

Débloquez le potentiel d'**engagement collaborateur** au centre de contacts !



Frédéric CANEVET

Product Manager Bots & Projets Digitaux



Au sommaire

- Qui est Eloquant ?
- Les mécanismes de l'engagement
- Les 5 étapes pour diffuser une culture client au CRC
- Cas pratiques – Module Bravo à la MNT
- Conclusion
- Votre plan d'action
- Q/R

Eloquant est un partenaire engagé pour accompagner les entreprises européennes à gérer, orchestrer, mesurer et améliorer les conversations avec leurs clients grâce à une solution étendue **de Centre de Contact (CCaaS) et de Voix du Client (VoC)**.

 **20 ans** d'expérience

 **40 pays**



450 millions d'interactions



150 millions d'enquêtes



+ 320 clients



120 experts



94% de satisfaction



Certifications ISO 27 001 et 27 701

Notre mission

Créer des expériences mémorables entre vos clients et vos collaborateurs

**Une expérience
qui dépasse les attentes,**

grâce aux données,

**pour une relation client
attentionnée**



*Omnicanalité
Personnalisation
Autonomie
Proactivité*



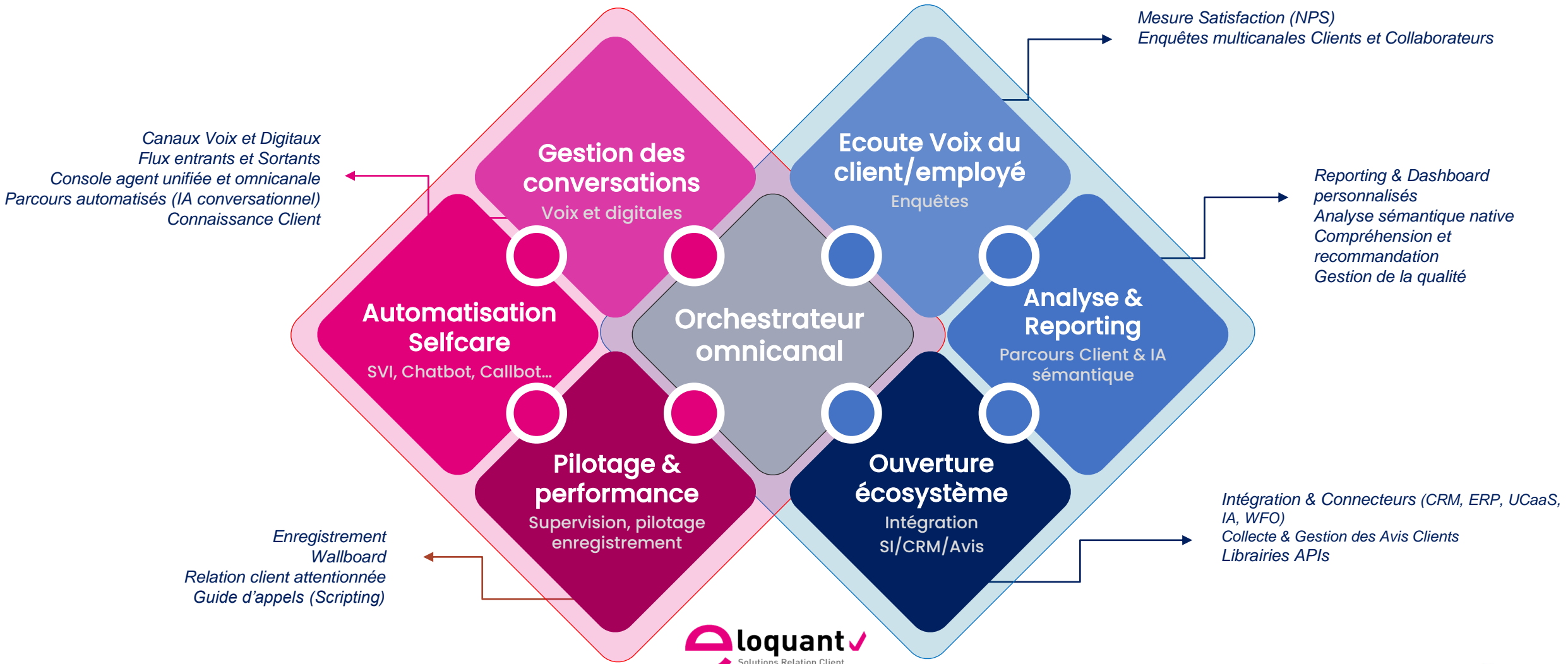
*Historique des interactions
Connaissance client
Analyse des conversations
Mesure de la satisfaction*



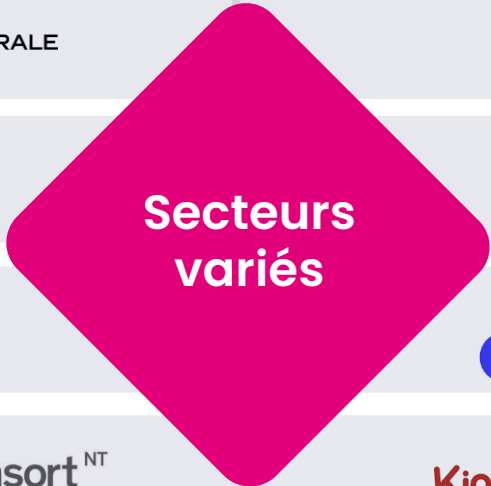
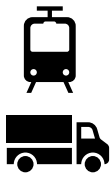
*Expérience utilisateur (outils, ergonomie,
accessibilité...)
Engagement (Montée en compétences, satisfaction
collaborateurs, assistance)*

Plateforme Cloud d'Expérience Client

Gestion de bout en bout du parcours client



Nos clients

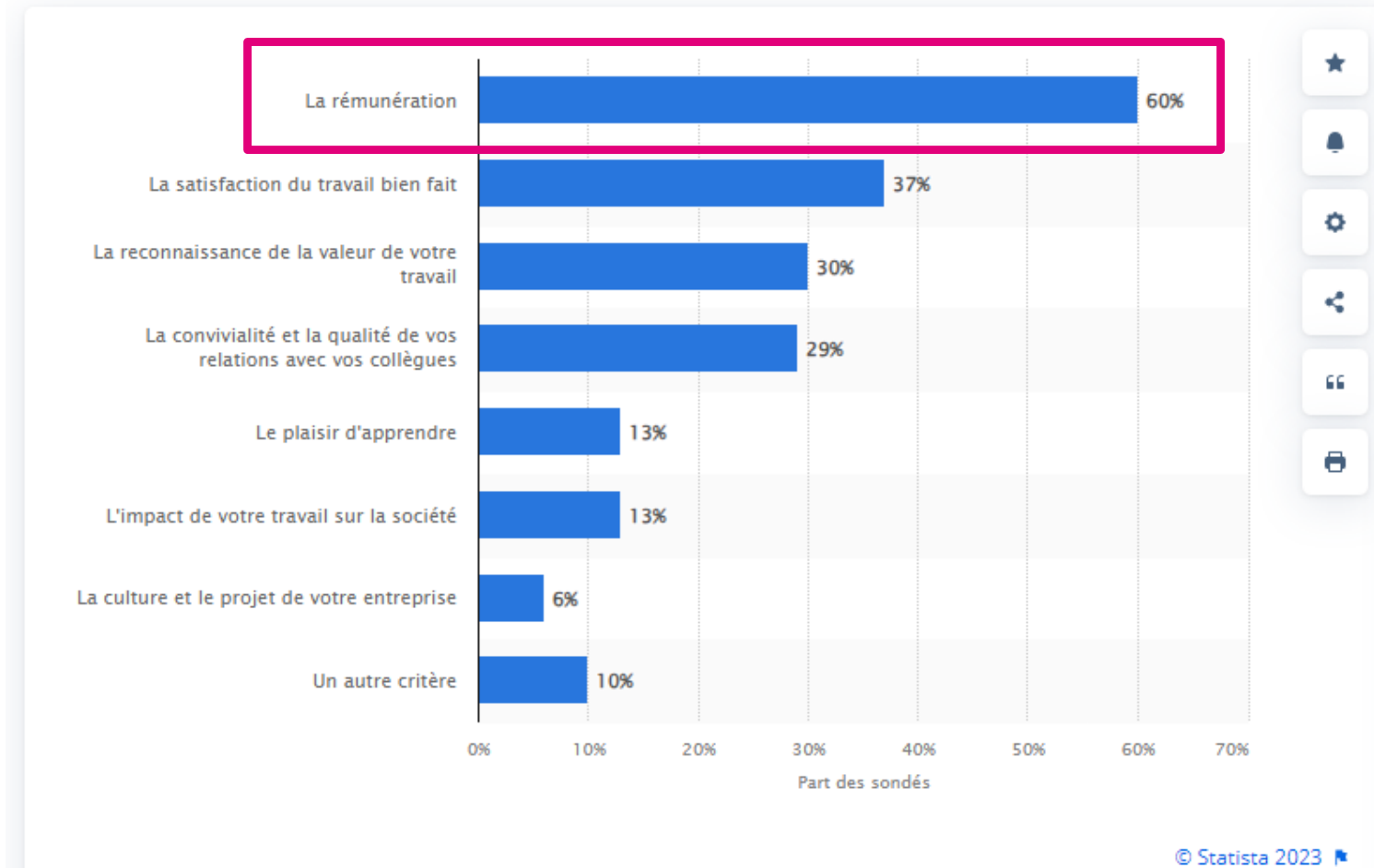




Comment favoriser l'engagement des collaborateurs ?

Ce que nous disent les études déclaratives

Classement des facteurs de motivation au travail pour les salariés français en 2020



Mais c'est du déclaratif !

Quelles applications au centre de contacts ? (1/3)

▶ Reconnaître et récompenser les efforts

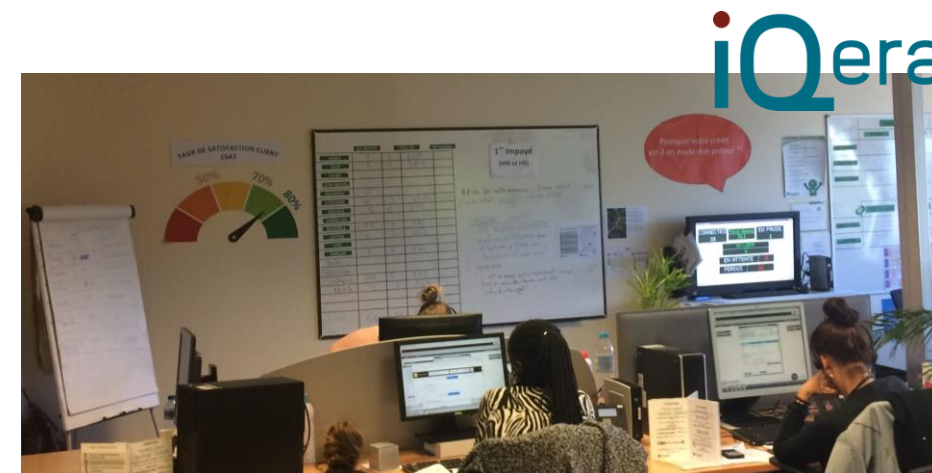
- ▶ Primes collectives et individuelles
- ▶ Félicitations
- ▶ Récompenses
- ▶ Animations & incentives



<https://www.youtube.com/watch?v=u5d2p74efGU>

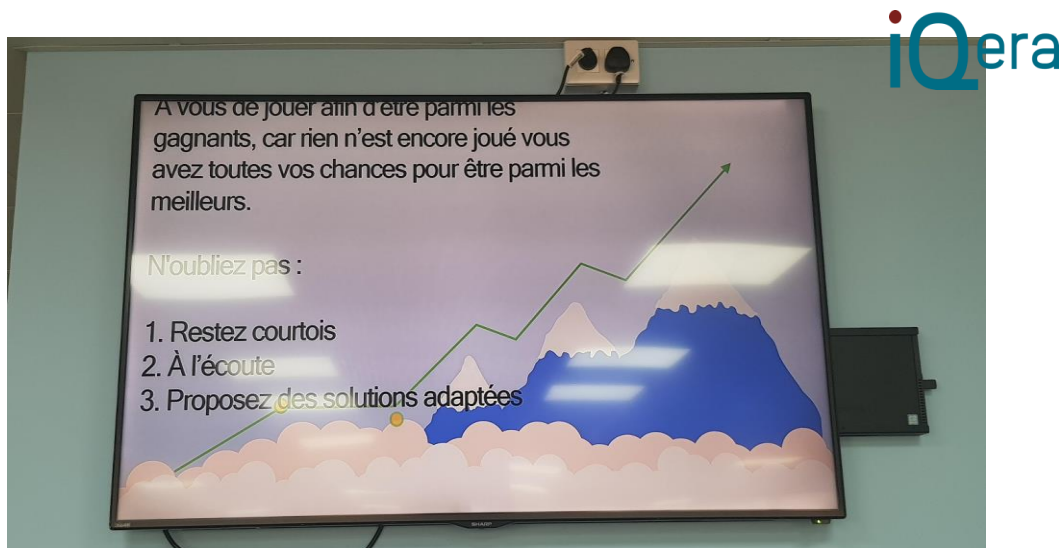
▶ Donner du sens à un métier qui n'est ni facile, ni bien payé

- ▶ Manager en gérant les profils psychologiques (Caretocare.fr, DISC...)
- ▶ Travailler l'ambiance au travail
- ▶ Diffuser les valeurs de l'entreprise



Animer les équipes sur la Relation Client

- ▶ **Animation plateau** autour de la satisfaction des clients débiteurs
- ▶ **Challenge collaborateur** autour de l'expérience gestionnaire avec remise de prix tous les mois
 - ▶ Courtoisie | écoute | proposition adaptée au client



Quelles applications au centre de contacts ? (2/3)

- ▶ **Investir dans le développement des compétences des collaborateurs**
 - ▶ Coaching,
 - ▶ Formation (ex: réclamations...)
 - ▶ Mobilité interne
 - ▶ ...

- ▶ **Utiliser les bons outils**
 - ▶ Solution de centre de contacts moderne
 - ▶ Automatisation des demandes simples
 - ▶ Gestion du télétravail & des plannings



<https://www.youtube.com/watch?v=LlAhzj0AKE>



<https://www.youtube.com/watch?v=sC3VqJdUH48>

Quelles applications au centre de contacts ? (3/3)

- ▶ **Avoir un onboarding & offboarding process**
 - ▶ Être prêt et formé
 - ▶ Accueil le jour J et programme d'intégration
 - ▶ ...

- ▶ **Ecouter activement ses collaborateurs**
 - ▶ Double écoute & Speech analytics
 - ▶ Quality monitoring
 - ▶ Les intégrer dans des projets
 - ▶ Voix du collaborateur & enquêtes « pulse »
 - ▶ Entretien bilatéraux superviseurs / agents tous les 15 jours (dossiers en cours, avancement...)
 - ▶ ...



<https://www.youtube.com/watch?v=BozRdYc-JDk>

Bonjour,

Le moment est venu de partager ton humeur !

En 3 clics max, tu nous dis comment tu te sens dans ton travail. C'est **rapide** (2 questions), **facile** et en plus, très **utile** pour nous aider à mieux te comprendre et mieux t'aider.

Alors dis-nous simplement comment tu te sens dans ton travail en ce moment ?

Nous tenons à te rappeler que cette enquête est strictement anonyme.

Merci par avance pour ta participation !

Laetitia Veyret
Directrice des RH

Focus sur l'entretien bilatéral superviseur / agent

➔ *On ne peut pas demander à avoir de l'engagement des collaborateurs sans les écouter.*

- ▶ **Objectif** : valoriser le travail et mettre en place un moment d'échange
- ▶ **Comment** : séances bilatérales tous les 15 jours avec une partie des équipes (ex : 5 à 10 personnes) pour échanger sur les dossiers complexes ou anciens.
- ▶ Le but est d'être dans l'échange entre le manager et les personnes de l'équipe.
 - ▶ Le chef d'équipe s'intéresse au travail et à ce que font les agents
 - ▶ Montrer de la considération, féliciter quand cela se passe bien et quand un dossier est traité.





**Engagement et culture
client, deux piliers d'un
bonne expérience client**

La culture client = des valeurs et des attitudes

La Culture Client de l'Entreprise

Les valeurs individuelles des salariés



- Empathie
- Ecoute
- Autonomie
- ...

Les valeurs diffusées par l'organisation

- L'impulsion de la direction
- L'autonomie des collaborateurs
- L'amélioration continue
- La diffusion de la voix du client



La culture client n'est pas un 100m mais un marathon...

▶ Avant de s'élancer, quelle est la situation ?

- ▶ L'entreprise est-elle orientée client dans son ADN ?
- ▶ Les collaborateurs sont-ils orientés client ?
- ▶ Est-ce qu'ils sont incités à aller au-delà de leur travail ?
- ▶ ...






▶ De manière concrète :

- ▶ Regardez la manière dont les collaborateurs traitent les clients lorsqu'ils sont seuls tout en se sachant non observés.
- ▶ Comment agissent les managers lorsqu'il y a une "mini crise" (ex: objectifs de vente non atteints, problème technique...)
- ▶ Comment est gérée et perçue l'insatisfaction client dans l'entreprise ? Une mobilisation & un moyen de progresser ⇔ une division & un déni des problèmes ?
- ▶ Calculez le COS de votre entreprises et collaborateurs <https://www.cos-systeme.fr/>

Être collabor-acteur c'est...

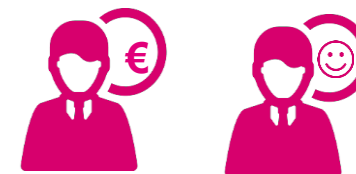
- ▶ **Comprendre le pourquoi à tous les niveaux**
 - ▶ Formation à l'Expérience Client et ses mécanismes
- ▶ **Être autonome**
 - ▶ Sur les procédures, les gestes commerciaux...
 - ▶ Et accompagner les managers sur leur nouveau rôle
- ▶ **Être force de proposition**
 - ▶ En valorisant les idées du terrain.
- ▶ **Avoir les bons outils pour travailler**

Les 5 étapes pour diffuser la culture Client

- ▶ Etape 1 : L'adhésion & impulsion de la direction 
- ▶ Etape 2 : La photo de la culture client dans l'entreprise 
- ▶ Etape 3 : Rendre les collaborateurs acteurs de l'expérience client 
- ▶ Etape 4 : Amener la voix du client auprès des collaborateurs 
- ▶ Etape 5 : La culture client dans l'ADN de l'entreprise et une réalité au quotidien 

Et il ne faut pas oublier...

- ▶ **Les doubles discours** avec les notions d'injonctions contradictoires



- ▶ **Manager par l'exemplarité**

- ▶ **Aller jusqu'aux KPI** pour et ne pas rester dans le discours



De l'entrainement... pour qu'un geste devienne un réflexe

- ▶ Donner de l'importance aux **indicateurs de satisfaction**
- ▶ Communiquer sur les **impacts aux clients et collaborateurs**
- ▶ Maintenir dans le temps des animations, coachings...

.....**Pour penser aux clients systématiquement**



<https://www.youtube.com/watch?v=I4jhYRgysEU>



<https://www.youtube.com/watch?v=SEj4dMSUm3U>

Focus : la fresque du client pour infuser la culture client

- ▶ Sensibiliser sur la place du client dans l'entreprise
- ▶ Chaque équipe de 8 à 12 personnes doit positionner 25 « cartes notions » pour composer sa fresque du client en recherchant des liens de causalité
- ▶ Chaque carte est thématique (organisation, process, satisfaction, réclamation ...) et présente une définition plus un exemple concret
- ▶ Les cartes sont distribuées de manière aléatoire 5 par 5. Quand tous les participants valident le positionnement des cartes, le lot suivant est distribué



<https://www.cos-systeme.fr/fresque-du-client>



**Développer l'engagement et
la culture client...**

Focus sur le Module Bravo!

La problématique

◆ Pourquoi ?

- ◆ Lorsque l'on appelle au service client, c'est avant tout pour résoudre un problème
- ◆ Les enquêtes post-interaction permettent de mesurer la satisfaction, mais le focus est souvent fait sur
 - ◆ La détection de l'insatisfaction afin de la corriger
 - ◆ Les mauvaises pratiques afin de s'améliorer
- ◆ Ce système a des limites
 - ◆ La satisfaction client n'est pas toujours autant valorisée que l'insatisfaction (→ on voit « ce qui ne va pas » plutôt que « ce qui se passe bien »)
 - ◆ L'agent du centre de contact n'a pas un retour direct du client sur la qualité de son travail

◆ Comment ?

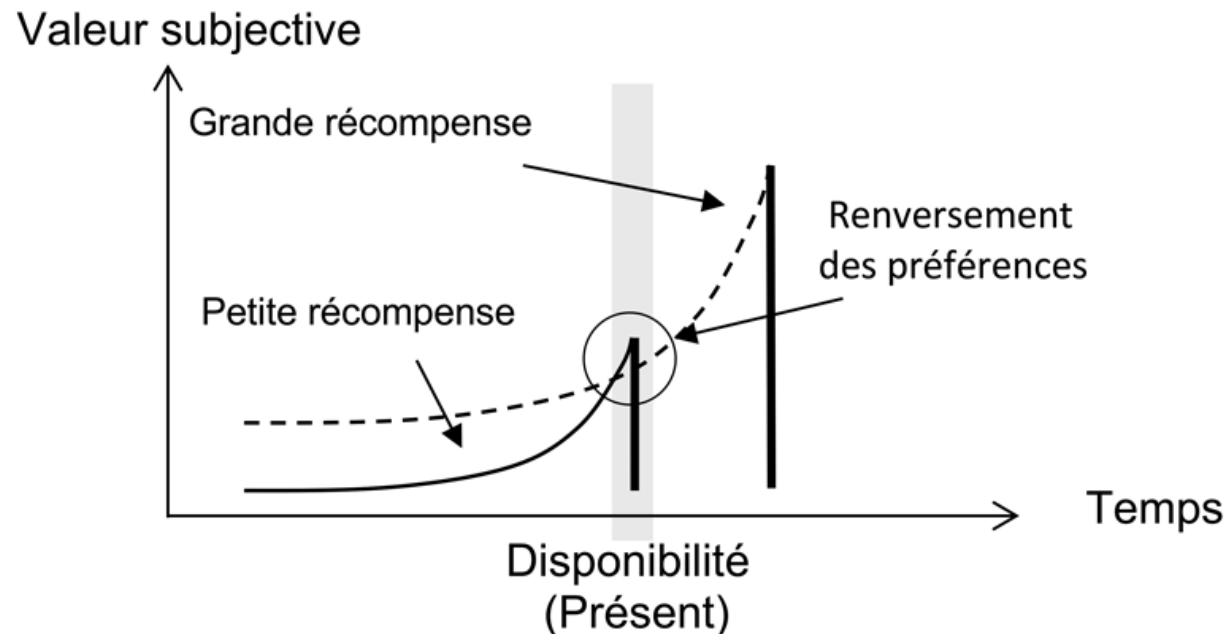
- ◆ Donner du sens au métier du collaborateur... montrer qu'après leurs appels la satisfaction est au rendez malgré des journées parfois difficiles. Une nouvelle relation à 3 avec le Manager / Collaborateur / Client

La solution, le Module Bravo! Eloquant

- ◆ **Donner la possibilité au client de féliciter l'agent** qui a fait une réponse ☆ ☆ ☆ ☆ ☆
- ◆ **C'est le client**, lorsqu'il renseigne l'enquête de satisfaction, **qui peut décider de féliciter l'agent**
 - ◆ Le client remercie directement le conseiller
 - ◆ Le travail du conseiller est valorisé en temps réel
- ◆ **Les avantages**
 - ◆ Cela génère un renforcement positif des comportement orientés clients
 - ◆ Le conseiller voit le résultat de ses actions et peut en parler à ses collègues
 - ◆ C'est automatique, aucun filtrage n'est effectué par l'entreprise



La récompense immédiate renforce les comportements plus rapidement et sur la durée



Les études scientifiques montrent qu'une récompense immédiate a plus d'impact à court et moyen terme sur la motivation et l'engagement



BRAVO! La conception

- ◆ **PARAMETRABLE** : seuls les clients satisfaits (ou très satisfaits) se voient proposer de complimenter le conseiller / l'équipe ayant traité sa demande
- ◆ **FLUIDE, FACILITANTE** : une simple case à cocher pour le répondant [possibilité de reprendre le commentaire laissé par le répondant tout en lui laissant la possibilité de l'adapter, le personnaliser]=> **simplicité, rapidité**
- ◆ **SUR-MESURE** : la formulation et les codes graphiques sont entièrement personnalisés

BRAVO !!!

Vous nous avez fait part de votre satisfaction et nous vous remercions pour vos réponses.
Souhaitez-vous envoyer vos compliments à notre conseiller ?

J'envoie mes compliments

*La personne m'a donné toutes les réponses à mes questions. Elle m'a proposé de m'envoyer les documents expliquant tout cela par elle. C'est génial !
Je vous félicite de votre travail !!!*

Fin du questionnaire



BRAVO! La diffusion

- ◆ Définir le / les destinataires des félicitations
- ◆ Disposer d'une / d'adresses mail pour cette diffusion

BRAVO !!! 🙌

 Eloquant vous écoute
À Karen Guichard

↩ Répondre
↩ Répondre à tous
→ Transférer
⋮

lun. 31/10/2022 14:46

BRAVO !!!

GENIAL !!! Un client t'envoie ses compliments suite à l'échange que tu viens d'avoir.

Mme DURAND
Appel du 31/10/2022 à 14h45
Num dossier : 778TG4568

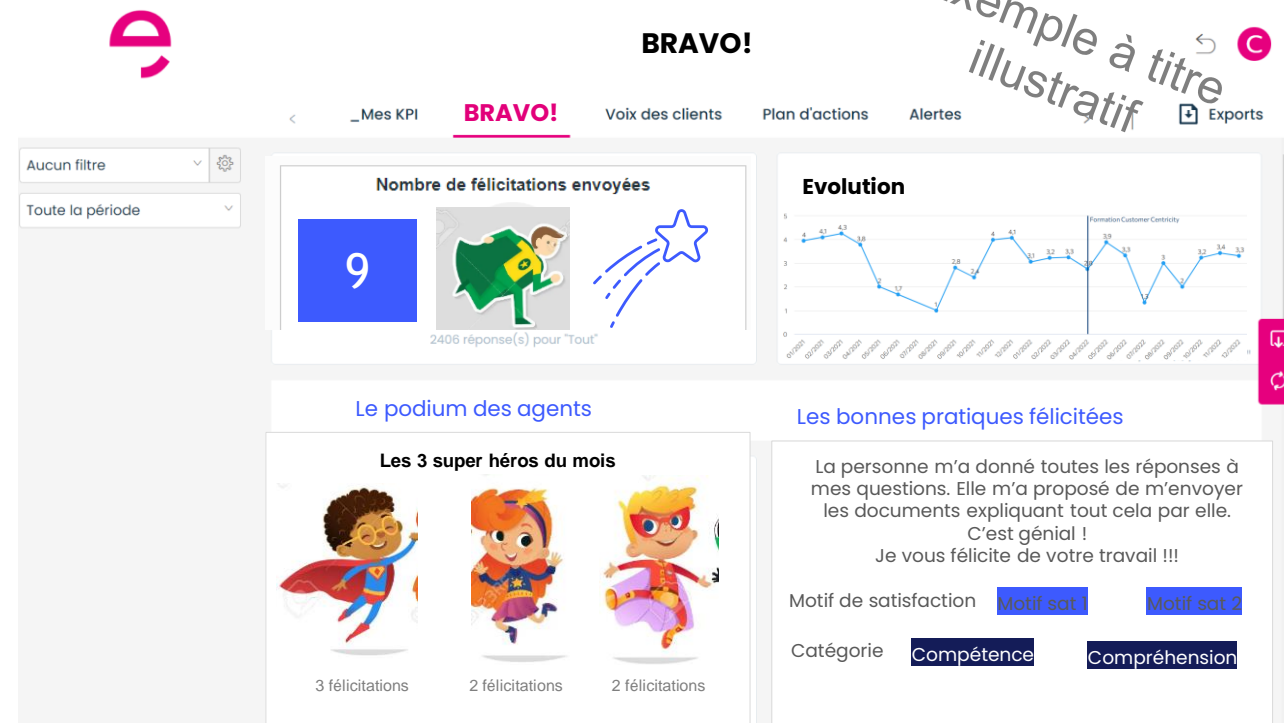
 La personne m'a donné toutes les réponses à mes questions. Elle m'a proposé de m'envoyer les documents expliquant tout cela par elle.
C'est génial !
Je vous félicite de votre travail !!!



BRAVO! Le pilotage

Une visualisation pour suivre, piloter et fédérer vos équipes :

- ◆ **Suivi** : des compliments dans le temps et possibilité de définir des seuils
- ◆ **Finesse des résultats** : possibilité de détailler par équipe, par conseiller pour les valoriser & les mettre à l'honneur
- ◆ **Analyse** : visualisation des verbatim pour identifier des best practices



Retour d'expérience à la MNT 1/3

51% des adhérents

éligibles au module bravo ont
envoyé un compliment

100% des conseillers
ont reçu au moins 1 bravo

Exemples de mails envoyés aux collaborateurs



Exemples de mails envoyés aux collaborateurs



Retour d'expérience à la MNT 2/3

◆ Un dispositif plébiscité par les collaborateurs et les managers



« J'aime beaucoup l'idée de laisser la parole à nos adhérents et c'est très motivant de recevoir des retours positifs. Notre travail est jugé utile. »
Lilian - Conseiller

« Je soutiens à 100% cette initiative au regard de l'impact positif sur mon équipe. Les conseillers sont ravis de recevoir des remerciements qui leur sont destinés personnellement. Pour résumer c'est encourageant et gratifiant ! »
Aurélié - Superviseur

« C'est une excellente initiative pour nos conseillers. C'est un métier qui n'est pas toujours simple et le fait de les remercier à eux en particulier est plutôt gratifiant et met en avant l'utilité de leur travail. »
Superviseur

Des clients enchantés pour des collaborateurs heureux !

« J'ai fait part de ma satisfaction auprès de mon manager. Ça m'aide à ressentir un peu plus la satisfaction de nos adhérents. C'est concret ! » **Conseiller**

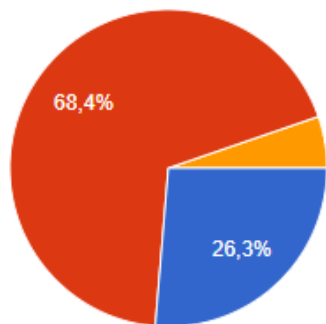
Retour d'expérience à la MNT 3/3

Echange conseiller/superviseur

Parmi les propositions suivantes, laquelle correspond le mieux à ton ressenti ?



57 réponses

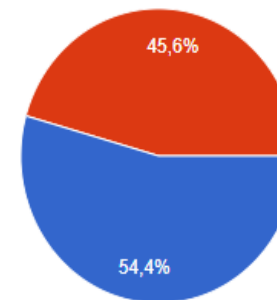


- Le POC Module BRAVO est une source de motivation dans le traitement des appels.
- Les BRAVOS que je reçois me donnent le sentiment d'être utile.
- Je suis indifférent à la réception d'un BRAVO.

Enquête de satisfaction auprès des conseillers, 57 réponses.

As-tu échangé avec ton superviseur au sujet des BRAVOS que tu as reçu ?

57 réponses



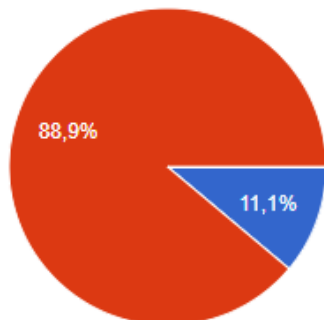
- Oui
- Non

Du point de vue conseiller

Parmi les propositions suivantes, laquelle correspond le mieux à ton ressenti ?



9 réponses

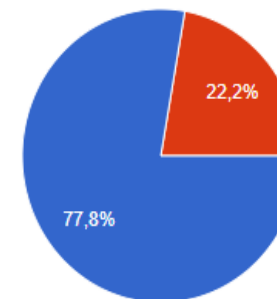


- Le POC Module BRAVO est une source de motivation pour mon équipe.
- Le POC Module BRAVO est un outil d'aide pour valoriser les collaborateurs.
- Le POC Module BRAVO me permet de challenger mon équipe.
- Je n'exploite pas les BRAVOS.

Enquête de satisfaction auprès des managers, 9 réponses.

En tant que manager, exploites-tu les BRAVOS dans ton management ?

9 réponses



- Oui
- Non

Du point de vue manager



Conclusion

Ce qu'il fallait retenir

L'engagement est avant une question humaine

- ▶ Donner du sens à un métier qui est difficile et peu valorisé
 - ▶ Mettre en avant le rôle clé dans l'expérience client et dans l'entreprise
 - ▶ Exploiter à 100% les enquêtes de satisfaction pour matérialiser leur impact
- ➔ Faire de cette orientation et ce lien un avantage concurrentiel

Votre plan d'action

◆ Dès maintenant

- ◆ Analyse qualitative de la motivation & de la culture client
- ◆ Lancer une enquête pulse auprès des collaborateurs (outils, process...)
- ◆ Mettre en pratique certaines idées remontées par les collaborateurs

◆ Dans 3 mois

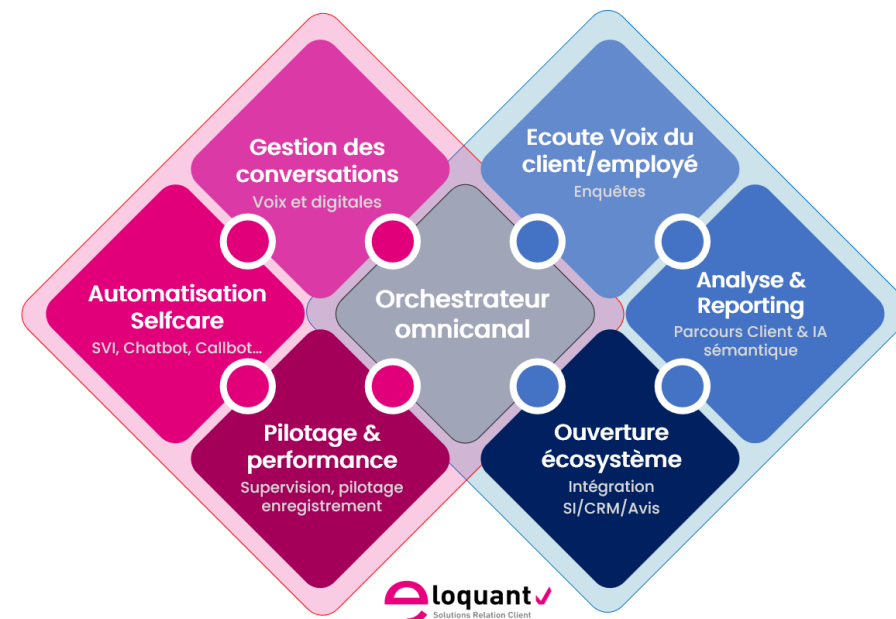
- ◆ Mettre en place le module Bravo ! pour exploiter à 110% les enquêtes de satisfaction
- ◆ Mettre en place des challenges pour récompenser les comportements positifs et un programme de culture client avec participation active des agents (petit déjeuners)
- ◆ Analyser l'orientation client (cos-systeme.fr)

◆ Dans 6 mois

- ◆ Coaching des collaborateurs à motiver et animer le programme de culture client (newsletter...)
- ◆ Utiliser les bons outils et concentrer les agents sur les appels à valeur ajoutée
- ◆ Suivre les indicateurs de d'orientation client (eNPS) et de satisfaction client (NPS), et les indicateurs business (churn, panier moyen...).

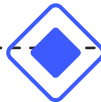
Plateforme Cloud d'Expérience Client

Gestion de bout en bout du parcours client



Nos différenciants

Un partenaire de bout en bout avec des valeurs fortes



De bout en bout

Opérateur, éditeur, intégrateur, et des experts dédiés pour une approche sur-mesure à chaque étape du projet

Securité & Protection des données

Cloud-privé souverain en conformité RGPD
Solutions certifiées

ISO 27001 and ISO 27701



Engagé RSE

Engagé dans une démarche sociale et environnementale de nos solutions et de notre culture





Questions / Réponses

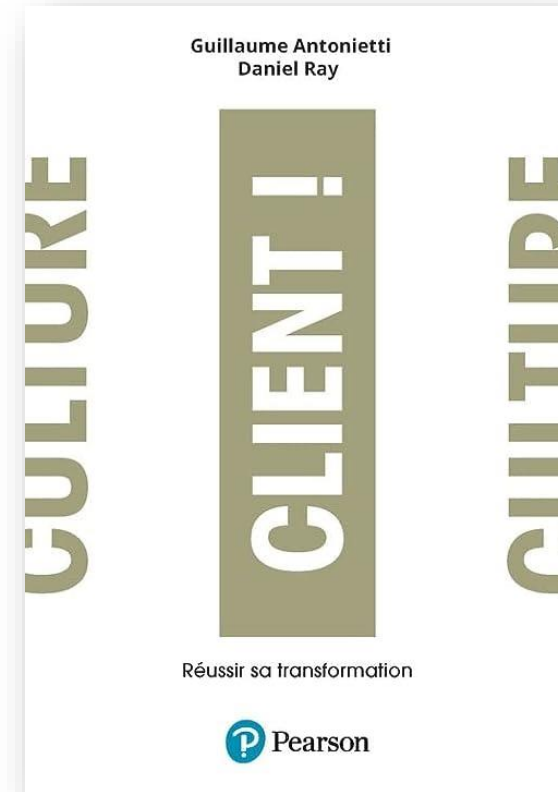
Deux livres pour aller plus loin

<https://amzn.to/44TKJpC>



https://www.youtube.com/watch?v=ol_6cLSGGxg

<https://amzn.to/459wn4j>



<https://www.youtube.com/watch?v=lifcrM-9vN8>

Pour en savoir plus...

 0 805 301 100

 marketing@eloquant.com