

COVID19 : une opportunité unique de repenser l'organisation des entreprises

Le recours au travail à distance comme moyen de préservation de l'activité en temps de crise a révélé non seulement la maturité des collaborateurs, mais aussi la pertinence des solutions digitales, notamment dans la relation client. Alain Bouveret, directeur général d'Eloquent, dresse le bilan de huit semaines qui ont tout changé !



Après huit semaines de confinement, bien des choses ont évolué ! C'est le constat sans appel que dresse Alain Bouveret, directeur général d'Eloquent : « les métiers de la relation client étaient déjà en voie de transformation, mais le processus s'est considérablement accéléré. Je pense très sincèrement que les quinze premiers jours du confinement, nous ont permis de vivre cinq années de changement ! ». Dans un contexte de crise sanitaire absolument inédit, les bouleversements organisationnels subis dans les entreprises ont été innombrables. « La situation nous a amenés à une intense réflexion en interne sur les usages de nos propres solutions, explique Alain Bouveret, pour apporter à nos clients des réponses rapides et pertinentes, à des besoins qui n'avaient pas pu forcément être anticipés ». Si Eloquent, entreprise certifiée ISO27001, avait déjà créé en interne les conditions de la continuité d'activité de ses équipes à distance, en fournissant par exemple à chacun un ordinateur portable chiffré et protégé, « tous nos clients

n'étaient pas dans la même situation ! La remise en cause de l'organisation du travail a mis en lumière l'importance de disposer de solutions entièrement SaaS pour les centres de contacts ».

Préserver le lien... une priorité

Dans une période aussi anxiogène, garder le contact avec le client a été la priorité absolue pour toutes les marques. Une réalité à laquelle Eloquent a contribué dès la première semaine du confinement. « Nous nous sommes mobilisés, comme nos clients, pour démontrer notre volonté de faire face aux difficultés tant sur le plan humain que technologique. En interne comme avec nos clients, cela passe par trois valeurs essentielles : la confiance réciproque, l'empathie et la bienveillance ». Pour permettre aux entreprises de traverser cette période avec succès, Eloquent, dont les solutions SaaS sont nativement développées pour une telle organisation, « s'est mobilisée à 100% pour adapter son offre et proposer un accompagnement spécifique, car si l'enjeu technique est nécessaire

à relever, le facteur humain est primordial pour réussir ». La crise du COVID-19 a révélé que le travail à distance pour les équipes du service client est possible. Or, les entreprises devront désormais composer durablement avec des organisations mixtes, combinant travail à domicile et travail sur plateau. « Cette situation va nécessiter un accompagnement spécifique, analyse Alain Bouveret, c'est pourquoi nous avons développé une offre conçue pour gérer techniquement des centres de contact "éclatés" et fournir un accompagnement méthodologique pour maîtriser ce nouveau mode de management ». Cette offre intègre notamment un accompagnement par des consultants experts qui assistent les managers de proximité dans l'acquisition de postures nouvelles face à des équipes réparties entre les sites et le télétravail.

Télétravail : une tendance qui va durablement s'imposer...

Alors que le travail à distance pourrait bien s'installer durablement, bien au-delà de la crise sanitaire, dans l'organisation des entreprises, Alain Bouveret en est convaincu : « Nous allons tous être amenés à revoir nos façons de travailler. Les solutions techniques ne suffisent plus, il faut dépasser cette dimension ». Exigence de transparence, management fondé sur la confiance et sur des missions précises davantage que sur des heures de présence, les métiers de la relation client vont évoluer massivement vers de nouveaux modèles de management et de pilotage de l'activité des collaborateurs. « Eloquent avec ses solutions, agit dans ce contexte comme un exhausteur de confiance. Une confiance nécessaire à l'implication des collaborateurs, elle-même indispensable à la satisfaction des clients », conclut Alain Bouveret. ■

