

Une meilleure expérience client vous permet d'agir sur plusieurs leviers à la fois : satisfaction client, taux de résolution au premier contact, et fidélisation.



Chapitre 4 : Investir dans une plateforme pérenne

Les technologies évoluent. Les besoins de vos clients aussi. Pour les responsables de centres de contacts, ces deux variables ne vont pas sans poser un certain nombre de défis :

- Distributeurs automatiques d'appels (ACD) en fin de vie
- Incertitudes liées aux fournisseurs de solutions d'ancienne génération
- Émergence de nouveaux canaux digitaux
- Conservation des données contextuelles et historiques des conversations clients
- Renforcement de l'engagement collaborateurs
- Respect des objectifs de scores NPS et autres indices de satisfaction client

Pour rester compétitifs et améliorer l'expérience client, ils doivent relever tous ces défis à la fois. Mais encore faut-il savoir par où commencer. Toutefois, une solution intégrale d'engagement de nouvelle génération leur offre les technologies et l'infrastructure pour surmonter ces difficultés, avec à la clé une efficacité renforcée et un service client personnalisé.

Votre projet de modernisation doit tenir compte des évolutions à venir. Par exemple, le choix d'une solution omnicanal tout-en-un simplifie l'intégration progressive de nouveaux canaux. Privilégiez une plateforme compatible avec votre vision d'un engagement omnicanal capable de router de tous les objets, y compris ceux qui n'ont pas encore été inventés. Les centres de contacts de demain devront faire preuve de ce niveau de flexibilité pour intégrer facilement de nouvelles technologies comme les chatbots et l'Internet des objets, au fil de l'évolution des attentes des clients. Une plateforme flexible et évolutive vous permet de faire face aux avancées technologiques et aux nouvelles demandes des clients, quel que soit le canal concerné.



SIP

Le remplacement de votre ancien ACD par une solution SIP ouverte permet d'accélérer votre transition vers un centre de contacts IP. Il vous donne la liberté d'adopter des modèles d'architecture et d'administration agiles tout en réduisant vos coûts.



Routage

Diriger les clients vers les agents les plus compétents, c'est leur offrir la meilleure expérience possible.



Intégration au système CRM

L'intégration de votre centre de contacts à votre système CRM vous permet de proposer une expérience client intégralement personnalisée. Autres avantages : des gains de temps, une baisse de vos coûts et des agents plus efficaces.



Gestion des effectifs

L'optimisation des effectifs passe par des prévisions plus précises et une planification efficace du plan de charge sur l'ensemble des canaux de communication.

Chapitre 5 : Choisir une option de déploiement



Pour exploiter le plein potentiel de votre centre de contacts de nouvelle génération, réfléchissez bien à votre modèle de déploiement. Vous souhaitez développer votre configuration existante ? Ou peut-être cherchez-vous à passer d'un système sur site à un déploiement dans le cloud ?

Quel que soit votre choix, certaines fonctionnalités de base ne sont pas négociables si vous voulez rester compétitifs. De nombreuses options pourront ensuite s'y greffer pour améliorer votre expérience client.

Un centre de contacts intégral de nouvelle génération peut être facilement déployé sur site, dans le cloud ou dans un environnement hybride. Chaque option a ses avantages, et le bon choix de déploiement dépend avant tout des besoins de votre entreprise.

La page suivante revient sur les points forts de chaque modèle de déploiement pour vous aider à mieux identifier l'option adaptée.



Sur site

- Ressources existantes : utilisez l'infrastructure et les systèmes intégrés déjà en place et maintenez vos plans de reprise d'activité (PRA).
- Facilité de déploiement : bénéficiez d'une solution tout-en-un et clé en main.
- Flexibilité : faites évoluer vos fonctionnalités au fil de vos besoins avec une solution tout-en-un.
- Ressources internes : misez sur vos ressources informatiques et vos talents existants.
- Contrôle : protégez vos données et maintenez les contrôles de sécurité sur tous vos systèmes et informations. Les éléments d'infrastructure sensibles doivent rester sur site.



Cloud

- Déploiement rapide : déployez rapidement votre centre de contacts sans les traditionnels freins en interne.
- Flexibilité illimitée : recrutez des agents et ouvrez de nouvelles plateformes au rythme de votre croissance, et modulez vos effectifs en fonction des pics saisonniers.
- Sécurité managée : respectez vos obligations de conformité aux normes PCI DSS, HIPAA, et autres.
- Mise à jour continue des technologies : maintenez votre solution à jour avec des mises à niveau automatiques.
- Modèle tarifaire : profitez de la flexibilité d'une facturation à l'usage (« pay-as-you-go »).

Pour votre stratégie de modernisation, un vaste choix de modèles de déploiement s'offre à vous.

Vos options vont d'une configuration simple dans le cloud ou sur site jusqu'aux solutions hybrides, en passant par les services managés.

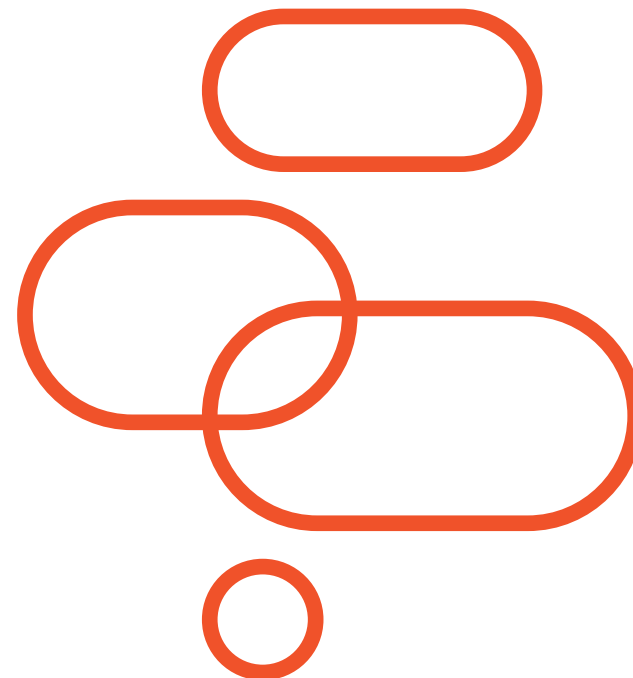
Chapitre 6 : La modernisation des centres de contacts en pratique

L'un des grands ressorts de la modernisation se situe dans le retour sur investissement (ROI) qu'elle génère.

Le ROI d'un centre de contacts tout-en-un se mesure à l'aune de l'efficacité opérationnelle et des résultats concrets qu'engendrent des clients plus fidèles et plus satisfaits.

Ne laissez pas des systèmes datés brider vos capacités opérationnelles et compromettre la relation avec vos clients. Une solution de nouvelle génération vous permettra de faire face à l'évolution de leurs besoins, tout en améliorant votre efficacité et en développant vos opérations. Moderniser votre centre de contacts, c'est faire le choix d'un retour sur investissement direct (hausse du chiffre d'affaires) et de retombées concrètes sur la satisfaction de vos clients.

Lisez les études de cas suivantes pour découvrir les avantages opérationnels et économiques tangibles d'un centre de contacts de nouvelle génération.



Déploiement sur site : MOHELA

Réputée dans tous les États-Unis, MOHELA (Missouri Higher Education Loan Authority) est l'un des grands noms de la gestion des prêts étudiants et des services financiers à l'enseignement supérieur. L'organisation à but non lucratif a pour mission d'informer les emprunteurs et de répondre rapidement à leurs besoins. Basée à Chesterfield, dans le Missouri, elle emploie près de 550 salariés.

Problématique

Compte tenu de sa forte croissance, l'organisation ne parvenait plus à satisfaire toutes ses exigences opérationnelles à l'aide de ses technologies multifournisseurs existantes. La maintenance de systèmes disparates s'avérait particulièrement laborieuse, de même que la mise à jour des options de son SVI. MOHELA cherchait une solution unifiée, capable de s'adapter à son environnement téléphonique mixte.

Solution

Après avoir envisagé une solution Avaya, son fournisseur existant, l'organisation a finalement choisi PureConnect pour ses performances éprouvées et son approche architecturale unique. Associée au module complémentaire Interaction Dialer, la solution tout-en-un PureConnect fluidifie les opérations de MOHELA, tout en réduisant sa dépendance vis-à-vis de ses matériels.

Résultats

Avec PureConnect, l'organisation a considérablement amélioré son efficacité et l'utilisation de ses ressources, tout en réduisant la charge de travail de ses agents grâce à une meilleure reconnaissance vocale. En somme, MOHELA a transformé l'expérience des emprunteurs, mais aussi sa capacité à saisir les nouvelles opportunités.



Principaux avantages

- Triplement des capacités d'appels sortants
- Self-service amélioré et option de paiement par téléphone
- Hausse de la cohérence et de la qualité des appels
- Flexibilité et rapidité face aux nouvelles opportunités

Déploiement sur site : Transat, A.T.

Spécialiste des voyages de loisirs, Transat, A.T., Inc. couvre les transports aériens, l'hôtellerie et les voyages organisés. Basée à Montréal, au Canada, l'entreprise emploie plus de 5 000 salariés dans le monde entier et compte pas moins de 2,3 millions de clients. Elle dessert plus de 50 destinations et entretient une flotte de 44 avions.

Problématique

Son infrastructure de centre de contacts existante ne permettait pas à Transat d'axer ses décisions métiers sur les données. Elle entravait la collaboration entre agents des différents sites et n'offrait aucun chiffre consolidé pour le reporting. Pour couronner le tout, les équipes IT peinaient à chaque montée de version et intégration de nouveaux canaux et applications.

Solution

Plutôt que de mettre à niveau son système existant, Transat a migré vers la solution tout-en-un Genesys PureConnect. Objectif : piloter tous ses canaux et fonctionnalités depuis une seule et même console centralisée. Autres atouts de la plateforme Genesys : fonctionnalités de routage avancées, création d'un pool d'agents centralisé, service client différencié et mise en place d'un service 24h/7j.

Résultats

Transat a unifié ses centres de contacts et centralisé son SVI avec un point d'entrée unique en anglais et en français. Côté expérience, le voyageur peut désormais contacter ses clients de façon proactive sur le canal de leur choix. Tandis que le nouveau poste de travail des agents a sensiblement augmenté le niveau de satisfaction au travail, l'entreprise accède maintenant à des données d'interaction en temps réel.



Découvrez comment Transat a amélioré la satisfaction et l'efficacité de ses agents :

[En savoir plus](#)

Principaux avantages

- Amélioration concrète du workflow
- Réduction des coûts de 1,8 million de dollars grâce à une administration unifiée
- Hausse de la satisfaction et de l'efficacité des agents
- Flexibilité pour l'intégration de nouveaux canaux de communication et de nouvelles applications

Déploiement dans le cloud : Philips

Le géant néerlandais Royal Philips fait partie des leaders mondiaux des secteurs de la santé, de l'électronique grand public et de l'éclairage. Sa mission : capitaliser sur les grandes innovations technologiques au profit de ses clients, consommateurs et investisseurs.

Problématique

Le système sur site du siège US de Philips entravait considérablement ses activités : file d'attente non extensible, absence de prise en charge des interactions multicanaux, etc. Et il lui coûtait aussi très cher. Au moment de déménager son site, l'entreprise n'avait donc aucun intérêt à conserver ce système rigide et peu fonctionnel.

Solution

Philips a alors choisi PureConnect pour son modèle de facturation simple, prévisible et économique, doublé d'une extraordinaire richesse fonctionnelle. La solution cloud a également permis à l'entreprise de se doter d'une seule plateforme à l'international, qui prend aussi en charge ses centres de contacts au Japon et en Europe.

Résultats

PureConnect a été configuré en totalité avant la migration. Philips a ainsi pu bénéficier d'un déploiement transparent, sans aucune coupure d'appel tout au long de la transition. Routage et file d'attente multicanaux, serveur vocal interactif, messagerie unifiée, gestion de la présence... aujourd'hui, Philips s'appuie sur les nombreuses fonctionnalités de PureConnect pour assurer une expérience client impeccable.

PHILIPS

Principaux avantages

- Virtualisation pour le déploiement d'agents en télétravail
- Déploiement rapide d'un large éventail de technologies, y compris les nouveaux schémas de routage
- Efficacité opérationnelle et baisse de la charge de travail des équipes IT
- Reprise d'activité rapide pour une disponibilité maximale

Chapitre 7 : Conclusion

À la ville comme au travail, vos clients veulent pouvoir interagir à leur manière. À vous de communiquer avec eux sur le canal de leur choix pour leur offrir un service personnalisé.

Genesys PureConnect propose une solution tout-en-un, simple à utiliser, rapide à déployer et capable d'évoluer au rythme de votre centre de contacts. Vos clients ont le choix du canal, en self-service comme en service assisté. Quant à vous, vous améliorez l'efficacité de votre centre de contacts. Optez pour un centre de contacts de nouvelle génération pour proposer des expériences omnicanal qui fidéliseront vos clients et vous donneront l'avantage sur vos concurrents.

Fonctionnalités clés

- Plateforme d'Expérience Client Genesys leader : PureConnect est parfaitement adapté aux besoins des moyennes et grandes entreprises.
- Communications omnicanal entrantes et sortantes (e-mails, chat, interactions mobiles et self-service avancé) : répondez aux attentes de vos clients en leur proposant une expérience homogène sur le canal de leur choix.
- Routage et analytique de pointe : simplifiez votre gestion pour optimiser les expériences clients tout en réduisant votre TCO.
- Architecture ouverte : maximisez vos investissements PBX et informatiques existants.
- Déploiements accélérés : faites confiance au leader des solutions d'engagement client sur site et dans le cloud.

PureConnect, basé sur la Plateforme d'Expérience Client Genesys

Orchestrez des expériences clients omnicanal en toute fluidité, depuis une seule et même plateforme CX intégrée. Sur site comme dans le cloud, la Plateforme d'Expérience Client Genesys simplifie l'administration, booste les performances opérationnelles et réduit le coût total de possession.

[En savoir plus](#)

[Demander une démo](#)

[Nous contacter](#)

[Lire le livre blanc](#)



Genesys®, c'est un leadership mondial de plus de 25 milliards d'expériences clients par an. Chaque jour, nous aidons vos collaborateurs à dialoguer avec vos clients sur tous les canaux. Plus de 10 000 entreprises dans plus de 100 pays misent sur notre plateforme d'expérience client n° 1 du marché. Sur site ou dans le cloud, les solutions Genesys misent sur le meilleur des technologies et de l'intelligence humaine pour promouvoir une communication fluide, instinctive et productive, à votre image.

Pour plus d'infos, rendez-vous sur
www.genesys.com/fr

ou contactez-nous au
+33 (0)1 84 88 49 52

© 2017 Genesys. Tous droits réservés. Genesys et le logo Genesys sont des marques déposées de Genesys. Tous les autres noms d'entreprise et logos peuvent être des marques, déposées ou non, de leurs détenteurs respectifs.

Suivez-nous via **genesys.com/fr**, les réseaux sociaux et le **blog Genesys**.

