

Solutions affaires avec du flair



Solutions affaires

Nos Solutions affaires visent à optimiser votre facteur H, en agissant à la fois sur les systèmes humains, les processus et la technologie.

+ Optimiser les processus du centre de relation client	Par des moyens tels que : <ul style="list-style-type: none">- L'élimination des tâches sans valeur ajoutée- La réingénierie de processus- L'automatisation
+ Optimiser les flux d'appels	Par des moyens tels que : <ul style="list-style-type: none">- Un plan de gestion des effectifs : « Les bonnes personnes au bon moment, au bon endroit »- L'optimisation de la RVI et intégration de fonctionnalités de type rappel- La maximisation des opérations (ex : heures d'opérations, multi-compétences, plans de débordement et de contingence, etc.)
+ Maximiser la qualité de service	Par des moyens tels que : <ul style="list-style-type: none">- Les standards de service et de conformité- L'assurance qualité (ex : grille, échantillonnage, étalonnage)- L'analytique des interactions- La gestion des insatisfactions et des plaintes client
+ Optimiser la performance des agents	Grâce à une boîte à outils du gestionnaire, incluant : <ul style="list-style-type: none">- La routine de gestion jour/semaine/mois- Le coaching des comportements- Le tableau de bord, l'amélioration continue et les plans d'actions



Trois possibilités pour répondre à vos besoins

	Évaluer	Planifier	Transformer
	Identifier les opportunités d'amélioration	Définir la cible et les changements à réaliser	Engager vos équipes dans le changements
Audit de performance	✔	✔	✔
Analyse concurrentielle	✔	✔	✔
Évaluation de maturité	✔	✔	✔
Vision et stratégies		✔	✔
Analyse du retour sur investissement		✔	✔
Plans détaillés		✔	✔
Gestion du changement			✔
Suivi des bénéfices			✔



Évaluer

Identifier les opportunités d'amélioration

Pourquoi ?

- Réduire les inefficacités et les coûts
- Améliorer les niveaux de service
- Rehausser la qualité des appels
- Améliorer la performance des employés

Comment ?

Une évaluation complète et systématique des forces et opportunités de votre CRC sur trois dimensions :

- Systèmes humains
- Processus
- Technologies

Démarche type

- 1 Initiation
- 2 Audit de performance
- 3 Analyse concurrentielle
- 4 Évaluation de maturité

Initiation

1

Rencontre de démarrage sans engagement pour évaluer les besoins.

Audit de performance

2

Analyse des KPIs, de la qualité des interactions (appels, chats, courriels) et de l'efficacité et des ressources.

Analyse concurrentielle

3

Comparaison des niveaux de performance par rapport à des Centres de Relation Client de taille similaire dans votre secteur d'activité.

Évaluation de maturité

4

Analyse de l'ensemble des aspects du CRC selon 7 dimensions clés.



Étude de cas

Identifier le potentiel caché de performance de son CRC

Depuis plusieurs mois, un centre de relation client expérimentait des taux d'abandon élevés de l'ordre de 18%, avec des conséquences sur ses revenus et l'expérience de ses clients. Les efforts étaient concentrés sur le recrutement et la formation de nouveaux agents.

Une analyse approfondie des indicateurs a permis d'identifier une capacité inutilisée de l'ordre de 35% des effectifs en place, sans tenir compte des temps hors-ligne planifiés (coaching, rencontres d'équipe, etc...).

35%

Capacité non utilisée

Suivant les recommandations de Promethee, l'équipe de gestion des effectifs a réalisé des changements dans la planification des horaires, la stratégie de téléphonie (RVI) et l'organisation des compétences ; les gestionnaires ont adopté de nouvelles pratiques de suivi et de coaching des employés.

Les améliorations ciblées ont eu un impact positif sur le volume d'appels (réduction des appels répétitifs des clients) permettant d'atteindre un taux d'abandon de 5% en quelques semaines.

12%

Réduction du taux d'abandon sans ajout de ressources



Planifier

Définir la cible et les changements à réaliser

Pourquoi ?

- Réduire les inefficacités et les coûts
- Améliorer les niveaux de service
- Rehausser la qualité des appels
- Améliorer la performance des employés

Comment ?

La cocréation de stratégies et de plans détaillés pour optimiser :

- Les processus
- Les flux d'appel - « Les bonnes personnes au bon moment sur le bon appel »
- La qualité de service
- Le comportements des agents

Démarche type

- 1 Initiation
- 2 Audit de performance
- 3 Analyse concurrentielle
- 4 Évaluation de maturité
- 5 Vision et stratégies
- 6 Analyse du retour sur investissement
- 7 Plans détaillés

Initiation

1

Rencontre de démarrage sans engagement pour évaluer les besoins.

Audit de performance

2

Analyse des KPIs, de la qualité des interactions (appels, chats, courriels) et de l'efficacité et l'efficacités des processus et ressources.

Analyse concurrentielle

3

Comparaison des niveaux de performance par rapport à des Centres de Relation Client de taille similaire dans votre secteur d'activité.



Planifier (2/2)

Définir la cible et les changements à réaliser

Évaluation de maturité

4

Analyse de l'ensemble des aspects du CRC selon 7 dimensions clés.

Vision et stratégies

5

Établir le rôle, la vision et les stratégies du futur de votre centre de relation client pour un impact maximal sur l'entreprise, les clients et les employés.

Analyse du retour sur investissement

6

Évaluer les coûts et bénéfices. Établir le tableau de bord du changement.

Feuille de route et plans détaillés

7

Développer la feuille de route et les plans détaillés pour changer les systèmes humains, les processus et les technologies.



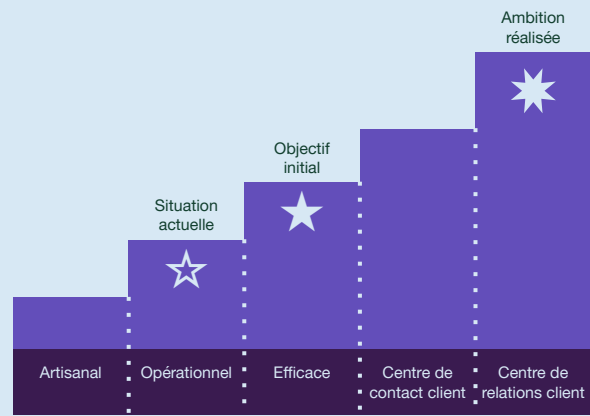
Étude de cas

Bâtir son Centre de relation client du futur

Engagée dans une transformation de son organisation, une organisation a fait appel à Prométhée pour évaluer et réinventer le rôle de son centre d'appel de manière à maximiser son impact sur l'expérience client.

Prométhée a complété une évaluation complète de la performance et de la maturité du centre d'appel. L'équipe a défini sa vision du futur pour développer un centre de relations client en appui avec les priorités de l'organisation mises sur l'expérience humaine et la relation avec les clients.

Une feuille de route a été développée pour détailler les étapes pour migrer les appels simples sur les canaux numériques et faire évoluer la technologie, les processus et l'organisation humaine du CRC.



Les changements ont été séquencés pour réaliser un retour sur investissement (ROI) positif dès la première année et améliorer à la fois l'expérience client, l'engagement des employés et les coûts.

Une évaluation des solutions technologiques disponibles sur le marché a permis de sélectionner une nouvelle plateforme multicanale mieux adaptée aux besoins et à la réalité de l'organisation. Elle soutiendra la nouvelle mission du CRC et l'ambition de créer une vision 360 des clients.

< 12 mois

ROI du plan de transformation du CRC
réalisé en moins d'un an.



Transformer

Engager vos équipes dans le changement

Pourquoi ?

- Réduire les inefficacités et les coûts
- Améliorer les niveaux de service
- Rehausser la qualité des appels
- Améliorer la performance des employés

Comment ?

Un accompagnement personnalisé pour :

- Évaluer les forces et opportunités de votre centre de relation client
- Développer une vision, une feuille de route et des plans détaillés
- Conduire le changement jusqu'à la réalisation des bénéfices

Démarche type

- 1 Initiation
- 2 Audit de performance
- 3 Analyse concurrentielle
- 4 Évaluation de maturité
- 5 Vision et stratégies
- 6 Analyse du retour sur investissement
- 7 Plans détaillés
- 8 Gestion du changement
- 9 Suivi des bénéfices

Initiation

1

Rencontre de démarrage sans engagement pour évaluer les besoins.

Audit de performance

2

Analyse des KPIs, de la qualité des interactions (appels, chats, courriels) et de l'efficacité et de l'efficacités des processus et ressources.

Analyse concurrentielle

3

Comparaison des niveaux de performance par rapport à des Centres de Relation Client de taille similaire dans votre secteur d'activité.



Transformer (2/3)

Engager vos équipes dans le changement

Évaluation de maturité

4

Analyse de l'ensemble des aspects du CRC selon 7 dimensions clés.

Vision et stratégies

5

Établir le rôle, la vision et les stratégies du futur de votre centre de relation client pour un impact maximal sur l'entreprise, les clients et les employés.

Analyse du retour sur investissement

6

Évaluer les coûts et bénéfices. Établir le tableau de bord du changement.

Feuille de route et plans détaillés

7

Développer la feuille de route et les plans détaillés pour changer les systèmes humains, les processus et les technologies.



Transformer (3/3)

Engager vos équipes dans le changement

Gestion du changement

8

Identification et gestion proactive des résistances et préoccupations par l'implication, la responsabilisation et le soutien dans l'action.

Suivi des bénéfices

9

Implantation des changements décidés jusqu'à l'obtention des bénéfices attendus.



Étude de cas

Conduire le changement par la synergie entre opérations et Marketing

Engagée dans la croissance de ses parts de marché, une organisation du secteur de l'assurance a fait appel à Prométhée pour l'accompagner dans la montée en volume et la transformation de son centre d'expérience client.

Le diagnostic de la situation actuelle a mis à jour l'opportunité de redonner un rôle plus stratégique au CRC, en synergie avec les équipes marketing et numériques.

L'équipe de gestion a développé et communiqué sa nouvelle vision et ses priorités d'action pour bâtir un centre plus proactif, plus centré client tout en étant plus efficient. Il en a résulté une augmentation de la mobilisation des équipes.

+15%

Engagement des employés

Des équipes de projet se sont mises en place, rassemblant des agents et des employés des différents secteurs pour questionner le statu-quo, définir de nouvelles façons de faire et les mettre en place.

En quelques mois, une nouvelle capacité d'appels sortants a été instaurée, plusieurs tâches inutiles éliminées et les latitudes des agents étendues, le tout dans un contexte d'embauche massive et d'implantation d'une nouvelle plateforme téléphonique multi-canal.

Les équipes ont obtenu des résultats « jamais atteints », tant au niveau de la qualité de service, de la performance des ventes, que de l'engagement des employés. Mais surtout, la nouvelle synergie entre les équipes CRC/Marketing/Numérique vient renforcer la différenciation de l'organisation.

+116%

Performance versus l'objectif de revenus



Contact

Guillaume Delroeux

Président

guillaume.delroeux@prometheeconsultants.ca

