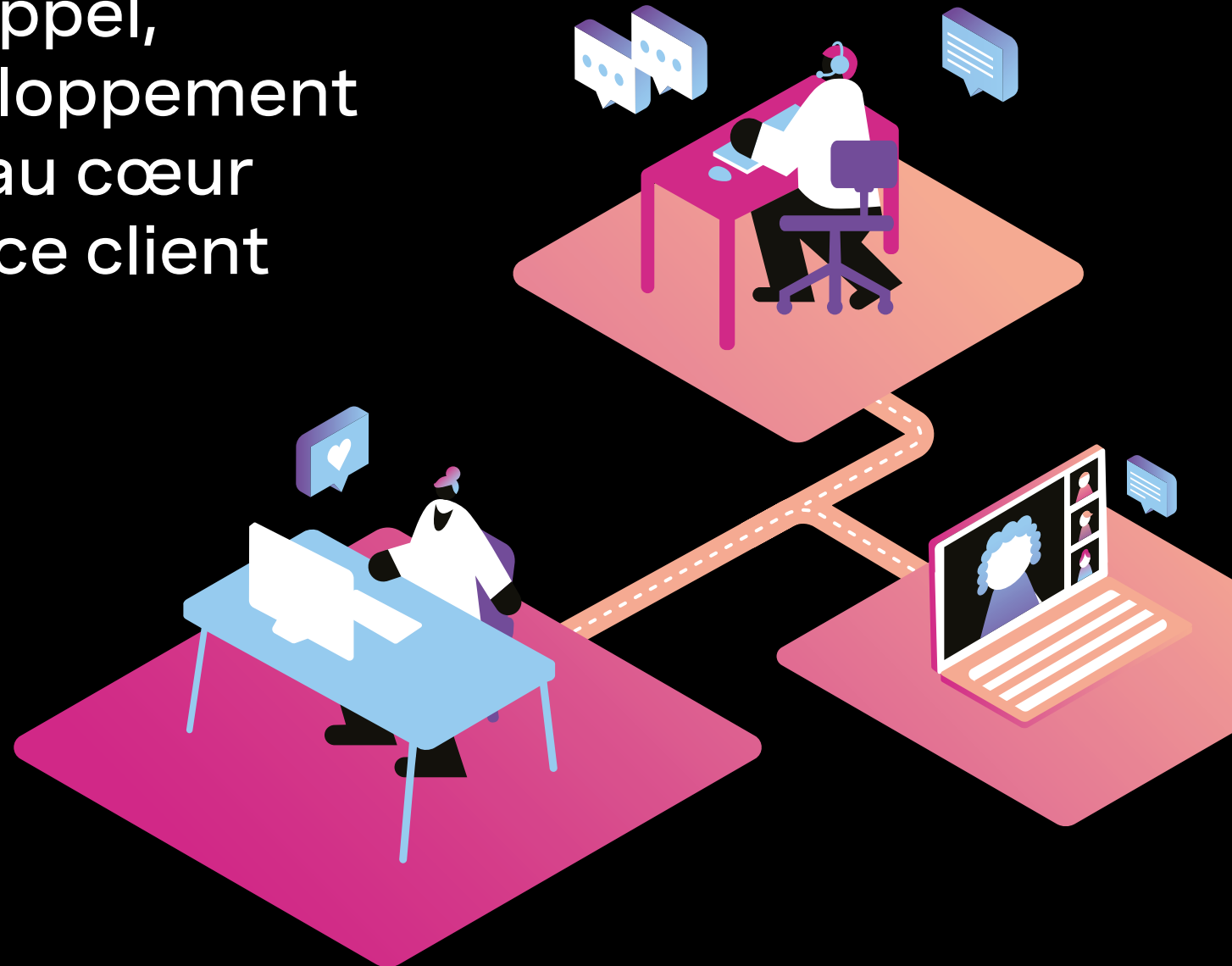


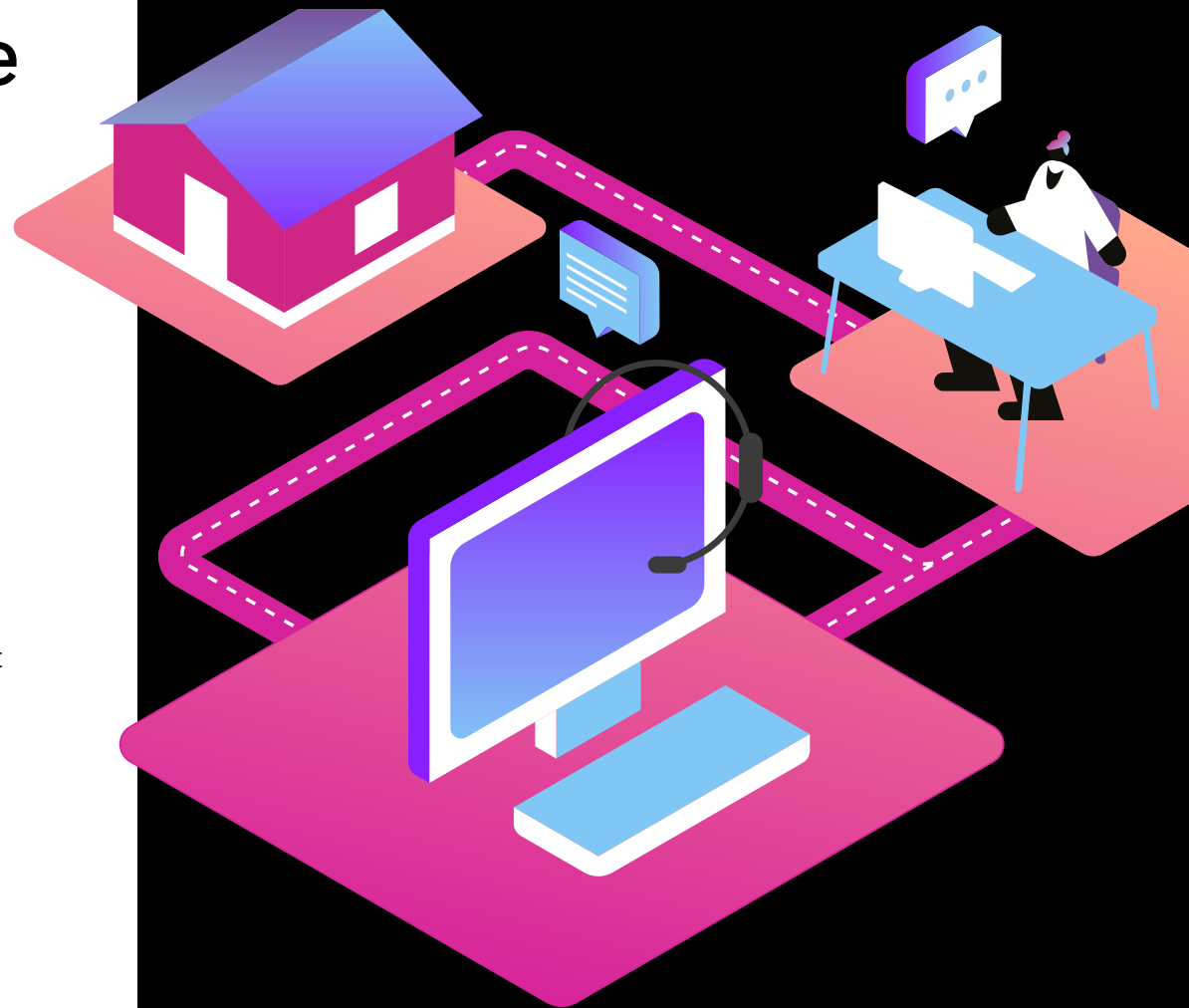


Le centre d'appel,
outil de développement
stratégique au cœur
de l'expérience client



Centres de contact : l'expérience client, un enjeu stratégique

L'expérience client (CX) est devenue fondamentale pour toutes les entreprises. Avec la multiplication des canaux de communication, le consommateur, hyper-connecté et informé, est devenu beaucoup plus exigeant. Le mouvement s'est accentué avec la crise sanitaire, qui a accéléré la transformation digitale. Si la plus grande attention doit être portée au parcours du client et à son ressenti, cette expérience est également devenue un formidable levier de compétitivité. Vonage a ainsi conçu sa solution de centre de contact, Vonage Contact Center, afin de mettre la donnée au cœur du service client et ainsi créer une expérience client personnalisée, positive et fluide.





des consommateurs n'hésiteront pas à rompre une relation avec une entreprise en raison d'un service client médiocre

(Étude Microsoft)

L'expérience client : la grande problématique des entreprises

Les clients attendent des marques qu'elles les servent rapidement et efficacement. Près de deux tiers (58 %) des consommateurs n'hésiteront pas à rompre une relation avec une entreprise en raison d'un service client médiocre ([étude Microsoft](#)). « *Beaucoup de sociétés restent encore bien trop mal équipées avec des SVIs traditionnels où le client qui appelle doit saisir son numéro de contrat. Et dès qu'il a un agent en ligne, on lui redemande ce même numéro. C'est vraiment frustrant pour le client qui perd du temps pour régler un problème souvent tout simple* » décrit Régis Vignon, Strategic Account Director chez Vonage. Le centre de contact, au contraire, doit être pensé comme un atout stratégique où les données clients sont utilisées pour leur offrir une expérience plus agréable et pertinente et où l'effort client est réduit au maximum.

Un parcours irréprochable grâce à une expérience multicanal

Afin que les clients puissent communiquer avec la marque comme ils le souhaitent et au moment où ils le souhaitent, tous les canaux sont inclus dans Vonage Contact Center (voix, numérique, vidéo, etc.). Le client peut, par exemple, envoyer un mail le soir, puis contacter le service client le matin par chat quand il est au travail, avant enfin d'appeler le support client. « *L'intérêt de cette solution est d'éviter d'imposer au client de se répéter à chaque fois qu'il change de canal et d'interlocuteur. Avec nos fonctionnalités modernes d'accueil et de distribution automatique des appels, on peut faire remonter auprès de l'agent tout l'historique, depuis n'importe quel canal* » note Régis Vignon. Le client peut aussi être autonome avec des fonctionnalités de self-service qui lui permettent de replanifier seul une date de livraison ou un rendez-vous, d'obtenir une information sur son contrat, ou d'effectuer un paiement. « *L'important est que l'effort client pour obtenir la réponse à sa demande soit réduit, afin que la satisfaction client et le NPS augmentent* » ajoute-t-il.



« La mise en place d'un centre de contact cloud performant est vraiment la clé de voute d'une expérience client sans couture »

Régis Vignon

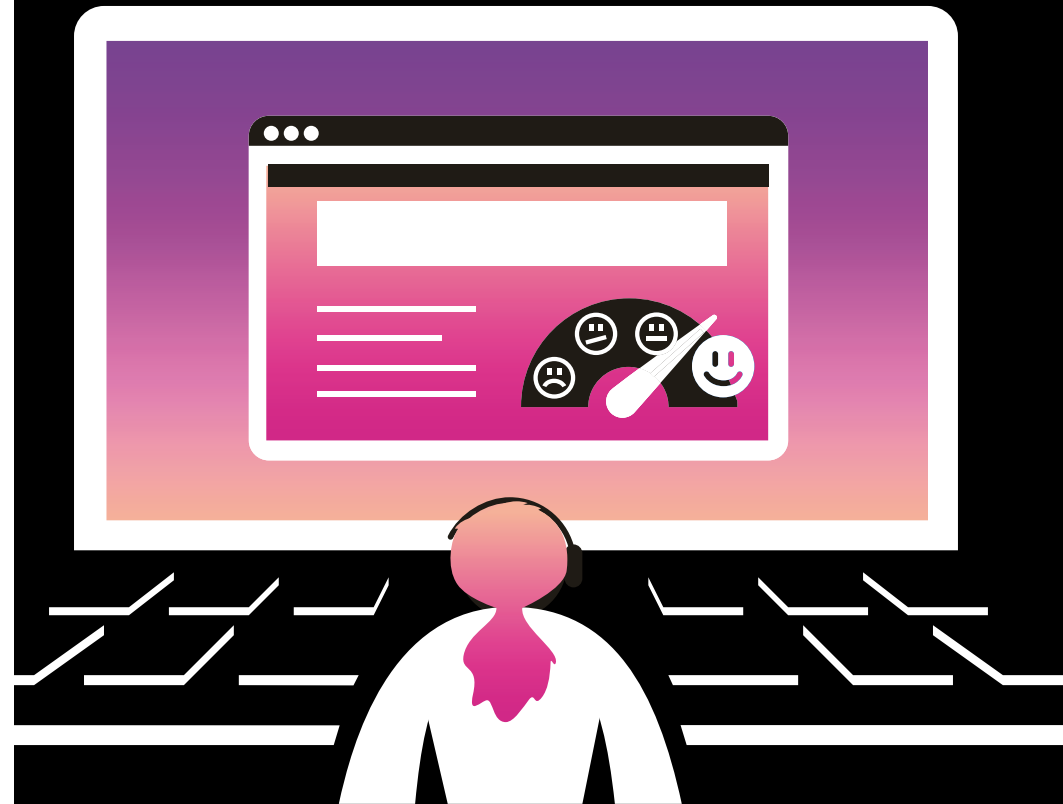
Vonage Contact Center : des interactions pertinentes

Avec l'intégration de Vonage Contact Center à un CRM, comme Salesforce ou Microsoft Dynamics 365, par exemple, il est possible de créer une plateforme de communication cloud complète, permettant aux agents d'accéder en temps réel aux données client. Les conseillers peuvent ainsi vraiment personnaliser leurs interactions, mieux servir les clients et anticiper leurs besoins. « *Imaginez un assuré qui a un problème de dégât des eaux. Quand il appelle son assurance au sujet de sa déclaration, il peut être identifié dès le début de l'interaction grâce à son numéro de client, voire simplement via le numéro de téléphone qu'il utilise pour appeler. Il est alors automatiquement orienté vers le bon service. Le conseiller qui décroche débute la conversation par "Bonjour Monsieur X, vous appelez au sujet de votre sinistre ?"* » remarque Régis Vignon. « *Autre exemple, si vous fournissez un service de livraison de colis, les appels concernent souvent leur statut.* »

« *Avec Vonage Contact Center, dès que les clients composent le numéro, on peut leur proposer des options personnalisées grâce à la configuration du call flow - l'outil qui permet de gérer les flux d'appels. Ils peuvent ainsi par exemple accéder au suivi de livraison en première option. Il y a donc un aspect quasi prédictif à la solution que les clients apprécient* » ajoute ce dernier. Enfin, les enquêtes de satisfactions permettent un traitement personnalisé de chaque appel : le client insatisfait peut devenir prioritaire. « *La mise en place d'un centre de contact cloud performant est vraiment la clé de voute d'une expérience client sans couture, renforçant la fidélisation des clients* » conclut Régis Vignon.

Centres de contact : l'expérience agent, une nouvelle priorité

Dans un contexte mondial de guerre des talents, et alors que la rétention des employés et leur bien-être sont des considérations cruciales pour les entreprises, les agents doivent bénéficier d'une expérience optimale. Les solutions de Vonage améliorent considérablement l'expérience des agents (EX), offrant une vue à 360 degrés du client par le biais d'interfaces stables, simples et efficaces.



« Beaucoup de centres de contact ont des infrastructures informatiques dépassées, avec des équipements et logiciels multiples et en silo qui ne permettent pas à l'agent de faire son travail dans les meilleures conditions »

Régis Vignon

Agent en centre de contact : un rôle clé appuyé par une technologie stable et performante

Le bien-être des conseillers est devenu une priorité dans les centres d'appel : 74 % des agents risquent l'épuisement professionnel ([Etude Toister Solutions](#)) et le turnover annuel dans les centres d'appels serait compris entre 18 et 25 % en France ([recherche de Sarah Boujendar](#)). Pour Régis Vignon, le bien-être des agents dépend en partie de la qualité des outils dont ils sont équipés. Un outil performant implique des soucis en moins et la possibilité de se concentrer sur son cœur de métier : la relation client. Voilà pourquoi la stabilité du système est cruciale. *« Les problèmes de connexion peuvent avoir un impact négatif sur la qualité de l'audio. Le conseiller doit alors faire répéter le client. Il ne bénéficie donc pas des conditions nécessaires pour traiter efficacement ses demandes »*. Délivrée par un robuste réseau d'opérateurs, la solution Vonage Contact Center (VCC) offre une fiabilité de 99,999 %*, afin de rendre l'échange entre le conseiller et le client optimal.

« Beaucoup de centres de contact ont des infrastructures informatiques dépassées, avec des équipements et logiciels multiples et en silo qui ne permettent pas à l'agent de faire son travail dans les meilleures conditions » note celui-ci. VCC permet, entre autres, de mieux gérer les fluctuations et les périodes de pointes ; d'accélérer les étapes d'identification et de vérification de l'identité du client ; de réduire le nombre d'appels relatifs à des tâches sans intérêt, libérant ainsi du temps aux agents pour qu'ils puissent mieux servir les clients.

* La fiabilité de 99,999 % se base sur le temps de disponibilité/fonctionnement moyen de la solution Vonage.



Un agent informé et autonome pour un service client de premier ordre

VCC permet de distribuer les communications aux agents les plus appropriés, selon leur expertise métier, leur séniorité ou un attribut spécifique comme la langue par exemple. Grâce à son intégration avec les outils CRM, et à l'identification automatique du client, VCC permet de remonter aux agents la bonne fiche client avec toutes les informations nécessaires au traitement efficace des requêtes : tickets en cours, commandes passées, etc. Cet accès à l'historique client leur donne une vue à 360° des activités de leurs contacts, et ce, au moment même où la communication leur est assignée. Ces informations contextuelles permettent aux agents d'être proactifs, de traiter plus efficacement les demandes clients et d'augmenter ainsi le taux de résolution au premier contact. *« Cela améliore la satisfaction des agents, mais aussi celle des clients. Un agent plus efficace, et plus performant, est un atout pour les clients et pour l'entreprise. Cela permet de construire un cercle vertueux »* souligne Régis Vignon.

« Un agent plus efficace, et plus performant, est un atout pour les clients et pour l'entreprise. Cela permet de construire un cercle vertueux. »

Régis Vignon



67%

des participants à l'étude IGW
pensent que la flexibilité du travail
a rendu leur entreprise
plus productive

(Étude Global Workspace Survey)

Un agent mobile pour garantir la continuité de service

Disponible sur le Cloud, Vonage Contact Center permet aux agents de travailler indifféremment au bureau ou à domicile pour continuer de répondre efficacement aux besoins des clients. En effet, la tendance au télétravail, qui s'est accélérée avec la pandémie de COVID-19, devrait s'inscrire dans la durée : 67 % des participants à l'étude IGW ([Global Workspace Survey](#)) pensent que la flexibilité du travail a rendu leur entreprise plus productive. « Les entreprises équipées de VCC n'ont eu aucun problème au moment du confinement à faire basculer leurs équipes en home office du jour au lendemain » remarque Régis Vignon. « Notre solution est accessible via un navigateur internet et ne dépend pas des infrastructures téléphoniques et informatiques existantes. On peut passer du bureau au home office facilement et en changeant si besoin de terminal » conclut-il.

L'agent mobile peut ainsi simplement se connecter à un navigateur web et à son CRM, auquel VCC est intégrée. Les appels lui sont alors délivrés indifféremment via l'application VCC (par internet), via son téléphone portable ou encore via le

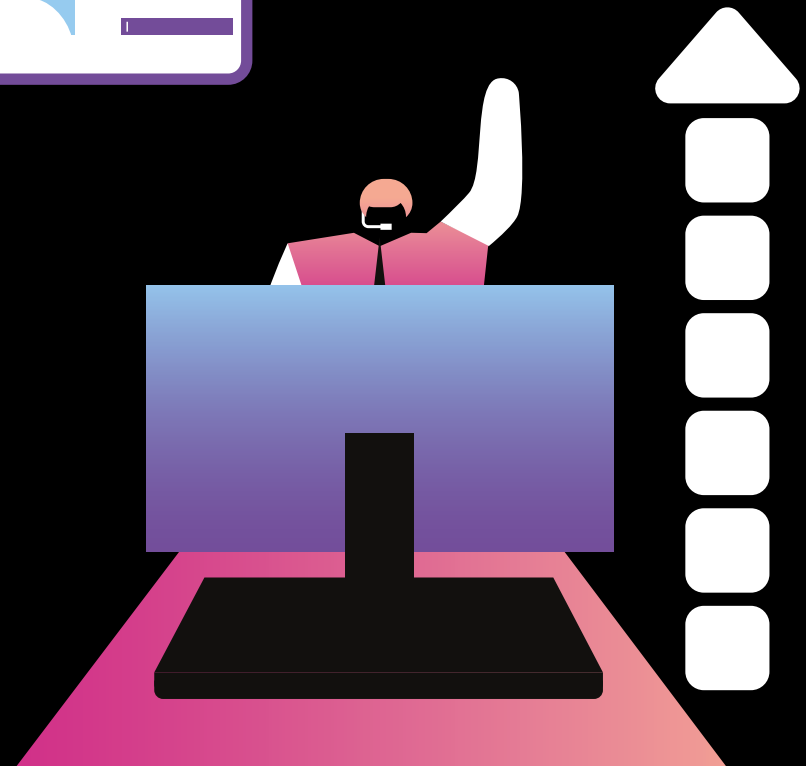
téléphone fixe de son domicile. Par ailleurs, si l'entreprise a déjà une infrastructure téléphonique en place, elle n'a aucun besoin d'en changer. La solution Vonage est en effet entièrement agnostique au niveau de la téléphonie en usage dans les entreprises et chez les travailleurs à distance. VCC vient ainsi compléter les solutions déjà en place et les rendre plus performantes sans pour autant être intrusive. Et les appels sont délivrés quelle que soit la localisation géographique des agents.



Centres de contact : l'accès aux données clients et agents pour optimiser le management



Toutes les organisations, de nos jours, tentent de devenir « data-driven » pour améliorer non seulement leurs services et produits, mais aussi pour avoir une meilleure compréhension de leurs clients finaux. Ainsi, la connaissance des problèmes rencontrés pendant le parcours client donne les clés pour améliorer la qualité du service rendu et le niveau de satisfaction et fidélisation clients. Dans les centres de contact, l'utilisation de solutions d'automatisation et d'analyse de données efficaces pour le reporting, la supervision et l'administration est devenue essentielle afin d'améliorer la productivité, réduire les coûts et développer une culture d'entreprise basée sur le ressenti des clients.



« Grâce à cette analyse, les équipes Qualité peuvent identifier et examiner rapidement les appels nécessitant des mesures correctives »

Régis Vignon

Une gestion optimale avec un focus sur la qualité

Pour le management des centres de contact, le suivi de la qualité des appels est habituellement un processus laborieux et subjectif. Cela impose au superviseur d'écouter au hasard les appels de chaque agent. Il ou elle doit ensuite remplir un questionnaire ou traquer l'activité historique de l'agent dans un outil CRM ou BI afin de déterminer les pistes d'amélioration propres à chaque conseiller. Néanmoins, moins de trois pour cent des appels sont analysés et les superviseurs ne se souviennent, en moyenne, que des cinq derniers appels qu'ils ont écoutés ([livre blanc Vonage](#)). Ce type de management, directif plutôt qu'interactif, est peu rigoureux et peut avoir un impact négatif sur la motivation de l'employé et sur l'expérience client. Dans ce cas de figure, on s'aperçoit que les dysfonctionnements ne sont détectés que par hasard ou en cas de problème client majeur. L'automatisation de la supervision est donc un moyen à privilégier pour améliorer l'efficacité des équipes et la qualité du suivi client.

L'analyse des conversations, levier d'amélioration de la qualité du service client

Grâce à ses capacités d'analyse des appels vocaux (Quality Monitoring), le module Conversation Analyzer de Vonage permet d'identifier rapidement les informations pertinentes et les tendances, ainsi que d'évaluer la conformité du personnel et la connaissance des produits. En effet, en traduisant la voix en texte, il facilite l'analyse segmentée des appels. *« Grâce à cette analyse, les équipes Qualité peuvent identifier et examiner rapidement les appels nécessitant des mesures correctives ou pouvant être utilisés comme références de Bonnes Pratiques par le reste des équipes »* explique Régis Vignon. Les appels peuvent ainsi être notés et servir à la formation ou à l'évaluation des agents. En intégrant l'ensemble de ces données et segmentations, qui peuvent être croisées avec les données CRM, Conversation Analyzer permet un reporting en temps réel, avec des KPI personnalisables. Le tout constitue un outil de gestion de la qualité et de formation des collaborateurs, une aide à la prise de décisions business et, bien sûr, un support à l'amélioration de l'expérience client.



Fini la navigation à l'aveugle, passez au pilotage automatique

Grâce à Conversation Analyzer, vous obtenez jusqu'à 16 fois plus d'informations qu'une Assurance Qualité traditionnelle et les superviseurs voient réduire de 75 % le temps passé à l'écoute des appels ([livre blanc Vonage](#)). Ce module permet également une gestion décentralisée de la qualité et une augmentation de l'engagement des agents, ceux-ci ayant la possibilité de monitorer eux-mêmes leurs performances. Enfin, en plus de faciliter les prises de décisions business, cette solution peut être aussi utilisée pour fédérer les collaborateurs autour du changement et de l'amélioration des opérations via des compétitions amicales entre agents. L'analyse des appels permettant d'identifier les comportements spécifiques des agents et de récompenser les bonnes attitudes, les agents peuvent entrer en compétition pour atteindre l'objectif ultime : fournir la meilleure expérience client.





Vonage Contact Center permet un niveau d'engagement client qui métamorphose les entreprises du monde entier.

Notre plateforme cloud de centre de contact client, plusieurs fois primée, révolutionne la façon dont les entreprises interagissent avec leurs clients à travers le monde.

Celles-ci peuvent ainsi vendre plus, offrir un meilleur service et se développer plus rapidement.

France +33 1 84 88 79 74

Royaume-Uni +44 (0) 207 785 8888

États-Unis +1 855 534 2888

EMEA +32 2 793 3835

APAC +61 285 993 444

vonage.fr



Commencez en toute simplicité !

Vous avez maintenant exploré tout ce que Vonage Contact Center peut offrir. Alors, qu'attendez-vous ? Commencez en toute simplicité :



[Contactez Vonage](#) dès aujourd'hui



Pour en savoir plus, regardez nos [vidéos de démonstration](#)



Découvrez comment [nous aidons d'autres clients](#)



[Demandez une démonstration](#) adaptée à vos besoins

