

Quality Monitoring :
boostez la performance
de votre service client...
simplement !



Frédéric CANEVET

Responsable Projets Digitaux



Au sommaire

- Qui est Eloquant ?
- Pourquoi le Quality Monitoring ?
- Les solutions de Quality Monitoring
- Les bonnes pratiques
- Votre plan d'action
- Q/R



Est ce que vous utilisez une solution de Quality Monitoring ?

Oui, depuis longtemps

Oui, depuis peu

Non, mais c'est en projet

Non, mais c'est un sujet intéressant

Non, et ce n'est pas prévu à court terme

FERMER LES VOTES

Eloquant est un éditeur et 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**



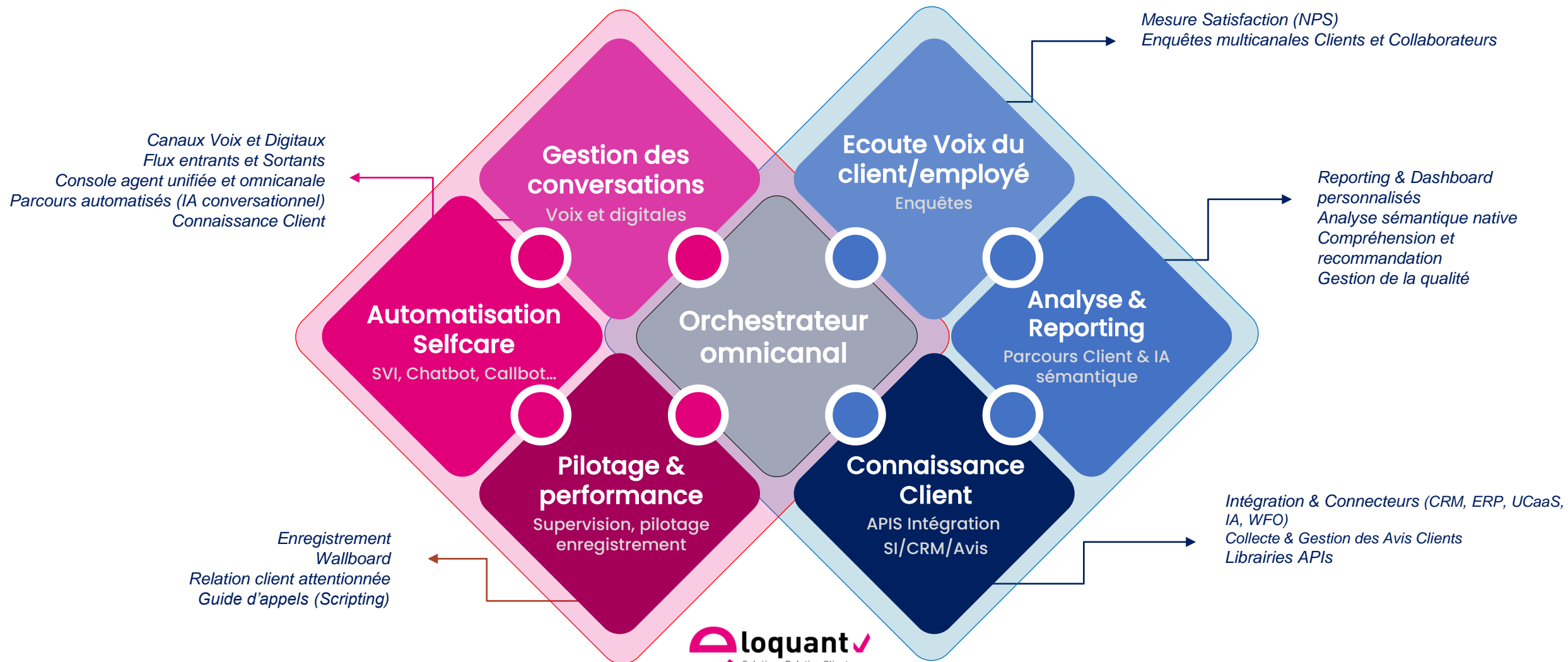
*Omnicanalité
Personnalisation
Autonomie
Proactivité*

*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

Basée sur l'IA - Gestion de bout en bout du parcours client



Nos clients



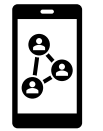
KORIAN orange™ SFR Speedy Wonderbox Réalisateur de rêves

AIRFRANCE MAIF TotalEnergies YVES ROCHER



GROUPE vyv MNT MACIF Solimut Mutuelle de France stelliant SOLLY AZAR L'ASSURANCE DIFFÉRENCE
 France Mutuelle CA GROUPE BPCE SOCIETE GENERALE Assurances

SNCF VINCI DB SCHENKER sanef transdev GEODIS DHL



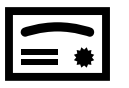
orange™ bouygues SFR

écominéro ENEDIS L'ELECTRICITE EN RESEAU PRIMAGAZ VEOLIA TotalEnergies



Carrier CIAT LafargeHolcim BERNER

CCI PARIS PARIS ILE-DE-FRANCE association PRÉVENTION ROUTIÈRE MINISTÈRE DES ARMÉES
 MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE ET DE LA JEUNESSE MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DES FINANCES ET DE LA RELANCE



Manpower® Adecco iQera Consort^{NT} People for innovation

Speedy King Jouet SHOW ROOM PRIVÉ ROSSIGNOL YVES ROCHER





Pourquoi le Quality Monitoring ?

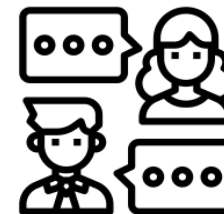
Le métier de conseiller est avant tout humain

- ◆ Il y a peu de formations initiales
 - ◆ Chacun y vient avec ses compétences et ses valeurs
 - ◆ Sous pression, avec la fatigue... le naturel revient souvent au galop
 - ◆ Les process sont souvent complexes avec de nombreux outils à manipuler en parallèle
- ➔ Il est nécessaire d'aider et d'accompagner les agents pour améliorer la qualité perçue

Le Quality Monitoring, pour coacher ses équipes

- ◆ C'est l'analyse de la qualité des interactions (conversations téléphoniques, emails, chat...) afin de mesurer les performances des conseillers
- ◆ Il est réalisé par les superviseurs, managers de plateaux, animateurs qualité...

*Pour des raisons de qualité,
cet appel peut être
enregistré*



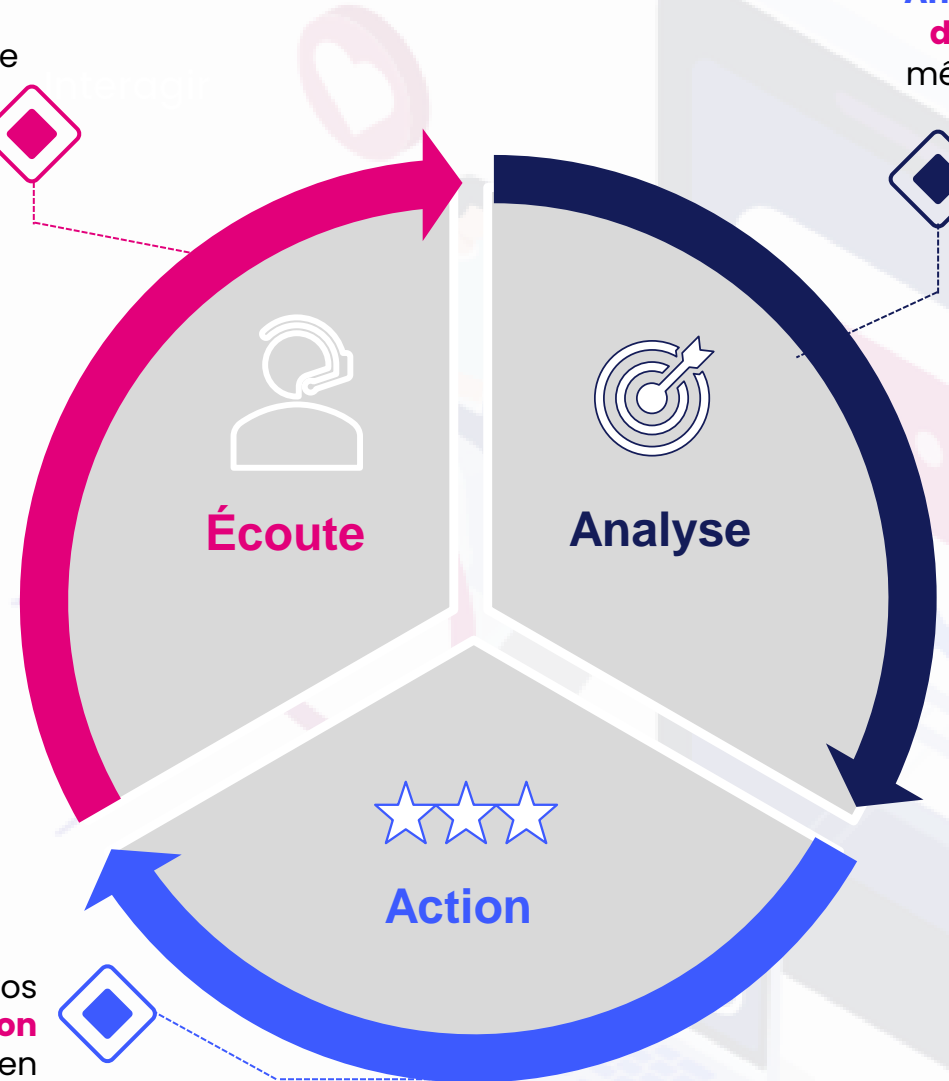
Le quality monitoring, un outil d'amélioration continue

Ecoutez une sélection d'interactions de vos agents et clients à travers les **enregistrements**.

Analysez et **complétez** vos **grilles de notation** personnalisées. Au même titre, **ajoutez** librement des **commentaires** sur vos observations.



Qualité perçue via les **enquêtes de satisfaction**



Développez les **compétences** de vos agents et **optimisez** votre **satisfaction client**. **Proposez** des **plans d'action** en fonction des **points forts** et **axes d'amélioration**.

Des bénéfices pour l'ensemble des parties prenantes

Pour vos agents

- ✓ Montée en compétences ciblées (produits, attitudes...)
- ✓ Meilleure gestion du stress et des conflits
- ✓ Amélioration de l'engagement et réduction du turn over



Pour vos clients

- ✓ Amélioration la qualité de service perçue
- ✓ Résolution + efficace des problèmes
- ✓ Hausse du taux de satisfaction des clients



Pour votre entreprise

- ✓ Hausse du taux de résolution premier contact
- ✓ Vue d'ensemble de la compétence des équipes
- ✓ Amélioration continue et excellence opérationnelle
- ✓ Pilotage des prestataires externes





L'offre de Quality Monitoring chez Eloquant

Une offre à la portée de tous !

Eloquent Quality Monitoring **Essentials**



Eloquent Quality Monitoring **Advanced**



Powered by  **hubicus**
THE DVC FAMILY



Eloquent Quality Monitoring Essentials

Une solution simple pour se lancer

- ◆ Adapté pour les petites équipes internes sur 1 ou 2 sites
 - ◆ Quelques jours de mise en place
 - ◆ Un partage direct pour des agents / superviseurs
 - ◆ Une proximité entre agent et superviseurs
- ➔ Un retour sur investissement immédiat**

1. **Collectez** les enregistrements des interactions entre vos agents et clients dès le lendemain de la communication
2. **Filtrez** et **sélectionnez** les appels en fonction de vos besoins (nom de l'agent, période...), la durée, l'état...
3. **Pré-écoutez l'enregistrement** pour valider l'intérêt de l'évaluation
4. **Analysez** la nature de la communication (le conseiller écouté, le superviseur, la date d'évaluation...)

Option : consultez l'enquête de satisfaction client suite à l'interaction

The screenshot displays the 'Grille notation agent' interface. At the top, there are navigation tabs: 'Suivi', 'Global', 'Note globale / CONSEILLER', 'Relation client / CONSEILLER', 'Service / CONSEILLER', and 'Ecoute : A faire'. Below the tabs, there are filters for 'Toute la période' and 'Agent marie'. A table lists call records with columns: 'Conseiller', 'Equipe', 'Campagne', 'Durée communication', 'Date d'appel', 'Superviseur', 'Etat d'analyse', and 'Enregistrement'. A call record for 'marie' is highlighted. Below the table, a playback interface shows a progress bar at 0:15 and a volume icon. The 'Etape : 1 / 5' indicator is visible. The 'IDENTIFICATION ANALYSE' section includes a 'Date évaluation' field set to '10/11/2023' with a 'Maintenant' button, a 'Superviseur' dropdown set to 'Emmanuelle', and an 'Etat d'analyse' dropdown set to 'Fait'. A 'Suivant' button is at the bottom right.

Conseiller	Equipe	Campagne	Durée communication	Date d'appel	Superviseur	Etat d'analyse	Enregistrement
marie	EquipeDemo	CV_Assistance	Inférieur à 4 minutes	31/10/2023 10:31:24		A faire	https://contact.eloquant.cloud/productv3/api/admin/call/records/fesip-013-1697442617789-295678/103129/stream
marie	EquipeDemo	CV_Assistance	Inférieur à 4 minutes	02/10/2023 17:03:29		A faire	https://contact.eloquant.cloud/productv3/api/admin/call/records/fesip-005-1696215049182-32608/170342/stream
marie	EquipeDemo	CV_Assistance	Inférieur à 4 minutes	27/09/2023 10:38:52		A faire	https://contact.eloquant.cloud/productv3/api/admin/call/records/fesip-007-1694525911069-412845/103857/stream
marie	EquipeDemo	Rappel_commercial	Inférieur à 4 minutes	20/09/2023 16:28:10		A faire	https://contact.eloquant.cloud/productv3/api/admin/call/records/fesip-008-1693897971175-505405/162810/stream
marie	EquipeDemo	Rappel_preview_MM	Inférieur à 4 minutes			A faire	
marie	EquipeDemo	CV_Order	entre 4 et 8 minutes			A faire	
marie	EquipeDemo	CV_Order	entre 4 et 8 minutes			A faire	
marie	EquipeDemo	CV_Assistance	Inférieur à 4 minutes			A faire	
marie	EquipeDemo	CV_Assistance	entre 4 et 8 minutes			A faire	
marie	EquipeDemo	CV_Assistance	entre 4 et 8 minutes			A faire	

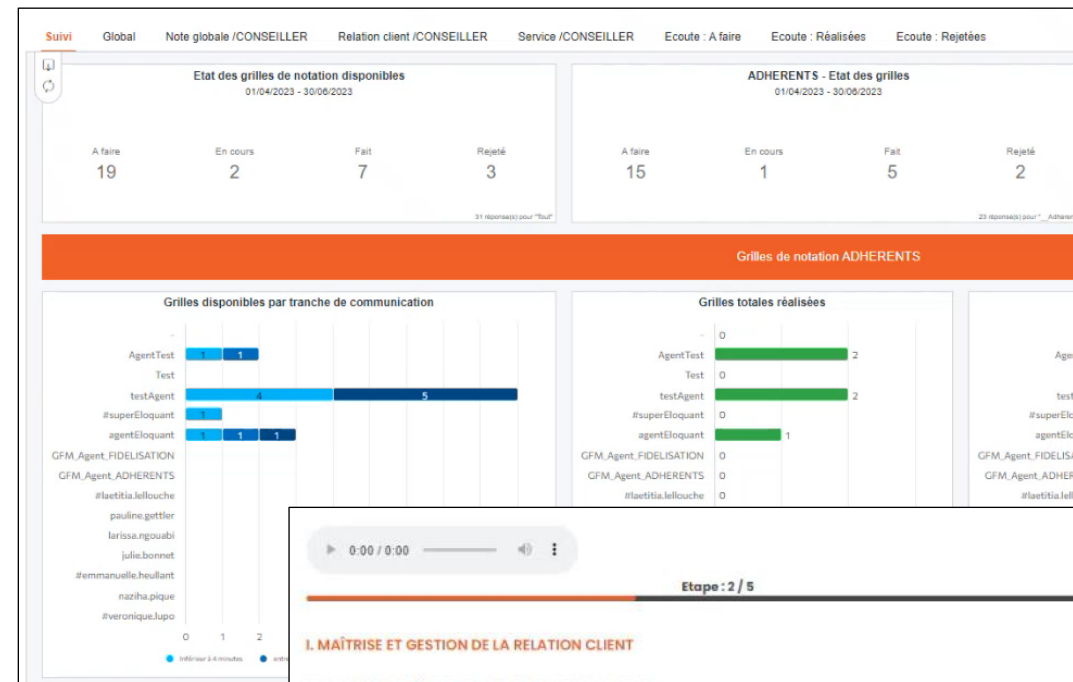
L'analyse

1. **Évaluez** vos agents selon vos critères de performance & de notation (en points, en acquisition de compétences, etc.)

- Acquis : + 100 points
- Partiellement acquis : 50 points
- Non acquis : 0 point
- Non applicable : Non pris en compte dans le calcul

1. **Analysez** les résultats globaux de chaque agent, équipe...

2. **Définissez** les plans d'actions (échanges collectifs et individuels, formations, coaching, rappel client...)



0:00 / 0:00

Etape : 2 / 5

I. MAÎTRISE ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

1. TECHNIQUES D'ENTRETIEN ET DE COMMUNICATION

Qualité de la prise en charge de la demande

Accueil (présentation claire, sourire, pas de mise en attente)	Acquis	Partiellement acquis	Non acquis	Non applicable
Ecoute du besoin de l'adhérent (ne pas interrompre, ne pas anticiper la demande)	Acquis	Partiellement acquis	Non acquis	Non applicable
Identification des données de l'adhérent (tel portable et fixe, mail, adresse)	Acquis	Partiellement acquis	Non acquis	Non applicable
Question pertinente	Acquis	Partiellement acquis	Non acquis	Non applicable
Reformulation de la demande	Acquis	Partiellement acquis	Non acquis	Non applicable

Extraits d'un dashboard et d'une grille de notation souhaitait par un de nos clients

Zoom sur la grille d'évaluation 1/2

0:00

Etape : 2 / 5

I. MAÎTRISE ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

1. TECHNIQUES D'ENTRETIEN ET DE COMMUNICATION

Qualité de la prise en charge de la demande

Accueil (présentation claire, sourire, pas de mise en attente)

Acquis **Partiellement acquis** Non acquis Non applicable

Ecoute du besoin de l'adhérent (ne pas interrompre, ne pas anticiper la demande)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Identification des données de l'adhérent (tel portable et fixe, mail, adresse)

Acquis **Partiellement acquis** Non acquis Non applicable

Question pertinente

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Reformulation de la demande

Acquis Partiellement acquis **Non acquis** Non applicable

Recherche des éléments de réponses dans les outils (CRM, ERP, ...)

Acquis **Partiellement acquis** Non acquis Non applicable

Réponse apportée correcte (adhérent satisfait ou pas)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Satisfaction Adhérents (Applicable dès la mise en place des enquêtes à chaud)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Prise de congé (A votre service, je vous remercie de votre appel...)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Transfert / Reprise de ligne (je vous remercie de patienter, merci d'avoir patienté)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

< < Retour

Suivant

0:08

Etape : 3 / 5

I. MAÎTRISE ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

2. QUALITÉ DE DISCOURS

Adapter sa manière de parler en fonction du profil de l'adhérent

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Directivité (gérer l'appel, ne pas couper mais reprendre l'appel)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Langage positif (parler au présent)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Respecter le ton employé, la manière de parler à l'adhérent (rester PRO)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Courtoisie / Convivialité de l'entretien (rester proche de l'adhérent, empathique)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Sens du service (Application, Espace Adh, télétransmission, Assisteur...)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Vocabulaire (pas de mot noir, familier, répétitif)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Le sourire

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

< < Retour

Suivant

[Mention cookies](#)

Zoom sur la grille d'évaluation 2/2

0:06

Etape : 4 / 5

II. MAÎTRISE ET GESTION OPÉRATIONNELLE DU SERVICE

Gestion des procédures

Qualification de la demande (Réclamation ou renseignement)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Respect de la procédure (envoi des docs suite deces, chg adresse, BS, AR, PJ)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Demande: Etude, vérification, rédaction, intitulés (Motif, sous Motif)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Suivi de l'adhérent (création de demande vers la gestion, la fidélisation...)

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

Transfert téléphonique conforme

Acquis Partiellement acquis Non acquis Non applicable

< < Retour

Suivant

[Mention cookies](#)

0:08

Etape : 5 / 5

NOTES OBTENUES

NOTE GLOBALE TECHNIQUES DE COMMUNICATION
APPRÉCIATION GLOBALE SAVOIR FAIRE

35

NOTE GLOBALE QUALITE DU DISCOURS
APPRÉCIATION GLOBALE SAVOIR ETRE

0

NOTE GLOBALE MAITRISE ET GESTION DE LA RELATION CLIENT
APPRÉCIATION GLOBALE

19.4

NOTE GLOBALE MAITRISE ET GESTION OPERATIONNELLE DU SERVICE
APPRÉCIATION GLOBALE

0

NOTE NOTE GENERALE
APPRÉCIATION GLOBALE

15.2

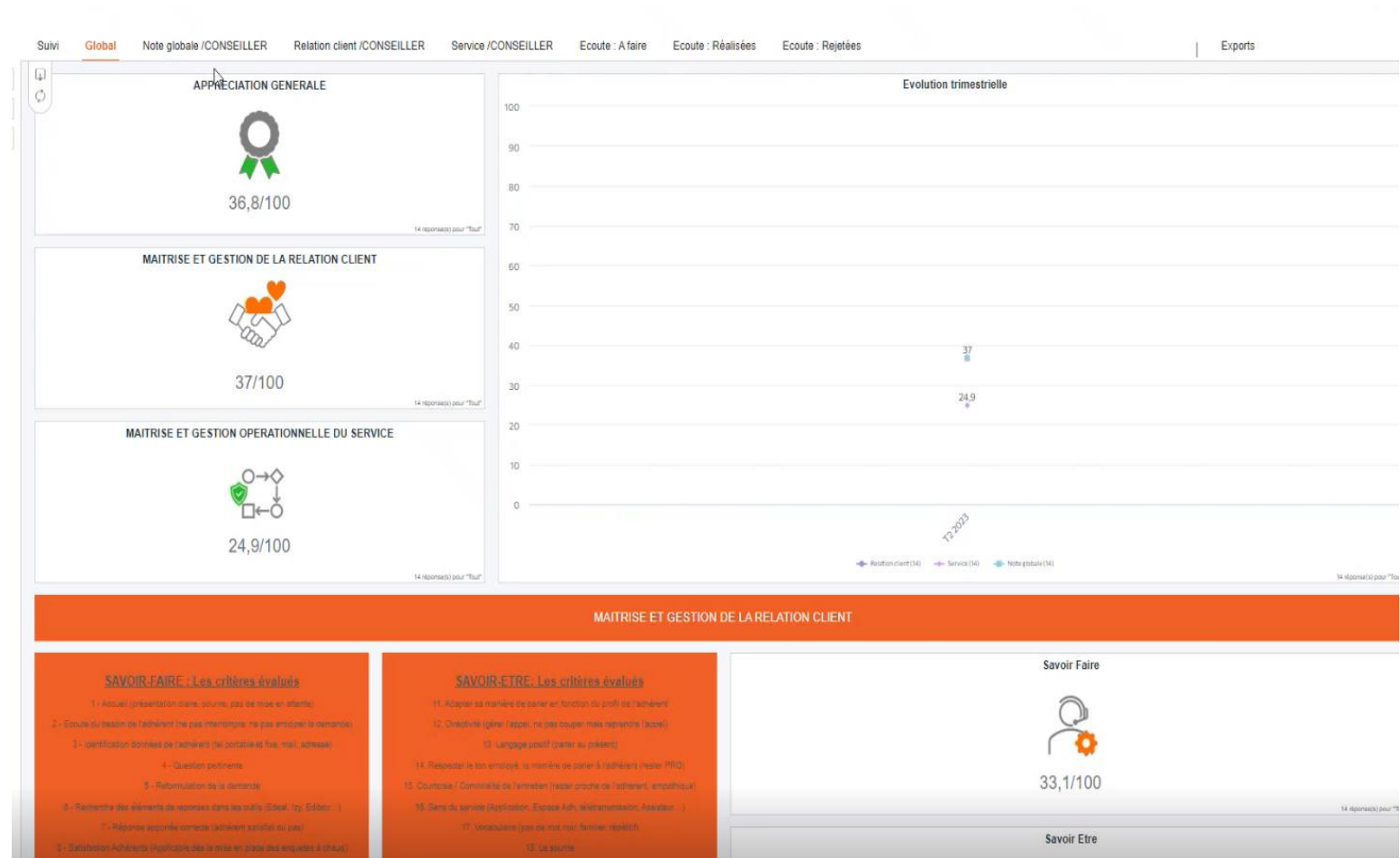
< < Retour

Fin du questionnaire

L'action

1. **Analysez** les performances par agent / équipe / ...
2. **Organisez** le feedback individuel / collectif pour s'améliorer
3. **Planifiez** des programmes de formation adaptés
4. **Identifiez** la progression sur la durée pour suivre les progrès et les plans d'actions.

Option : exportez les données dans vos logiciels RH, reporting...



Une analyse globale de l'équipe



Grille notation agent

Suivi

Global

Note globale /CONSEILLER

Relation client /CONSEILLER

Service /CONSEILLER

Ecoute : A faire

Ecoute : Réalisées

Ecoute : Rejetées

WIKI

Toute la période

Aucun filtre

Créer un filtre

Etat des grilles de notation disponibles

A faire	En cours	Fait	Rejeté
206	2	17	7

232 réponse(s) pour "Tout"

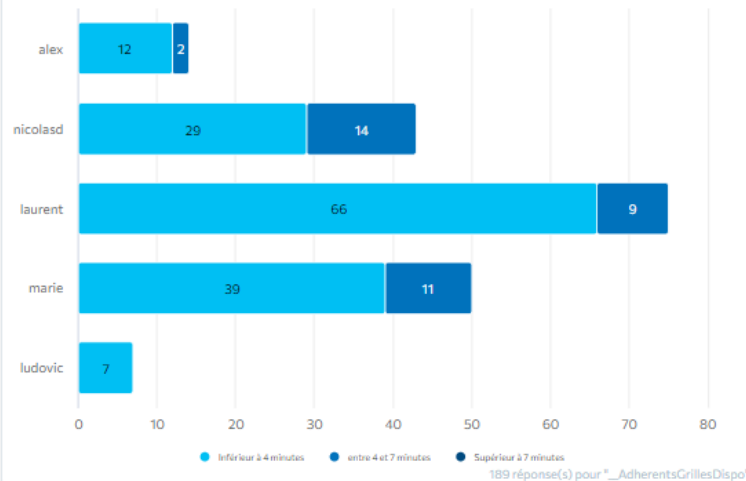
ADHERENTS - Etat des grilles

A faire	En cours	Fait	Rejeté
189	2	16	7

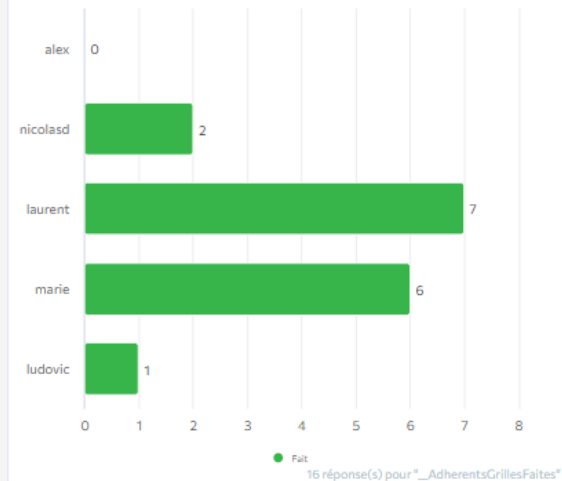
214 réponse(s) pour "Adherents"

Grilles de notation

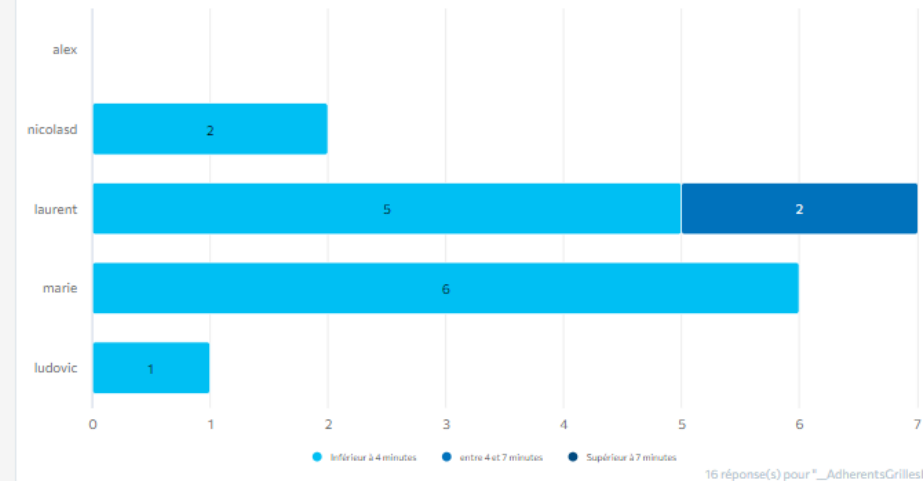
Grilles disponibles par tranche de communication



Grilles totales réalisées



Grilles réalisées par tranche de communication



Un coaching d'équipe

Grille notation agent ▼

< ile / CONSEILLER

Relation client / CONSEILLER

Service / CONSEILLER

Ecoute : A faire

Ecoute : Réalisées

Ecoute : Rejetées

WIKI



Exports

Aucun filtre ▼ Toute la période ▼

Créer un filtre

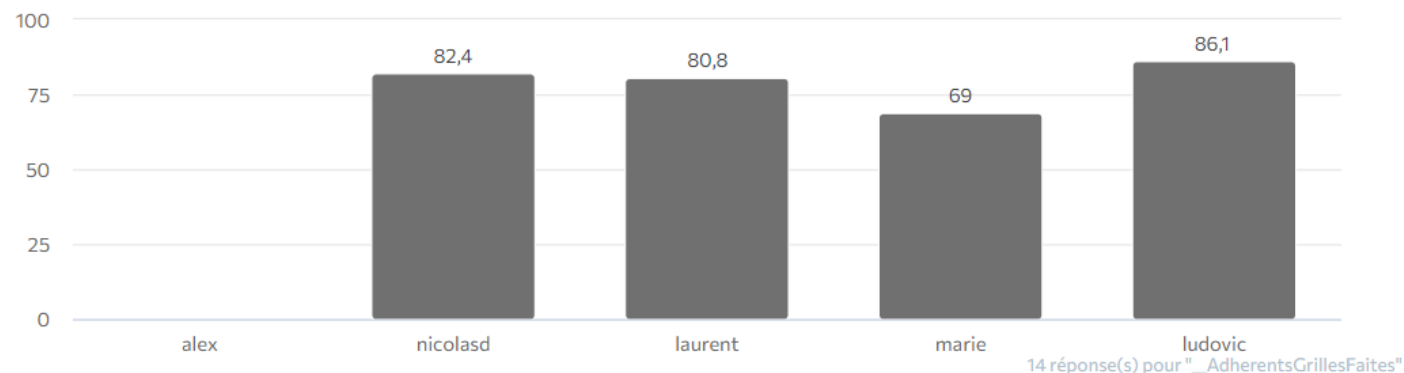
MAITRISE ET GESTION DE LA RELATION CLIENT



52,6/100

22 réponse(s) pour "Tout"

Maitrise et gestion de la relation client par conseiller



Savoir Faire



53,3/100

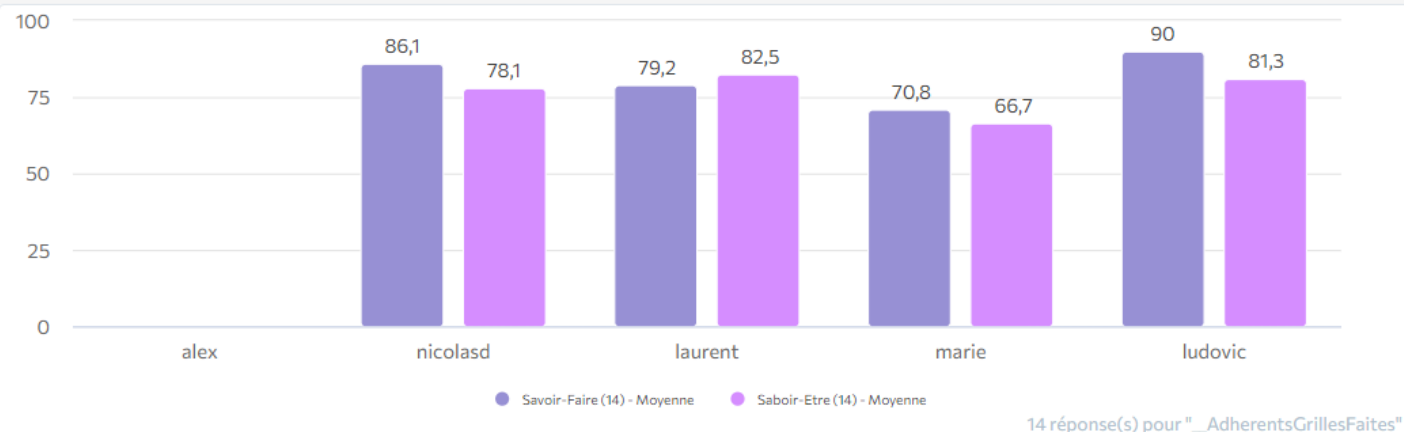
22 réponse(s) pour "Tout"

Savoir Etre



51,7/100

22 réponse(s) pour "Tout"



RELATION CLIENT - Evolution hebdo par conseiller

Un coaching personnalisé



Grille notation agent

Suivi **Global** Note globale /CONSEILLER Relation client /CONSEILLER Service /CONSEILLER Ecoute : A faire Ecoute : Réalisées Ecoute : Rejetées WIKI

Aucun filtre

Toute la période

Créer un filtre

MAITRISE ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

SAVOIR-FAIRE : Les critères évalués

- 1 - Accueil (présentation claire, sourire, pas de mise en attente)
- 2 - Ecoute du besoin de l'adhérent (ne pas interrompre, ne pas anticiper la demande)
- 3 - Identification données de l'adhérent (tel portable et fixe, mail, adresse)
- 4 - Question pertinente
- 5 - Reformulation de la demande
- 6 - Recherche des éléments de réponses dans les outils (Edeal, Izy, Edibox...)
- 7 - Réponse apportée correcte (adhérent satisfait ou pas)
- 8 - Satisfaction Adhérents (Applicable dès la mise en place des enquêtes à chaud)
- 9 - Prise de congé (A votre service, je vous remercie de votre appel...)

SAVOIR-ETRE: Les critères évalués

11. Adapter sa manière de parler en fonction du profil de l'adhérent
12. Directivité (gérer l'appel, ne pas couper mais reprendre l'appel)
13. Langage positif (parler au présent)
14. Respecter le ton employé, la manière de parler à l'adhérent (rester PRO)
15. Courtoisie / Convivialité de l'entretien (rester proche de l'adhérent, empathique)
16. Sens du service (Application, Espace Adh, télétransmission, Assisteur...)
17. Vocabulaire (pas de mot noir, familier, répétitif)
18. Le sourire

Savoir Faire



53,3/100

22 réponse(s) pour "Tout"

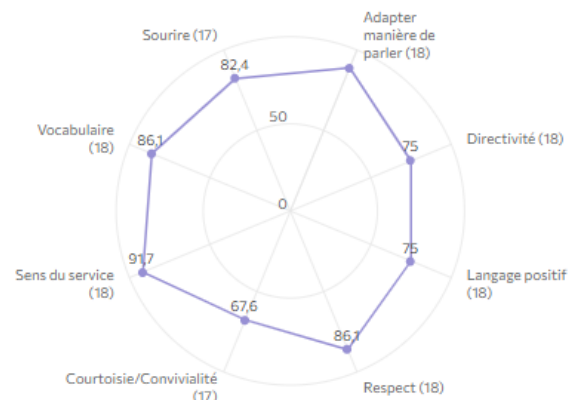
Savoir Etre



51,7/100

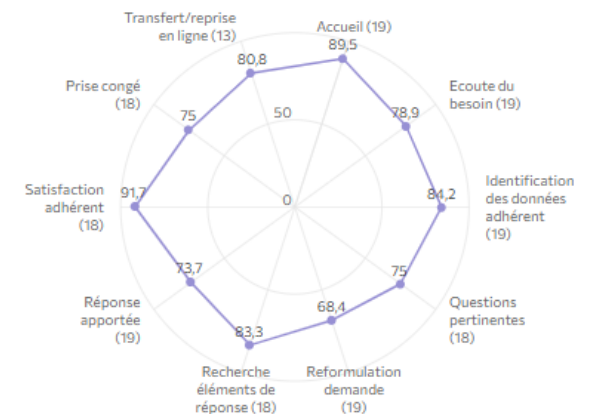
22 réponse(s) pour "Tout"

SAVOIR ETRE



Tout

SAVOIR FAIRE



Tout

Exploitation d'une analyse pour échange

Grille de notation

IDENTIFICATION ANALYSE

Date évaluation: 05/12/2023 dd/MM/yyyy

Superviseur: Emmanuelle

Etat d'analyse: Fait
(Cette question s'affiche dans le questionnaire sous forme de liste déroulante)

I. MAÎTRISE ET GESTION DE LA RELATION CLIENT

1. TECHNIQUES D'ENTRETIEN ET DE COMMUNICATION

Qualité de la prise en charge de la demande

Accueil (présentation claire, sourire, pas de mise en attente)	<input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Ecoute du besoin de l'adhérent (ne pas interrompre, ne pas anticiper la demande)	<input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Identification des données de l'adhérent (tel portable et fixe, mail, adresse)	<input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Question pertinente	<input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Reformulation de la demande	<input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Recherche des éléments de réponses dans les outils (CRM, ERP, ...)	<input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Réponse apportée correcte (adhérent satisfait ou pas)	<input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Satisfaction Adhérents (Applicable dès la mise en place des enquêtes à chaud)	<input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Prise de congé (A votre service, je vous remercie de votre appel...)	<input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Transfert / Reprise de ligne (Je vous remercie de patienter, merci d'avoir patienté)	<input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

2. QUALITÉ DE DISCOURS

Adapter sa manière de parler en fonction du profil de l'adhérent	<input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Directivité (gérer l'appel, ne pas couper mais reprendre l'appel)	<input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

Gestion des procédures

Qualification de la demande (Réclamation ou renseignement)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/>
Respect de la procédure (envoi des docs suite deces, chg adresse, BS, AR, PJ)	<input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Demande: Etude, vérification, rédaction, intitulés (Motif, sous Motif)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/>
Suivi de l'adhérent (création de demande vers la gestion, la fidélisation...)	<input type="radio"/> <input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Transfert téléphonique conforme	<input checked="" type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

NOTES OBTENUES

NOTE GLOBALE TECHNIQUES DE COMMUNICATION
APPRÉCIATION GLOBALE SAVOIR FAIRE

70

NOTE GLOBALE QUALITE DU DISCOURS
APPRÉCIATION GLOBALE SAVOIR ETRE

68.8

NOTE GLOBALE MAITRISE ET GESTION DE LA RELATION CLIENT
APPRÉCIATION GLOBALE

69.4

NOTE GLOBALE MAITRISE ET GESTION OPERATIONNELLE DU SERVICE
APPRÉCIATION GLOBALE

28.6

NOTE NOTE GENERALE
APPRÉCIATION GLOBALE

63



Eloquent Quality Monitoring Advanced

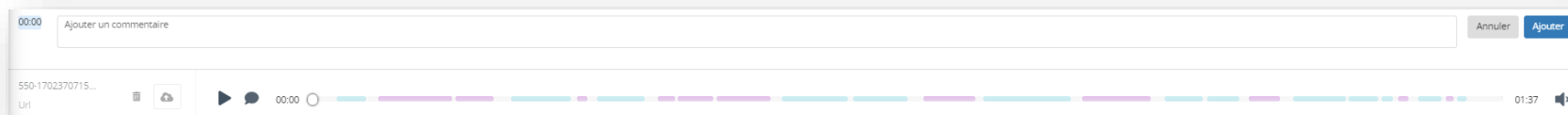
Powered by  hubicus
THE BVQ FAMILY

Une solution pour viser l'excellence opérationnelle

- ◆ Idéal pour les centres de contacts de grande taille
 - ◆ Une personnalisation intégrale aux spécificités de votre entreprise & process
 - ◆ De l'automatisation pour gagner du temps
 - ◆ Des fonctions de quality management (plan d'action, coaching, délégation, BI...)
- ➔ Pour un programme pointu de montée en compétences des équipes et une stratégie de pilotage de la qualité produite**

Une productivité accrue grâce à l'IA

- ◆ Transcription de l'appel pour parcourir la conversation et réduire la ré-écoute
- ◆ Analyse automatique des non-conformités des mentions légales, des alertes juridiques...
- ◆ Détection des clients insatisfaits pour prévenir le churn
- ◆ L'indicateur relationnel entre le conseiller et le client
- ◆ Résumé automatique de la conversation



A screenshot of a call transcription interface. The interface is titled "Référentiel" and "Appel". It shows a "Retranscription" section with two main metrics: "Durée de l'interaction" (1m 38s) and "Satisfaction client" (indicated by a circular gauge). Below these metrics, there is a list of transcription segments, each with a timestamp and a text snippet. The segments are: 00:02 - 00:04: "bonjour [pers.pre] à votre service que puis-je faire pour vous"; 00:05 - 00:11: "bonjour je viens de recevoir ma facture et je vois qu'on vous facture une option pas sécurité"; 00:12 - 00:15: "à 5 euros par mois alors que cette option elle est gratuite"; 00:16 - 00:21: "d'accord on va regarder donc si j'ai bien compris vous voulez savoir pourquoi euh vous payez l'option pass sécurité". A "Réduire" button is visible in the top right corner of the transcription area.

Le quality management

- ◆ Omnicanal (tél, email, chat...)
- ◆ Paramétrage avancé selon vos process, équipes...
- ◆ Sessions de calibrages (comparaisons superviseur ↔ agents) & faire évoluer les process
- ◆ Bibliothèque de plans d'action personnalisés
- ◆ Suivi et centralisation des plans d'actions (formation, coaching...) avec les responsables

[Liste des plans d'action](#) / Cadrer les besoins clients

Cadrer les besoins clients Terminé ✓ Réussi

Bénéficiaire: Aude Conseillère Lyon

[Suivi](#) [Informations](#)


Durée totale

Début: 01/10/2022

Fin: 14/10/2022


Progression du plan d'action

Actions terminées: 2/2



Santé du plan d'action

😊 100%
Actions réussies



Actions terminées

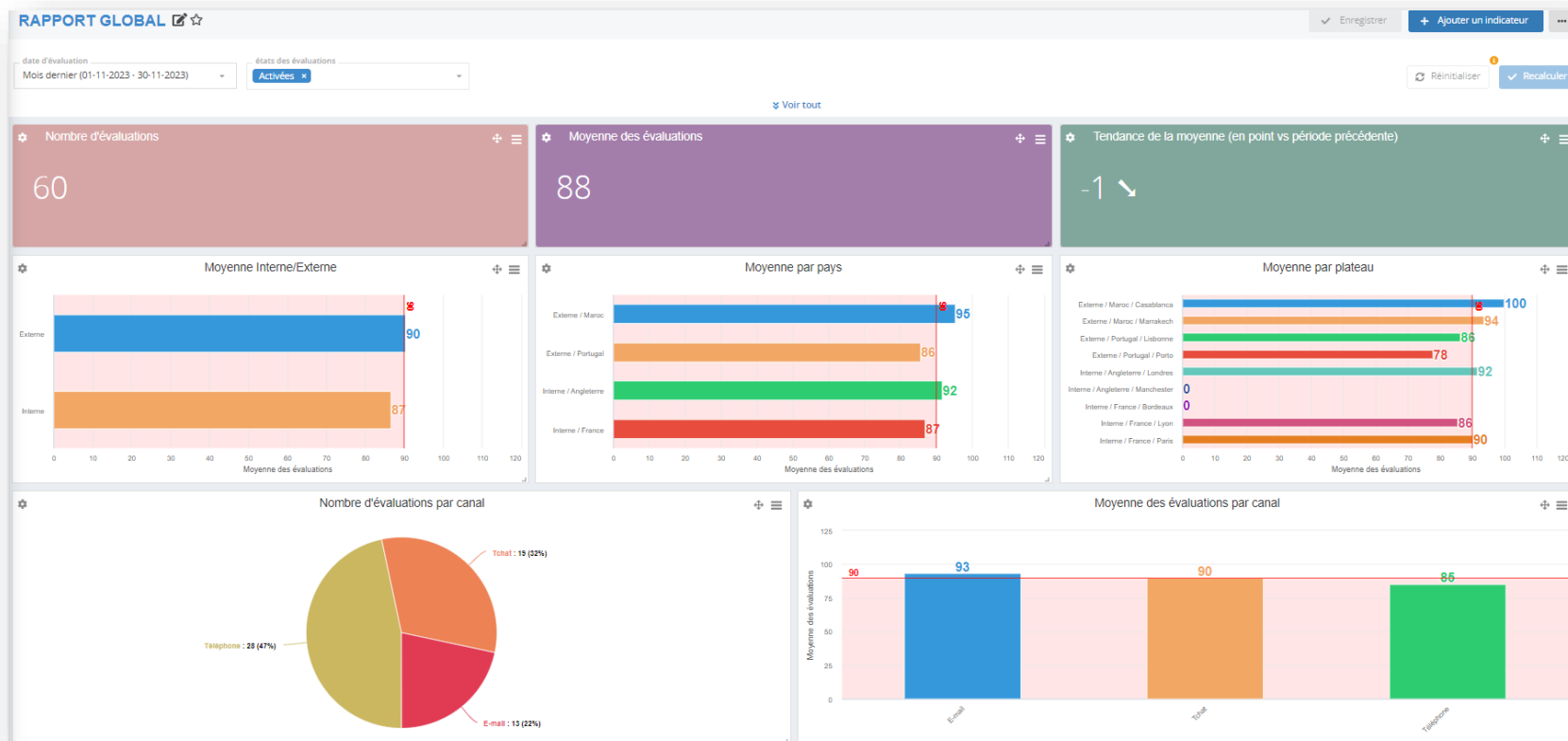
Actions	Thématique	Objectif	Dates prévues	Réussite	Effectué par	Commentaires
1) Maîtriser le processus de vente	Formations commerciales	Validate the training	03/10/2022 - 06/10/2022	✓ x	Aude Conseillère Lyon	Commenter
2) Contrôle renforcé	Suivi renforcé	95% compliance rate on the "Understanding customer needs" criterion	08/10/2022 - 14/10/2022	✓ x	Christian Superviseur Lyon	Commenter

Actions en cours

Actions	Thématique	Objectif	Dates prévues	Statut	Commentaires
Aucune action en cours					

Pilotage avancé de la qualité produite

- ◆ Droits d'accès avancés par rôle
- ◆ Personnalisation de tous les reportings et automatisation de l'envoi (agents, superviseurs, prestataire, régions...)
- ◆ Alerte à la cellule qualité lors d'un non-respect de procédure... pour faire des rappels clients
- ◆ Planification d'un debrief avec le superviseur & félicitation d'un conseiller





Les bonnes pratiques en Quality Monitoring

Laurent Vasset – Viitamine



- ◆ **1. Définir les composantes de la ligne "éditoriale" de la marque :**
 - ◆ A minima, les phrases-clés à placer pour l'accueil, les remerciements, les salutations...
 - ◆ Le cas échéant, le script mais sans trop l'imposer
 - ◆ Les objets matériels/immatériels manipulés lors de la conversation selon les intentions de contact : un rdv à prendre, un problème à résoudre, un client à rendre satisfait, une rétention d'abonnement...
 - ◆ Les latitudes des conseillers : marges de négociation, l'enveloppe allouée aux dédommagements/gestes commerciaux...
- ◆ **2. Définir l'ambition à atteindre que la marque se donne vis-à-vis de sa promesse marketing et/ou de ses concurrents :**
 - ◆ La valeur des objectifs à atteindre en termes de qualité/excellence et de performance selon les composantes
 - ◆ Sa marque de fabrique, son identité

NB : l'atteinte de certains de ces objectifs peut être dictée par la conformité réglementaire, la qualité d'une norme ou encore l'excellence pour l'obtention d'un prix ou d'un label (ESCDA, NF Service Client...)

Laurent Vasset – Viitamine



- ◆ **3. Mesurer l'atteinte de l'ambition au regard de la ligne éditoriale :**
 - ◆ A minima des formulaires d'évaluation (étalonnés) d'interactions sélectionnées unitairement par picking.
 - ◆ Idéalement, des critères de soft skills.
 - ◆ L'analyse de la voix du client par IA pour augmenter le volume
 - ◆ L'analyse et la mesure de l'expérience relationnelle (RX), un nouvel indicateur composé de 12 compétences et mesuré automatiquement par une IA responsable et bienveillante <https://bit.ly/expériencerelationnelle>
 - ◆ L'élaboration d'un plan de progrès pour cranter à la hausse (amélioration continue).
- ◆ **4. Accompagner la montée en compétences des conseillers** (entre autres items du plan de progrès)
 - ◆ Formations (intra, AFEST, coaching...), en particulier à l'expérience relationnelle,
 - ◆ Maîtrise de l'outil > des formations métier
 - ◆ Valorisation des compétences des conseillers et non démarche de "notation-sanction"

➔ *En savoir plus : viitamine.com - 06 65 50 48 56 - laurent.vasset@viitamine.com*

Les conseils d'Anne Rabineau – EffiCRM



- ◆ **Créer un référentiel** pour expliquer l'attendu pour chaque critère et le niveau d'évaluation pour harmoniser les pratiques des évaluateurs.
- ◆ **Pondérer le poids de chaque critère** pour mettre le poids du corps sur ceux qui sont les plus importants. Et faire évoluer régulièrement sa grille pour orienter les points à travailler...
- ◆ **Ne pas commenter la grille dans l'ordre**, mais commencer par les points +, et finir par les axes de progrès
 - ◆ Attention à la sémantique « ce qui ne va pas », « les points négatifs »...
 - ◆ Apprenez à vos évaluateurs à bien débriefer pour que cela ne soit pas perçu et vécu comme une sanction, un flicage... mais comme une source de satisfaction pour le client & le conseiller.
- ◆ **Faire de l'auto-évaluation avec le conseiller.**
 - ◆ Le faire parler du négatif en premier, et uniquement après les points positifs
 - ◆ Puis les axes de progrès communs
 - ◆ Finir par ceux oubliés par l'agent
- ◆ **Revoir ces éléments lors de l'entretien mensuel**

Les erreurs selon Anne Rabineau – EffiCRM



- ◆ **Vouloir tout mesurer dans le détail.**
 - ◆ Pas plus de 15/20 critères... à trop diluer les critères, on dilue les points, on obtient des notes moyennes.
 - ◆ Les détails peuvent être mis en commentaire pour donner des éléments d'explication.
 - ◆ **Faire trop de grilles différentes selon les motifs.** Il faut simplifier pour donner les grands critères qui doivent englober le plus de cas clients possibles
 - ◆ **Choisir un niveau d'évaluation qui "achète la paix"** (ex: "pratique partielle" sur tous les critères).
 - ◆ « Bonne pratique" et « Pratique insuffisante" sont plus tranchés et permettent d'identifier les vrais points forts et les vrais axes de progrès.
 - ◆ Néanmoins sur certains critères laisser le laisser pour valoriser les axes d'amélioration
- En savoir plus efficrm.com - [01 84 73 00 95](tel:0184730095) - contact@efficrm.com
- Article dédié sur le QM : <https://www.efficrm.com/lavenir-prometteur-du-quality-monitoring/>

Les conseils de Valérie Nguyen – Proimpulse



Focus sur le quality monitoring dans un call center externalisé.

◆ **La clé du succès est la proximité avec les agents.**

- ◆ Le comité de direction mensuel ne suffit pas, il faut être sur le terrain régulièrement,
- ◆ Votre présence c'est la reconnaissance que porte l'entreprise aux conseillers et aux superviseurs, cela se concrétise notamment par un accord de double écoute in situ avec débriefing immédiat sous le regard des superviseurs,
- ◆ C'est le dialogue avec les superviseurs afin de repérer les points d'amélioration continue,
- ◆ Une externalisation réussie ne peut se passer du Win Win Prestataire/Entreprise,
- ◆ Valoriser régulièrement les équipes en relation client font partie du deal, il ne faut jamais oublier qu'ils sont la voix de l'entreprise, la marque entreprise auprès des clients. Les équipes plateau contribuent ainsi à la stratégie de l'entreprise. L'enjeu est là ! Et il faut savoir leur dire !

◆ **Les erreurs à éviter :**

- ◆ Les call centers veulent des scripts, c'est rassurant mais ma clé c'est la compréhension et l'appropriation des discours de ventes/conseils pour lever la tête lors de l'appel et rester en écoute active.
- ◆ Ne pas viser le quantitatif immédiatement mais travailler plus longuement le temps d'appropriation (le qualitatif) afin de monter en performance dans un second temps.

→ En savoir plus - [linkedin.com/in/valerie-nguyen/](https://www.linkedin.com/in/valerie-nguyen/) - Consultante en relation client

Les conseils de Valérie Nguyen – Proimpulse



◆ Traduire les exigences des lignes métiers en critères et indicateurs de réussite (exemples)

- ◆ Emploi sémantique appropriée car c'est la culture de l'entreprise (ex: bienvenue, clôture)
 - ◆ La phase de diagnostic de l'appelant est essentielle pour les appels entrants (script et écoute active, compréhension de la demande)
 - ◆ Réponse appropriée en respectant le périmètre client demandé (ne pas extrapoler, broder...) même si l'on connaît les petits défauts internes de l'entreprise cliente ! Le client n'a pas à tout savoir, cela reste du niveau 2
 - ◆ Maîtrise de la gamme des produits
 - ◆ La connaissance des parcours clients alliée à l'écoute active est déterminantes dans le bon choix du motif d'appels (ex multiples appelants mêmes sélectionnés par le SVI),
 - ◆ Connaître les parcours omnicanaux (site web, les apps) car le client appelle aussi lorsqu'il est bloqué ! Le conseiller effectue parfois de la hotline ou rattrape le coup = CX/UX/BX +++
 - ◆ La connaissance de l'organisation interne de l'entreprise cliente est essentielle pour que le conseiller puisse agir et satisfaire la demande cliente dans des cas de ré orientation urgente et importante. Le pas d'après !
 - ◆ Maîtrise et compréhension des applications utilisées par le conseiller (parfois très nombreuses) et remontées des incidences.
- ➔ Si les dispositifs d'amélioration ne suffisent pas à réduire des écarts trop importants d'évaluation entre le prestataire et l'entreprise cliente, celle-ci peut mettre au contrat ses exigences lié à un bonus/malus.



Conclusion

Ce qu'il fallait retenir

Le Quality Monitoring, un outil simple et rapide à mettre en œuvre

- ▶ Des effets immédiats sur la qualité perçue
- ▶ Un ROI concret et vite perceptible

→ *Lancez-vous !*

• *Pour la Relation Client, l'implémentation du Quality Monitoring a permis une hausse de la satisfaction des clients finaux allant de 5% à 30%.*

• *Pour le développement commercial (télévente, prise de rendez-vous...), le taux de transformation a été amélioré d'environ 15%.*



Votre plan d'action

◆ Dès maintenant

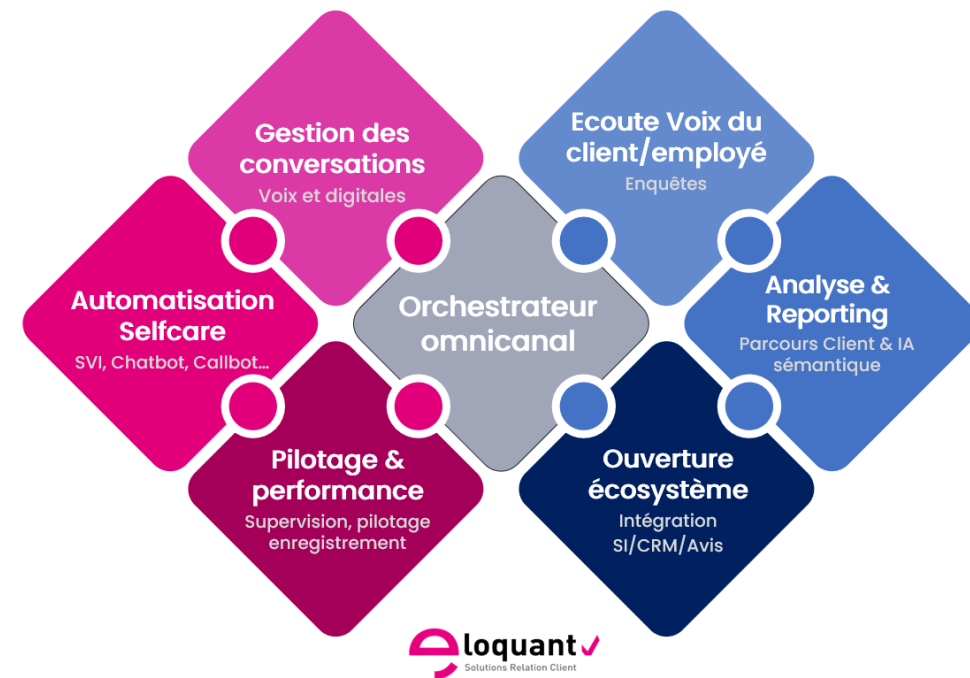
- ◆ Lancez le projet avec les équipes (superviseurs & agents) en expliquant le pourquoi de la démarche
- ◆ Validez ce que doit être votre relation client et les critères d'évaluation en rapport, de manière collégiale

◆ Dans 3 semaines

- ◆ Lancez un pilote sur une petite équipe
- ◆ Faites un bilan avec la perception client / agent
- ◆ Formez les premières équipes avec bienveillance pour motiver

◆ Dans 2 mois

- ◆ Déployez de manière industrielle les solutions
- ◆ Définissez un programme de montée en compétence (ex : émotions, techniques...)



Merci à nos experts



Valérie Nguyen

06 30 46 42 72

contact@proimpulse.fr



Anne Rabineau

01 84 73 00 95

contact@efficrm.com

efficrm



Laurent Vasset

06 65 50 48 56

laurent.vasset@viitamine.com

 **Viitamine**



Questions / Réponses

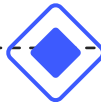
Pour en savoir plus...

 0 805 301 100

 marketing@eloquant.com

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

