

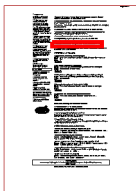


REVUE DE PRESSE

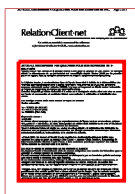
MARS 2008

Contacts :

Groupe Acticall
Service Communication
Tour la Villette
6, rue Emile Reynaud
75916 Paris cedex 19
Contact : H el ene BURY
T el : 01 53 56 70 44



► ACTICALL RECOMPENSE PAR QUALIWEB POUR SON EXPERTISE EN E-RELATION



ACTICALL RECOMPENSE PAR QUALIWEB POUR SON EXPERTISE EN E-RELATION

Toyota France fait confiance à Acticall depuis 2002 pour la gestion de son centre de contacts client. La récompense de ce partenariat est concrétisée depuis février 2008 par la première place de Toyota dans la catégorie automobile du Trophée Qualiweb/Stratégies 2008.

Le 13 février dernier, le service client en ligne de Toyota France était à l'affiche de la dixième édition des Trophées Qualiweb/Stratégies dans la section Automobile. Avec une note de 84,25/100, contre une moyenne nationale du secteur estimée à 51/100, le groupe est largement en tête du secteur Automobile en matière de traitements d'e-mails et de réclamations clients.

Un indice de qualité qui atteste l'efficacité et la valeur de la stratégie de relation client web mise en œuvre par Toyota et son conseiller et prestataire Acticall, pour optimiser la satisfaction et la fidélisation des clients.

Une stratégie d'action basée avant tout sur le respect de l'individu
Section automobile

1er : TOYOTA (84.25 /100)

2e : RENAULT (78.25 /100)

3e: PEUGEOT (73.4 /100)

Moyenne du secteur :

51.07/100

Le résultat obtenu s'explique en partie par le positionnement de Toyota vis-à-vis de ses clients, qui peut être qualifié d' « anti-script ». En effet, chaque action de relation client est bâtie sur la prise en compte de l'individu et la personnalisation du traitement des demandes.

Toute la stratégie d'action est fondée sur un seul et unique objectif : la satisfaction et la fidélisation du client dans une perspective d'amélioration continue. Les Chargés de clientèle traitent chaque réclamation dans son individualité et l'automatisation de la réponse est proscrite.

« Depuis 2002, les équipes de Toyota France travaillent en étroite collaboration avec Acticall pour optimiser la gestion du centre de contacts client Toyota », explique Cécilia Dessèvre, Responsable du département Relation Client de Toyota France. « Nous souhaitons que chaque acquéreur d'un véhicule Toyota devienne un client privilégié de la marque. »

Des outils de gestion de relation client à la fois productifs et qualitatifs

Les équipes ont créé un formulaire de saisie de contacts catégorisant une centaine de réclamation types et intégrant un système d'accusé de réception personnalisé.

L'e-mail est envoyé via les sites Internet toyota.fr ou clubtoyota.fr, par un formulaire spécialement conçu pour guider clients et prospects dans leurs requêtes.

En cas de demandes commerciales, le Chargé de clientèle traite les demandes clients ou prospects, et enregistre leur profil via un outil de traçabilité développé par Acticall, PROFILER. Accessibles aux concessionnaires Toyota, ces données permettent d'assurer un suivi clientèle et commercial pertinent.

« Chaque canal, qu'il s'agisse du téléphone, de l'e-mail ou du courrier bénéficie par ailleurs des mêmes procédures et d'un contrôle qualité tant au niveau d'Acticall que de Toyota. Tous les contacts sont gérés par un logiciel unique qui assure un suivi client pertinent et individualisé », précise Cécilia Dessevre.

Notons que le canal e-mail a peu à peu détrôné le courrier, avec une volumétrie mensuelle de 600 mails entrants en 2007, soit 15% du volume global, contre 12,5% de courriers et de fax.



L'e-mail, un canal de communication à traiter avec une grande réactivité et une vigilance aigüe
Le canal e-mail présente de nombreux avantages pour les clients et les prospects : pas de contrainte horaire, traitement de la réponse quasi immédiate, conservation d'une trace écrite... Autant de critères de fidélisation qui expliquent la recrudescence de l'e-relation client. Vecteur de l'image de l'entreprise, il est indispensable d'accorder à ce canal une vigilance toute particulière.

Le Chargé de clientèle doit nécessairement être polyvalent et maîtriser le téléphone et l'outil web, l'orthographe, la structuration de la réponse, la personnalisation du message. Il doit faire preuve d'attention et d'esprit critique pour assurer un dernier contrôle avant envoi.

« La clef de notre succès réside avant tout dans notre politique de proximité et de personnalisation de services », déclare Eric Dabancourt, Responsable Acticall de la relation client TOYOTA.

« Si le sujet est complexe ou sensible, la réponse sera immédiatement traitée par e-mail et complétée par un appel du Chargé de clientèle, voire du groupe Toyota, dans le cas d'un traitement de niveau 3. Cette gestion individuelle, dont le temps de traitement se situe en moyenne entre 1 minute 30 et 2 minutes, apporte des réponses pertinentes et délivrées dans un délai très court. Par ailleurs, pour optimiser au maximum la qualité de traitement des emails, nos équipes s'appuient sur l'outil d'Acticall de contrôle de la qualité, ACTIVALUE. »

Cette récompense vient couronner une collaboration fructueuse et un professionnalisme déjà remarqué dans le passé.

« En 2007, Toyota France a été nommé 1er en Relations Client Durable dans le cadre de l'enquête TNS/Sofres dans le secteur automobile mais aussi tous secteurs d'activité confondus », souligne Cécilia Dessevre. « Ce succès illustre l'importance que Toyota attache à la satisfaction de ses clients et ce prix montre aussi l'implication de tout le réseau des concessionnaires. Le professionnalisme de l'équipe Contact Clients Acticall de Vervins ainsi que l'implication du Responsable de compte d'Acticall permettent à tous les clients Toyota d'être traités de façon professionnelle et conviviale. Une convivialité qui est d'ailleurs à l'honneur sur notre tout nouveau site clubtoyota.fr »

Jeu'di 21 Fév'rier 2008

Acticall

Lu 983 fois

http://www.relationclientmag.fr/Breves/ConsultBreve.asp?ID_Article=24029&t=Profession-Formation-Des-modules-de-formation-dedies-



Chercher dans les archives : Mots clés
 Faire une recherche avancée

Les actualités

PROFESSION : Formation

Des modules de formation dédiés aux métiers de la relation client à distance

17/03/2008

Manpower et la société Learning CRM ont élaboré en étroite collaboration des modules spécifiques destinés en priorité aux collaborateurs intérimaires de Manpower, mais également à tout salarié travaillant ou amené à travailler dans les métiers de la relation client à distance.

Les modules exclusifs créés, "Teleskill Formation" et "Bien s'intégrer dans les téléservices", permettent d'accompagner les évolutions de la profession et de mieux répondre aux besoins des entreprises et aux attentes des salariés. La montée en compétences sur les métiers de la relation client à distance est aujourd'hui une tendance constatée sur l'ensemble des secteurs d'activité utilisateurs (banque, assurances, téléphonie...).

Le module "Teleskill Formation" s'appuie sur 20 études de cas déclinées en fonction des secteurs d'activité et de leurs applications spécifiques. La particularité de la méthode (auto-formation, formation tutorée et formation présentielle) assure la consolidation des acquis. La formation "Teleskill" de cinq jours mise en place est assurée par les centres de formation régionaux de Manpower.

Les stagiaires, qui bénéficient de cette formation et la valident ensuite via Learning CRM, se voient délivrer, à l'issue du stage, une attestation de compétences remise par l'animatrice Manpower.

Manpower, via sa filiale "Formation" (Manpower Nouvelles Compétences), a également développé, en collaboration avec Learning CRM, un module complémentaire intitulé "Bien s'intégrer dans les téléservices" destiné aux candidats, intérimaires et salariés permanents désirant travailler ou travaillant déjà dans les métiers de la relation client à distance.

Manpower place la formation au cœur de son dispositif de solutions pour l'emploi. En 2007, le groupe a formé plus de 52 000 collaborateurs intérimaires, dont près de 2 000 sur les métiers de la relation client à distance. Sur ces métiers, Manpower a mis en place, depuis plusieurs années, des actions de formation spécifiques et en a actualisé les contenus, en 2006, grâce à un partenariat avec Learning CRM.

Mots clés : [Formation \(45\)](#) | [Learning crm \(1\)](#) | [Manpower \(6\)](#)

COMMENTAIRES

Aucun commentaire à ce jour.

Soyez le premier à réagir à cet article

PARTAGER CE LIEN

Soumettre cette actualité aux gestionnaires de favoris

Del.icio.us ::
 Blogmarks ::
 Fuzz



L'off-shore entre accalmie et tensions

Pense t-on aux clients ?

Cet article ne tient compte en aucun cas du point ...

Par Consommateur lambda le 17/03/2008

Euro CRM : + 35 % de chiffre d'affaires en ...

Ce qui est faux est stricte vérité !!

Je connais très bien euro CRM, à Chauny dans ...

Par crmiste le 17/03/2008

Discrétion en production

le SAV IKEA? : du vent !!!!!

Un ressort cassé sur un canapé qui n'a pas six ...

Par David le 15/03/2008

Le site des directions achats

Un tout nouveau site dédié aux décideurs achats. Retrouvez vos dossiers thématiques, l'actualité quotidienne de votre métier, nos services... Inscrivez-vous et recevez notre newsletter Décision Achats.

www.decision-achats.fr



Info-commerciale

Nuage de mots clés des actualités

Accenture Accovia Avaya Bdd Campagne Marketing Centre

D'appels Centre De

Contacts Cosmocom **CrM** E-deal E-

mailing Fai Formation Grc Help Desk Innovaphone Microsoft Outsourcing Qas Qiktech Reims Sage Crm Service Clients Sip Sitel Spss

Teleperformance Teradata **Toip** Webhelp

http://www.actionco.fr/Breves/ConsultBreve.asp?ID_Article=24029&t=Des-modules-de-formation-dedies-aux-metiers-de-la-relation-client



ACTIONCO.fr Le site des managers commerciaux

Information | Agenda | Formation | Prestataires | Magazines | Sites Editialis

Accueil > Information > Actualités



» Les actualités
TÉLÉMARKETING

Abonnez-vous à la newsletter

Des modules de formation dédiés aux métiers de la relation client à distance

17/03/2008

Manpower et la société Learning CRM ont élaboré en étroite collaboration des modules spécifiques destinés en priorité aux collaborateurs intérimaires de Manpower, mais également à tout salarié travaillant ou amené à travailler dans les métiers de la relation client à distance.

Les modules exclusifs créés, "Teleskill Formation" et "Bien s'intégrer dans les téléservices", permettent d'accompagner les évolutions de la profession et de mieux répondre aux besoins des entreprises et aux attentes des salariés. La montée en compétences sur les métiers de la relation client à distance est aujourd'hui une tendance constatée sur l'ensemble des secteurs d'activité utilisateurs (banque, assurances, téléphonie...).

Le module "Teleskill Formation" s'appuie sur 20 études de cas déclinées en fonction des secteurs d'activité et de leurs applications spécifiques. La particularité de la méthode (auto-formation, formation tutorée et formation présentielle) assure la consolidation des acquis. La formation "Teleskill" de cinq jours mise en place est assurée par les centres de formation régionaux de Manpower.

Les stagiaires, qui bénéficient de cette formation et la valident ensuite via Learning CRM, se voient délivrer, à l'issue du stage, une attestation de compétences remise par l'animatrice Manpower.

Manpower, via sa filiale "Formation" (Manpower Nouvelles Compétences), a également développé, en collaboration avec Learning CRM, un module complémentaire intitulé "Bien s'intégrer dans les téléservices" destiné aux candidats, intérimaires et salariés permanents désirant travailler ou travaillant déjà dans les métiers de la relation client à distance.

Manpower place la formation au cœur de son dispositif de solutions pour l'emploi. En 2007, le groupe a formé plus de 52 000 collaborateurs intérimaires, dont près de 2 000 sur les métiers de la relation client à distance. Sur ces métiers, Manpower a mis en place, depuis plusieurs années, des actions de formation spécifiques et en a actualisé les contenus, en 2006, grâce à un partenariat avec Learning CRM.

Mots clés : [Formation \(45\)](#) | [Learning crm \(1\)](#) | [Manpower \(6\)](#)

COMMENTAIRES

Aucun commentaire à ce jour.
Soyez le premier à réagir à cet article

PARTAGER CE LIEN

Identifiant :
Mot de passe :
[Devenir membre](#) | [Codes d'accès oubliés ?](#)

Chercher dans les archives : Mots clés
> Faire une recherche avancée

- Imprimer
- Envoyer par email
- Revenir à la liste



Les derniers commentaires

- Expression orale : Maîtriser la prise de ...
 Formation chez Negocia : pas à la hauteur
 Voici mes constatations : • Moins ...
 Par MADEMOISELLE le 15/03/2008
- Marionnaud entre dans une nouvelle ère
 les sorcières de salem
 chez Marionnaud, on va toujours plus loin dans ...
 Par kail13 le 14/03/2008
- Xavier Chausson, fondateur et p-dg du groupe ...
 image
 Mais où est encore votre conseiller? c'est lui ...
 Par lolote le 13/03/2008

Découvrez le site de la semaine

Le site de la relation client
 Une base documentaire unique et toute l'actualité B to B de l'univers des centres d'appels et de la relation client à distance : stratégies, canaux, technologies... Recevez notre newsletter
www.relationclientmag.fr



Info-commerciale

Nuage de mots clés des actualités

Animation De Réseau Convention Développement International
 Dotation **Emploi E-recrutement** Études
 Événementiel Evolution De Carrière Fidélisation
Formation Formation Continue Formation Initiale
 Hôtellerie Incentive La Poste **Lieux**
D'événement Marketing Marketing Direct Pme

NEXT GENERATION AD SERVING

Your Ads will love it!


HELIOS IQ


LIVE-MONITORING

Impr.	Clicks	Click %
54634	465	0.79%
198898	1887	0.19%
78289	821	0.35%
23184	311	0.54%
28178	810	0.00%
3123	310	0.00%


ADTECH

<http://www.indicerh.net/article.php?sid=2562>





The conversation starts here.



Recherche

L'actualité au coeur des RH [Accueil] · [Anonyme - Votre compte] · [Déconnexion] · [Soumettre un article] Aide Vendredi 28 Mars 2008

Identification

- [Oui sommes nous ?](#)
- [Faites connaître Indice RH](#)
- [Inscription Newsletter](#)

Contactez nous

Tarifs & Abonnements

- [Publier un article](#)
- [Abonnement NEW](#)
- [Infos Indice RH](#)
- [Plan Media / Publicité](#)
- [Référencement](#)

Actualités RH (Inscrits)

- [Votre compte](#)
- [Rubriques](#)

Com' RH

- Du nouveau -

Expertise RH

- Thèmes RH -

Zoom RH

- Zoom RH -

Tendances RH

- Accès -

Revue de presse...

- [Revue de Presse Mensuelles](#)
- [Revue de Presse - thématiques](#)
- [Revue de Presse - Sociétés](#)
- [Revue de Presse - Social](#)
- [Nominations](#)

- Archives -

Archives Indice RH

- 2007 -

- 2006 -

Manpower et Learning CRM allient leurs expertises

Poster le Jeudi 27 mars 2008 @ 16:13:27 par [stephan1104](#) [[Editer](#) | [Effacer](#)]
 contribution de : [stephan1104](#)



Manpower et Learning CRM allient leurs expertises et mettent en oeuvre des modules de formation dédiés aux métiers de la relation client à distance

Manpower et la société Learning CRM, expert de la formation sur les métiers de la relation client, ont élaboré en étroite collaboration des modules spécifiques destinés en priorité aux collaborateurs intérimaires de Manpower mais également à tout salarié travaillant ou amené à travailler dans les métiers de la relation client à distance.

Les modules exclusifs créés (« Teleskill Formation » et « Bien s'intégrer dans les téléservices ») permettent d'accompagner les évolutions de la profession et de mieux répondre aux besoins des entreprises et aux attentes des salariés. La montée en compétences sur les métiers de la relation client à distance est aujourd'hui une tendance constatée sur l'ensemble des secteurs d'activités utilisateurs (banque, assurances, téléphonie...).

Le module « Teleskill Formation » dédié, à l'origine, uniquement à la formation des opérateurs des centres d'appel a été adapté, aujourd'hui, pour cibler un public plus large qui comprend, non seulement, tous les personnels des centres d'appel mais également tous les métiers utilisant le téléphone comme outil principal (hôtesse-standardistes, commerciaux, ...). Ce module s'appuie sur 20 études de cas déclinées en fonction des secteurs d'activité et de leurs applications spécifiques. La particularité de la méthode (auto-formation, formation tutorée et formation présentielle) assure une parfaite consolidation des acquis. La formation « Teleskill » de cinq jours mise en place est assurée par les centres de formation régionaux de Manpower. Les stagiaires, qui bénéficient de cette formation et la valident ensuite via Learning CRM, se voit délivrer, à l'issue du stage, une attestation de compétences remise par l'animatrice Manpower.

Manpower, via sa filiale « Formation » (« Manpower Nouvelles Compétences »), a également développé, en collaboration avec Learning CRM, un module complémentaire intitulé « Bien s'intégrer dans les téléservices » destiné aux candidats, intérimaires et salariés permanents désirant travailler ou travaillant déjà dans les métiers de la relation client à distance.

Manpower place la formation au cœur de son dispositif de solutions pour l'emploi. En 2007, Manpower a ainsi formé plus de 52 000 collaborateurs intérimaires dont près de 2 000 sur les métiers de la relation client à distance. Sur ces métiers, Manpower a mis en place, depuis plusieurs années, des actions de formation spécifiques et en a actualisé les contenus, en 2006, en partenariat avec Learning CRM.

« Manpower se positionne aujourd'hui en créateur de solutions pour l'emploi. La démarche menée avec Learning CRM illustre la volonté d'anticiper sans cesse les évolutions du marché afin de mieux répondre aux besoins et aux attentes des entreprises. Développer dans le même temps les montées en compétences de nos collaborateurs intérimaires, faciliter les transitions professionnelles et permettre l'accès à l'emploi par la formation contribuent à assurer la connexion entre candidats qualifiés et entreprises en recherche de profils. Sourcing, formation et expérience de l'ensemble des secteurs d'activité traduisent l'expertise globale de Manpower sur le marché de l'emploi. » souligne Thierry Vaudelin, chef du département « Formation » de Manpower France

« La demande accrue de compétences sur les métiers de la relation client à distance contribue à la valorisation du métier. Davantage orientés vers la vente et le conseil, ces métiers vont susciter de nouvelles vocations et créer

Liens Relatifs

- [En savoir plus à propos de Thème - Formation - e-learning](#)
- [Article de stephan1104](#)

L'Article le plus lu à propos de Thème - Formation - e-learning :

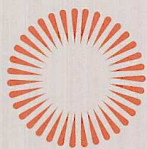
- [Le CEFAM ouvre un MBA /Master in International Management](#)

Les dernières nouvelles à propos de Thème - Formation - e-learning :

Tous nos tests

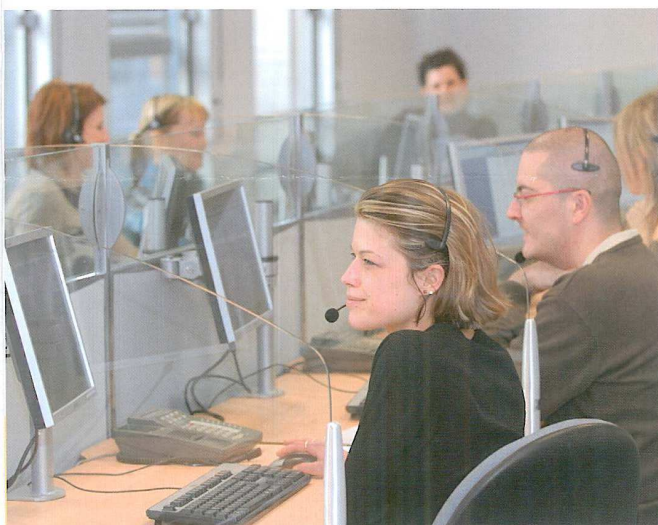
- [Atout Métier](#)
- [Atout RECRUTEMENT](#)
- [Profil Manager](#)
- [Test motivation](#)
- [Test Entrepreneur](#)
- [Atout Vente](#)
- [Quotient émotionnel](#)
- [Test de QI](#)
- [Master QI](#)
- [Intelligences multiples](#)
- [Culture Générale](#)
- [Culture artistique](#)
- [Atout Junior](#)
- [Atout personnalité](#)
- [Test des couleurs](#)
- [Communication](#)

Formation E-learning



page 2 : entreprise de Tam-Tam à Acticall, les 10 ans d'un centre d'appels

**Messagers de poche, renseignements téléphoniques, services clients...
L'histoire d'une plate-forme qui a su s'adapter à toutes les mutations.**



Avec 2 500 téléconseillers et 44 plates-formes, la filière nancéienne de la relation clients se porte bien, à l'image du centre d'appels Acticall installé boulevard Albert 1^{er} à Nancy.

Qu'ils soient dédiés aux renseignements téléphoniques ou aux services clients, qu'ils soient installés à deux pas ou à des milliers de kilomètres de leurs usagers, les centres d'appels reposent tous sur une même idée : la vie peut être simple comme un coup de fil.

Mais ce qui vaut (dans l'idéal) pour ceux et celles qui ont recours à leurs services, vaut-il pour ces plates-formes téléphoniques elles-mêmes ? L'anniversaire, il y a peu, des dix ans d'activité du centre d'appels nancéien Acticall apporte un éclairage aussi opportun que substantiel sur la question. Car si le site du boulevard Albert 1^{er} a toujours été en activité, on peut dire que celle-ci a connu des fluctuations importantes en termes de volume et de nature.

Mais revenons fin 97, autant dire la préhistoire en matière de téléphonie, puisque sous l'égide de Cégétel, la plate-forme nancéienne ouvre alors

ses portes pour s'occuper des abonnés... de « Tam-Tam » (oui, ces petits messagers à cristaux liquides que tout le monde ou presque a oublié). Cette activité qui mobilise au début une vingtaine de salariés perd évidemment sa raison d'être avec la généralisation du téléphone portable à l'entame des années 2000. Qu'à cela ne tienne, le site nancéien change son fusil d'épaule pour prendre en charge les renseignements téléphoniques de SFR. Bonne pioche, le service est plébiscité par les nouveaux usagers du mobile. Résultat : la plate-forme qui rassemble alors 350 salariés, décide de se consacrer exclusivement à l'activité d'« annuaire », convaincue qu'elle tient là une niche aussi rentable que durable. Et pourtant... En octobre 2005, la libéralisation du marché des renseignements entraîne dans un premier temps le désengagement de SFR de la plate-forme mais aussi, moins prévisible, l'effondrement du marché français du renseignement téléphonique : les fameux numéros en 118 vantés à longueur de pubs ne parviennent que très modérément à convaincre les usagers, et le centre d'appels de Nancy qui fonctionnait alors sur cette seule activité se trouve dos au mur. « Soit nous changions d'activité, soit nous disparaissions », analyse rétrospectivement Thibault Constans, l'actuel directeur du site.

Le changement a bien lieu dès octobre 2006, mais sous l'égide d'un nouveau propriétaire (Acticall), et voit la plate-forme se consacrer désormais exclusivement au service clients. Un vrai pari, concède Thibault Constans, « puisque ce choix demandait une formation approfondie de la majeure partie du personnel ». Mais Acticall le tente, certain du bien fondé de cette démarche et des potentialités du site nancéien. Un an plus tard, le pari semble gagné. Le centre d'appels assure le service clients de deux grandes entreprises dont Gaz de France, sa montée en puissance se poursuit et quelque 150 embauches sont prévues. Morale de l'histoire : la vie des centres d'appels est loin d'être aussi simple que le coup de fil que vous leur passez. Mais même si l'activité s'est normalisée ces trois dernières années, il y a encore de belles perspectives de développement à espérer. Notamment à Nancy où l'activité rassemble 2 500 salariés répartis sur 44 plates-formes, soit, pour ce secteur environ 1 % de l'effectif français.



ACTICALL expérimente la nouvelle génération des canaux d'interaction clients : le Point Visio Public d'Orange

Une première dans la relation client externalisée : le site Acticall de Tarbes expérimente un outil de visiophonie conçu par France Telecom, le Point Visio-public, qui permet aux chargés de clientèle de voir leur interlocuteur et réciproquement.

Pour pallier l'absence d'agences dans certaines zones rurales peu fréquentées, France Telecom a décidé d'installer une boutique virtuelle dans les agences postales voisines, qui se matérialise par une borne de mise en relation audiovisuelle dotée d'un écran tactile, d'un scanner, d'une caméra, et d'une imprimante.

Cet outil, totalement novateur, permet aujourd'hui aux habitants d'Andernos-Les-Bains d'accéder aux services Orange sans avoir à se déplacer en agence. Les usagers peuvent voir leur conseiller du centre de relation client Orange, comme s'ils se trouvaient face à lui, et effectuer ainsi les mêmes démarches qu'en boutique sur le périmètre global des services Orange : fixe, mobile, accès Internet et service après-vente.



Acticall renforce son partenariat avec les organismes publics de l'emploi

20/03/2008

L'équipe Recrutement et Formation du site parisien d'Acticall a organisé une journée "Portes Ouvertes Partenaires Emploi" le 12 mars dernier, pour renforcer son partenariat avec les organismes publics d'emploi de l'Île-de-France. L'Objectif final pour l'outsourcer étant de recruter des profils toujours mieux adaptés aux nouveaux besoins des clients. Des représentants des plateformes de vocation, des missions locales, de l'ANPE, et de l'Apec, étaient présents pour assister à une présentation détaillée des nouveaux métiers de la relation client.

À l'occasion de cette journée, Acticall a aussi souhaité lever le voile sur les réalités économiques et sociales du secteur de la relation client à distance. Elle apparaît aujourd'hui comme un véritable tremplin pour l'emploi et la montée en compétences des jeunes. Les centres de la relation client exhibent un autre visage, marqué par une organisation managériale beaucoup plus structurée, que le groupe entend faire découvrir. Le label de responsabilité sociale a d'ailleurs largement impacté cette tendance. La professionnalisation du monde de la relation client, qui passe par le développement des savoir-faire, donne une image positive du secteur. Les aptitudes et les qualifications recherchées varient selon la nature des métiers et leur degré de complexité, qu'il s'agisse de la réception d'appels, de l'émission d'appels ou du back-office, mais également selon le secteur d'activité concerné (médical, informatique, bancaire, énergie, arts et spectacles, etc...). À cela s'ajoute la pluralité des canaux de communication (téléphone, e-mail, courrier, sms, etc...), ainsi que la forte valeur ajoutée technologique, avec le développement des plateformes de télécommunications, des bases de données ou encore des applications métiers. Le groupe a pour ambition de réitérer ses rencontres avec les partenaires emploi de chacune des régions dans lesquelles il est implanté. De son côté, Acticall Paris prévoit une nouvelle rencontre sur le thème du recrutement dans les centres de contacts à la fin du second trimestre 2008.

http://www.RelationClientMag.fr/Breves/ConsultBreve.asp?ID_Article=24103&t=Acticall-renforce-son-partenariat-avec-les-organismes-



Centres d'Appels
RelationClientmag.fr
 Stratégies, canaux, technologies

Information | Agenda | Formation | Prestataires | Magazines | Sites Editiaux

Accueil > Information > Actualités



Les actualités

OUTSOURCING : Recrutement

Acticall renforce son partenariat avec les organismes publics de l'emploi

20/03/2008

L'équipe Recrutement et Formation du site parisien d'Acticall a organisé une journée "Portes Ouvertes Partenaires Emploi" le 12 mars dernier, pour renforcer son partenariat avec les organismes publics d'emploi de l'Île-de-France. L'objectif final pour l'outsourcer étant de recruter des profils toujours mieux adaptés aux nouveaux besoins des clients.

Des représentants des plateformes de vocation, des missions locales, de l'ANPE, et de l'Apec, étaient présents pour assister à une présentation détaillée des nouveaux métiers de la relation client.

À l'occasion de cette journée, Acticall a aussi souhaité lever le voile sur les réalités économiques et sociales du secteur de la relation client à distance.

Elle apparaît aujourd'hui comme un véritable tremplin pour l'emploi et la montée en compétences des jeunes. Les centres de la relation client exhibent un autre visage, marqué par une organisation managériale beaucoup plus structurée, que le groupe entend faire découvrir. Le label de responsabilité sociale a d'ailleurs largement impacté cette tendance.

La professionnalisation du monde de la relation client, qui passe par le développement des savoir-faire, donne une image positive du secteur. Les aptitudes et les qualifications recherchées varient selon la nature des métiers et leur degré de complexité, qu'il s'agisse de la réception d'appels, de l'émission d'appels ou du back-office, mais également selon le secteur d'activité concerné (médical, informatique, bancaire, énergie, arts et spectacles, etc...).

À cela s'ajoute la pluralité des canaux de communication (téléphone, e-mail, courrier, sms, etc...), ainsi que la forte valeur ajoutée technologique, avec le développement des plateformes de télécommunications, des bases de données ou encore des applications métiers.

Le groupe a pour ambition de réitérer ses rencontres avec les partenaires emploi de chacune des régions dans lesquelles il est implanté. De son côté, Acticall Paris prévoit une nouvelle rencontre sur le thème du recrutement dans les centres de contacts à la fin du second trimestre 2008.

Mots clés : Acticall (3) | Recrutement (59)

COMMENTAIRES

Aucun commentaire à ce jour.

Soyez le premier à réagir à cet article

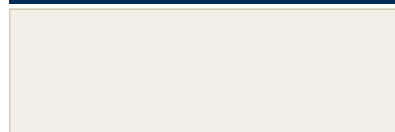
PARTAGER CE LIEN

Soumettre cette actualité aux gestionnaires de favoris

Del.icio.us :: Blogmarks :: Fuzz

Chercher dans les archives : Mots clés

Faire une recherche avancée



L'off-shore entre accalmie et tensions

Faux et archi-faux
 Cher consommateur, Les centres d'appels du ...
 Par eric_rabat le 21/03/2008

complément de définition de style de vie
 Le style de vie correspond aussi à l'identité de ...
 Par aliass le 21/03/2008

La MAI se dote d'un vrai centre d'appels

Félicitations
 Félicitation pour ce que tu as apporté au sein de ...
 Par michoumai le 19/03/2008

Le site des directions achats

Un tout nouveau site dédié aux décideurs achats. Retrouvez vos dossiers thématiques, l'actualité quotidienne de votre métier, nos services... Inscrivez-vous et recevez notre newsletter Décision Achats.



www.decision-achats.fr

Info-commerciale

Nuage de mots clés des actualités

Accenture Accovia Acticall Avaya Bdd Campagne Marketing

Centre D'appels **Centre De Contacts** Cosmocom **Cr**m E-deal

E-mailing Fai Formation Grc **Help Desk** Innovaphone Outsourcing Gas

Clicktech Recrutement Reims Service Clients Sip Site! Spes

Teleperformance Teradata **Toip** Webhelp

NEXT GENERATION AD SERVING

Your Ads will love it!

HELIOS IQ

LIVE-MONITORING

Imp.	Clicks	Click %
54634	465	0.79%
198838	1887	0.95%
78289	821	0.35%
23184	311	0.54%
28178	810	0.00%
3123	310	0.00%

ADTECH

Acticall renforce son partenariat avec les organismes publics

Pour l'Ile de France, l'équipe Recrutement et Formation du site parisien d'Acticall a organisé une journée « Portes Ouvertes Partenaires Emploi » le 12 mars dernier, pour renforcer son partenariat avec les organismes publics d'emploi de l'Ile de France. Représentants des plateformes de vocation, des missions locales, des ANPE, et de l'Apec, tous étaient présents pour assister à une présentation détaillée des nouveaux métiers de la relation client et ainsi lever le voile sur les réalités économiques et sociales du secteur de la relation client à distance. Objectif final : recruter des profils toujours mieux adaptés aux nouveaux besoins des clients.

A cette occasion, Aicha Bouchama, Responsable Recrutement et Formation du site parisien d'Acticall, a rappelé que « le secteur des Centres de Relation Client externalisés, qui représente environ 40 000 emplois en France et environ 1,4 milliard d'Euros de chiffre d'affaires, souffre d'un déficit d'image dû à la méconnaissance de ses réalités économiques et sociales. Mais avec le développement des relations à distance via les nouveaux moyens de communications, le potentiel du secteur, notamment en termes d'emplois, est extrêmement fort. Il peut constituer un véritable tremplin pour l'emploi des jeunes, notamment parce que ses méthodes de recrutement sont à la pointe en matière de non-discrimination et de diversité. » Plusieurs paramètres révèlent ce phénomène de professionnalisation et de développement des savoir-faire, à commencer par la multiplicité des métiers et des compétences.

Le groupe a pour ambition de réitérer ses rencontres avec les partenaires emploi de chacune des régions dans lesquelles il est implanté. De son côté, Acticall Paris prévoit une nouvelle rencontre sur le thème du recrutement dans les centres de contacts à la fin du second trimestre 2008.