

 	<p align="center">Communiqué de Presse 01/03/2011</p> <p align="center">Contact : Hélène BURY 01 53 56 70 44 / h.bury@acticall.com</p>	<p align="center">Groupe ACTICALL Tour La Villette 6, rue Emile Reynaud 75916 PARIS Cedex 19</p>
--	---	---

Acticall lance une nouvelle filiale dédiée à la gestion de la relation client digitale : e-acticall

Le Groupe Acticall, acteur majeur du secteur de la relation client, annonce le lancement d'e-acticall, une nouvelle filiale entièrement dédiée à la gestion de la relation client digitale des marques, et l'arrivée à sa tête d'un expert en marketing relationnel et médias sociaux, Vanessa Boudin-Lestienne.

L'offre d'e-acticall, *DIGITAL CRM*, répond aux problématiques des entreprises désireuses de renforcer et optimiser leur relation client via Internet, quel que soit le média : site Internet, forum, plateformes participatives, blogs, réseaux sociaux,...



Convaincu de l'intérêt pour les marques d'intégrer le canal Internet et les médias sociaux dans leur stratégie de relation client, le Groupe Acticall a créé une filiale dédiée, e-acticall, qui vise à fournir aux marques un ensemble d'outils et de services pour booster leur relation client dans l'univers du 2.0.

Deux offres de relation client digitale complémentaires

DIGITAL CRM est une offre de service couplée à une offre technologique qui se décompose à ce jour en deux briques métiers :

- **l'e-interaction** qui permet de renforcer les liens entre la marque et ses clients en garantissant une meilleure qualité de service tout en augmentant le nombre de canaux d'interactions. Les services intégrés dans cette offre sont multiples : implémentation d'un agent virtuel intelligent de 3^e génération relayé par un opérateur humain, intégration et exploitation optimisée de l'outil chat, déploiement et gestion de forums utilisateurs et FAQ dynamiques... Que ce soit pour la marque ou les clients finaux, les bénéfices sont nombreux : immédiateté de la réponse, plus forte disponibilité des opérateurs humains concentrés sur des services à forte valeur ajoutée, interactivité et dialogue entre la marque et ses clients optimisés...

- **le social CRM** qui consiste à capter les conversations relatives à la relation client de la marque et à mettre en place une démarche conversationnelle (appelée « Engagement ») adaptée à l'environnement de la source et au profil contributeur. E-acticall offre une solution clé en main aux marques en intégrant l'ensemble des briques technologiques au sein d'une même solution, de la veille (capture du bruit), à son analyse, sa catégorisation et son traitement (réponse client).

Vanessa Boudin-Lestienne, Directeur du pôle Digital, explique l'importance de cette démarche : « Les nouveaux supports du web 2.0 (blogs, forums, réseaux sociaux,...) croisant les nouveaux supports physiques d'échange (smartphones, tablettes) apportent aux consommateurs des nouveaux lieux et modes d'expression. La conséquence pour les marques est qu'elles ont l'obligation de prendre en compte ces nouveaux espaces de dialogue pour continuer à accompagner leurs clients. Au cours de ses 3 dernières années, les marques se sont attachées à gérer et animer les influenceurs (contributeurs à forts volumes de « buzz »), les considérant comme des relais d'informations et des promoteurs potentiels.

Pour les directions de la Relation Client, l'émergence de ce nouveau canal constitue un enjeu majeur à prendre en compte dès aujourd'hui. En confiant la gestion du flux 2.0 aux directions de la Relation Client, les marques passeront d'une logique de pilotage des « influenceurs » à une logique de gestion multicanale des « clients ». Il n'est cependant pas interdit de considérer les « influenceurs » comme des clients VIP ! »

 	<p style="text-align: center;">Communiqué de Presse 01/03/2011</p> <p style="text-align: center;">Contact : Hélène BURY 01 53 56 70 44 / h.bury@acticall.com</p>	<p style="text-align: center;">Groupe ACTICALL Tour La Villette 6, rue Emile Reynaud 75916 PARIS Cedex 19</p>
--	---	--

Des partenariats technologiques de choix

En vue d'offrir un service innovant, répondant à la fois aux besoins des entreprises et des clients finaux, e-acticall noue divers partenariats avec des leaders de la veille internet, de l'intelligence artificielle et de l'analyse du langage.

C'est le cas notamment avec Virtuoz, leader mondial des agents virtuels intelligents, et Yseop, expert en industrialisation des activités de conseil pour la relation client.

Pour en savoir plus sur e-acticall et la nouvelle offre DIGITAL CRM, n'hésitez pas à nous contacter.

A propos d'Acticall

Acticall est un prestataire de services spécialisé dans la gestion de la relation client à distance. Avec 129 M€ en 2010 et une prévision de 158M€ en 2011, le Groupe Acticall compte près de 4600 salariés répartis sur 14 sites, dont 12 en France et 2 au Maroc (Casablanca). Acticall propose à ses clients grands comptes, privés ou publics (American Express, BNP Paribas, Canal+, EDF, GDF SUEZ, Ministère de la Santé, Orange, SFR, Toyota...), des solutions d'externalisation de leurs plateformes de relation clients multicanal (appels, mails, courriers) en flux entrants et sortants. Structurée autour de solutions innovantes, industrielles et qualitatives, le positionnement du Groupe repose sur 3 axes : une forte expertise métier avec une logique « clients premium », un accompagnement technologique en amont et en aval des projets ainsi qu'un positionnement éthique et qualitatif fort. Acticall est, depuis 2005, doublement certifié NF Service - 345 - Centre de Relation Client (norme européenne NF EN 15 838) et Label de Responsabilité Sociale.

Pour plus d'informations sur Acticall : www.acticall.com

A propos d'e-acticall

Filiale du Groupe Acticall, créée en 2011, e-acticall est spécialisée dans la gestion de la relation client digitale. L'offre DIGITAL CRM a pour vocation de créer plus de valeur client par l'optimisation des interactions online et la mise en place d'une politique relationnelle sur les medias sociaux (Social-CRM). Les déclinaisons de l'offre Digital CRM incluent notamment le Social CRM, démarche conversationnelle conciliant la compréhension des attentes ciblées des internautes et la politique relationnelle de la marque, ainsi que l'e-interaction (implémentation d'un agent virtuel intelligent interconnecté avec un conseiller humain, intégration du Chat, gestion de la modération, généralisation du click to call...)