

# LA NORME NF EN «15, 8 EST ENTRÉE EN VIGUEUR

## Décryptage des nouvelles exigences du référentiel

---

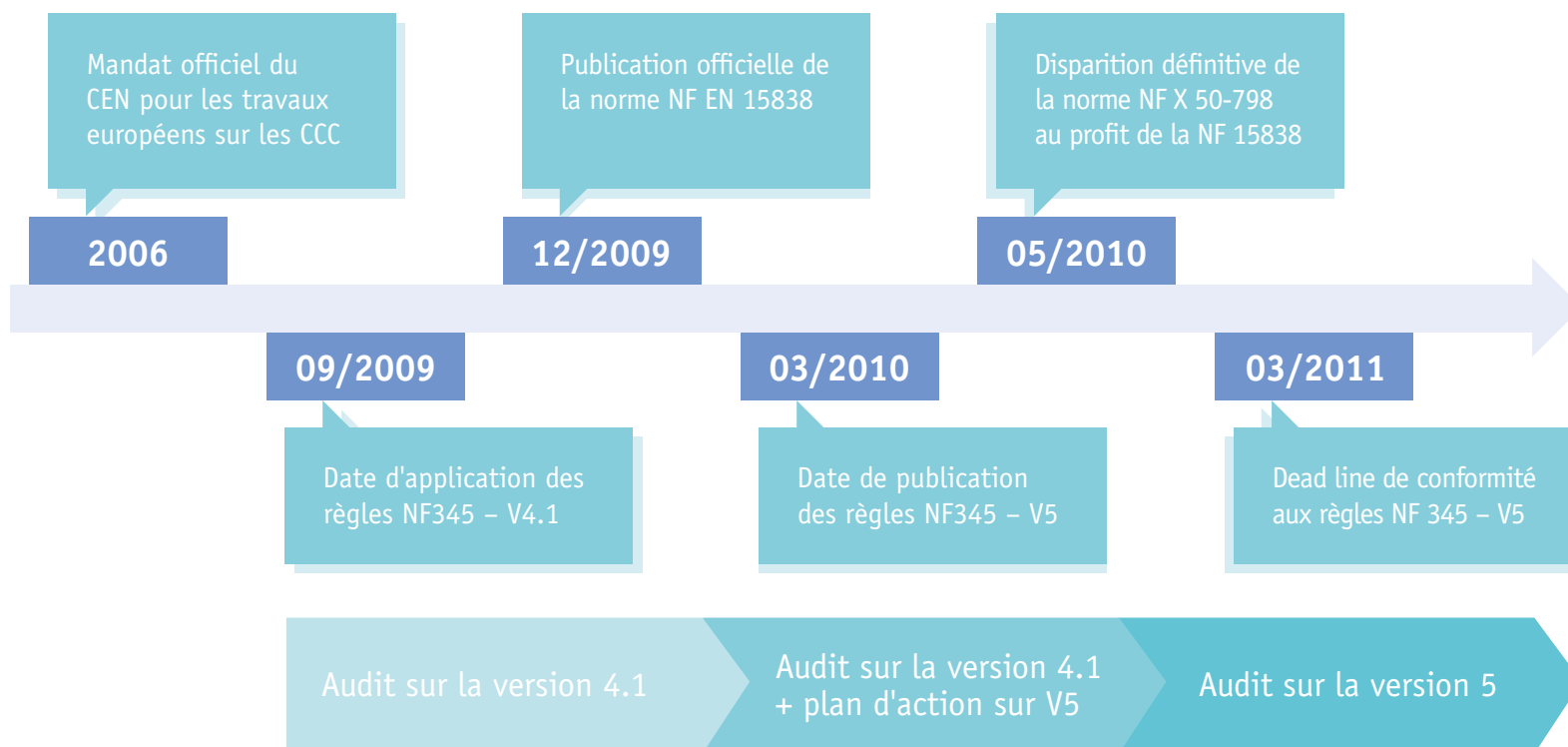
*Après avoir publié la norme européenne en décembre 2009, AFNOR CERTIFICATION a annoncé, mi-mars, l'entrée en application des nouvelles règles NF 345.*

*Qu'ils soient certifiés ou en voie de certification, les centres de relation client ont engagé les premiers chantiers de mise en conformité des pratiques.*

*Enjeu principal : intégrer les nouvelles exigences organisationnelles et sociales imposées par le nouveau référentiel.*

## RAPPEL DES ETAPES CLEFS DE LA NORME NF EN 15838

38»



*Mai 2010, une page se tourne pour les centres de relation client. Exit la norme française NF X50 – 798, l'heure est venue d'intégrer dans ses pratiques les nouvelles règles de certification introduites via la norme NF EN 15838.*

Créée en 2003, l'ancienne norme se limitait à la prestation de service du centre de contacts. Son champ d'application est désormais élargi avec la prise en compte de nouvelles exigences en termes d'organisation et de responsabilité sociale.

Les compétences métier sont revalorisées via une définition plus précise du développement des compétences au travers de la qualité des formations, des méthodes de suivi des collaborateurs, des démarches GPEC, ...

La notion de bien-être du collaborateur est résolument au cœur de la nouvelle philosophie de la marque NF SERVICE pour les centres de contacts.

**Quels sont les impacts de la mise en application de la norme européenne ? Comment les acteurs certifiés doivent-ils opérer pour se mettre en conformité avec les nouvelles règles ? Qu'en est-il pour les entreprises en voie de certification ?**

Bilan et marche à suivre avec Arnaud Felix, Chef de projet au sein d'AFNOR CERTIFICATION.

## LES ENGAGEMENTS DE LA MARQUE NF SERVICE CENTRE DE RELATION CLIENT NF 345 V5

- Faciliter l'accès au service et délivrer une information au préalable.
- Fournir un accueil dans le respect des règles d'éthique, de confidentialité et de courtoisie
- Prendre en charge 80% des appels en moins d'une minute trente
- Assurer la traçabilité de chaque demande et réponse apportée
- S'assurer de la bonne compréhension du client : du problème soumis, de la solution et des suites convenues
- Répondre aux courriers ou courriels dans les délais annoncés
- Apporter des réponses fiables et maîtrisées au client
- S'assurer de la qualification, de la formation et du suivi des conseillers
- Gérer les réclamations et les demandes de recours
- Mesurer le niveau de satisfaction des clients grâce à une enquête annuelle



**« LES ÉQUIPES TRAVAILLENT ACTUELLEMENT À L'ÉLARGISSEMENT DE PÉRIMÈTRE ET ENVISAGENT DES GAMMES DE CERTIFICATION ASSOCIÉES AFIN D'INTÉGRER L'ENSEMBLE DE LA RELATION CLIENT MULTICANAL, Y COMPRIS LA RELATION CLIENT EN FACE À FACE. »**

**afnor**  
CERTIFICATION

**Arnaud FELIX**  
Responsable de projets  
AFNOR CERTIFICATION

**Arnaud FELIX, à l'occasion du précédent numéro, vous nous aviez exposé le retro planning avant la mise en application de la norme NF EN 15838. Que s'est-il passé depuis cet état des lieux ?**

A.F. : « Tout d'abord, la norme européenne a été officiellement publiée en France en décembre 2009. Cela implique la disparition officielle en mai 2010 de la norme française au profit de la nouvelle norme NF EN 15838. De la publication jusqu'à ce jour, nous avons poursuivi nos travaux sur le référentiel de certification NF 345 V5 pour être en conformité totale avec les exigences européennes. Six groupes de travail ont permis de réunir l'ensemble des professionnels du secteur et de trouver un consensus sur le contenu de ce référentiel. Celui-ci a été validé et voté par le comité particulier de la marque NF Service CRC, le 2 février 2010, puis officiellement publié le 15 mars 2010, après validation de toutes les instances AFNOR CERTIFICATION, DGCCRF, etc... Aussi la nouvelle norme et le nouveau référentiel sont-ils applicables à date du 15 mars 2010, pour toutes les entreprises du secteur de la relation client à distance. »

**Fin 2009, vous travailliez à la définition précise des différents critères de certification en France. Pouvez-vous nous les exposer aujourd'hui ?**

A.F. : « Ce qui prévaut, c'est l'application de toutes les exigences de la norme en vigueur. Pour ce faire, nous avons repris l'ensemble de ces exigences, que nous avons valorisées et précisées dans le référentiel de certification afin d'apporter des éclairages précis sur ce qui était requis en termes de contenu de documentation, de preuves documentaires, ou encore d'applications. De même, nous avons énormément travaillé sur les indicateurs et les critères de performance, et sur les seuils associés en France. Nous avons fixé des seuils communs à l'ensemble des secteurs d'activité, sur les différents indicateurs pré-établis dans la norme. Ces spécifications portent principalement sur les indicateurs qualitatifs et quantitatifs. En effet, pour les indicateurs sociaux et les processus de suivi, l'entreprise est libre de mettre en place son propre indicateur car il ne nous semble pas pertinent de fixer un indicateur unique et global à tous les secteurs d'activité. »

**« La nouvelle norme et le nouveau référentiel sont applicables à date du 15 mars 2010, pour toutes les entreprises du secteur de la relation client à distance. »**

En revanche, des seuils minimums sont imposés aux entreprises sur la qualité du contact et les niveaux de service. Prenons le cas de la mise en relation. Le référentiel impose que 80% des clients soient mis en relation avec le conseiller en moins d'1 minute 30. Sur la prise en charge de tous les contacts asynchrones, il faut que 85% des demandes clients soient traitées, en fonction du media utilisé et de la demande client. En termes d'accueil et de découverte des besoins du client, le seuil minimal varie entre 90 et 95% en fonction de différents critères... Ainsi le référentiel détaille tous ces seuils minimums et précise la méthode de calcul associée et les reportings requis. Ce référentiel est aujourd'hui accessible et à la disposition de toutes les entreprises, via le site [www.marque-nf.com](http://www.marque-nf.com), en lien avec le site [www.afnor.org](http://www.afnor.org). »

**Quelles sont les principales évolutions ?**

A.F. : « La principale évolution par rapport à la version franco-française est l'intégration des notions de responsabilité sociale. De même, la notion d'organisation a été affinée. Nous sommes encore plus regardants sur les processus d'organisation de la prestation de service et plus globalement sur l'organisation du centre de relation client lui-même, en termes de production, de planification, de suivi et de formation du collaborateur, etc... La notion de compétences des collaborateurs est capitale dans cette nouvelle version, que ce soit en termes de savoir-faire, de savoir-être, ou encore de compétences techniques... Il est donc primordial de bien définir les démarches GPEC mises en œuvre en interne. La norme est très pointilleuse sur le suivi du collaborateur au niveau de la formation, de la montée en compétences, du suivi de la performance... »

**Justement, vous nous aviez expliqué que le social allait gagner une place très importante dans la nouvelle norme. Pouvez-vous nous présenter ces nouveaux critères en détail ?**

A.F. : « Au niveau social, les entreprises seront évaluées sur quatre critères de performance : le taux de turn over, l'absentéisme, le niveau d'efficacité de la formation initiale et enfin la satisfaction du collaborateur. Cette dernière notion est assez nouvelle en France. Avec cette nouvelle norme, la

« *La principale évolution par rapport à la version franco-française est l'intégration des notions de responsabilité sociale.* »

« *Nous sommes encore plus regardants sur les processus d'organisation de la prestation de service (...)* »

« *L'efficacité de la formation professionnelle est un critère clé du nouveau référentiel.* »

satisfaction du collaborateur devra désormais être mesurée au minimum tous les deux ans sur l'ensemble du personnel. »

#### **L'évaluation de la satisfaction des collaborateurs s'effectue-t-elle via un baromètre spécifique ?**

A.F. : « La méthode n'a pas été spécifiée. Chaque entreprise est libre de mettre en place une méthode de mesure et de récolte d'informations en fonction de son organisation. Ce n'est pas nécessairement une enquête de satisfaction, ni un baromètre social, etc... cela peut être différents moyens qui permettent de récolter de l'information.

En revanche, la norme précise que ces enquêtes, quelle que soit leur forme, doivent impérativement rester anonymes, l'objectif étant de tirer des engagements et d'obtenir des axes d'amélioration en vue d'améliorer le climat social. C'est une première brique de la RSE, et nous commençons à intégrer peu à peu des éléments de développement durable dans le référentiel et la norme européenne.

L'efficacité de la formation professionnelle est enfin un critère clé du nouveau référentiel. Cette norme impose l'identification claire et précise des process quant au suivi du collaborateur, à sa montée en compétences, aux fiches de poste, aux outils de GPEC, etc... Notre volonté est d'obtenir une meilleure visibilité sur la situation des collaborateurs dans l'entreprise et sur son évolution depuis sa prise de poste. Le conseiller est véritablement au cœur de la norme européenne. »

#### **Quel impact cette intégration a-t-elle sur les pratiques à mettre en œuvre ?**

A.F. : « Sans aucun doute, l'amélioration de la satisfaction du collaborateur. Finalement, aujourd'hui, mesurer la satisfaction du personnel n'est pas une pratique courante dans la culture française. Or une mesure pertinente donnera lieu à des plans d'actions qui favoriseront le bien-être des collaborateurs et donc leur fidélisation. Nous espérons par ailleurs que ces nouveaux critères, associés au LRS, permettront de revaloriser le métier de la relation client à distance, encore décrié, et dont la réalité n'est

pourtant plus ce qu'elle pouvait être autrefois. Le métier a fondamentalement évolué et cette nouvelle brique pourra transposer le secteur dans un cadre vertueux et valorisant. »

#### **Vous cherchiez un consensus sur la philosophie de la nouvelle marque NF Service, intégrant les critères de la norme européenne. Qu'avez-vous décidé ?**

A.F. : « Rappelons que la marque NF existe depuis plus de cinq ans dans le secteur de la relation client. Largement reconnue par les professionnels du secteur français, elle a vocation à se développer au niveau européen. D'autres pays peuvent potentiellement être intéressés par cette certification.

Par ailleurs, maintenant que le travail a été finalisé sur la partie relation client à distance, nous souhaiterions l'étendre aux différents métiers de la relation client. Les équipes travaillent actuellement à l'élargissement de périmètre et envisagent des gammes de certification associées afin d'intégrer l'ensemble de la relation client multicanal, y compris la relation client en face à face. C'est cela la nouvelle philosophie de la marque NF Service – centre de relation client – NF345. Elle tend à devenir à moyen terme la marque de certification de toute la chaîne de relation client multicanal. Finalement, avec cette évolution, nous prouvons une nouvelle fois notre volonté d'aller dans le sens du consommateur. Il exige de plus en plus, et c'est normal, un niveau de qualité de service homogène, quel que soit le canal de relation client emprunté. »

#### **Maintenant que les nouvelles règles de certification NF 345 – V5 ont été publiées, quelle est la marche à suivre pour les entreprises certifiées NF SERVICE « Centre de relation client » – NF 345 ?**

A.F. : « Toutes les entreprises certifiées ont pour obligation d'être en conformité avec le nouveau référentiel au plus tard le 15 mars 2011. L'année 2010 est donc une année transitoire. Nous jugerons les entreprises sur les plans d'actions mis en place par rapport au nouveau référentiel. Il sera éventuellement possible de décaler cer-

tains audits si certaines entreprises le demandent. Nous ferons vraiment du sur-mesure. La majorité des entreprises dont l'audit est planifié en fin d'année 2010 nous font savoir qu'elles souhaitent être auditées sur le référentiel de la norme européenne. Beaucoup d'entre elles ont le Label de Responsabilité Sociale. Régulièrement tenues informées des évolutions du projet, ces entreprises ont pu travailler en amont sur les indicateurs. »

#### **Et qu'en est-il pour les entreprises en voie de certification ?**

A.F. : « Toutes les entreprises qui se présentent à la certification avant septembre 2010 seront auditées à la fois sur l'ancien référentiel et le plan d'actions mis en place par rapport au nouveau référentiel. Néanmoins, il est à noter qu'elles sont déjà nombreuses à avoir pris en compte les exigences du nouveau référentiel. Pour toutes celles qui se présenteront après septembre 2010, elles seront automatiquement auditées sur le référentiel européen »

#### **Quelles sont les grandes étapes à venir pour la certification NF345 ?**

A.F. : « La prochaine étape sera de promouvoir ce nouveau référentiel et cette nouvelle norme auprès des différents institutionnels et des différentes entreprises du secteur. En parallèle, et c'est là le principal chantier à venir, nous poursuivrons notre travail sur l'élargissement du périmètre dans la perspective de publier, d'ici la fin de l'année, un premier jet du référentiel multicanal. Les équipes d'AFNOR Certification ont déjà réalisé diverses études terrain et commencent à synthétiser les informations recueillies. La prochaine étape est le lancement des groupes de travail chargés de rédiger des exigences complémentaires spécifiques aux relations en face à face et à l'internet.

Pour conclure sur le lancement de la nouvelle norme, je soulignerais la qualité du travail réalisé par l'ensemble des partenaires. Je pense que ce nouveau référentiel est vraiment en adéquation avec le monde de la relation client et qu'il peut être moteur d'un nouvel élan pour la revalorisation des métiers. »



**Agnès PEGURRI**  
Responsable Qualité  
Groupe Acticall

« En tant que membre de la commission française de normalisation, j'ai eu l'opportunité de suivre de très près l'avancement du projet, d'anticiper par conséquent les évolutions inhérentes à la nouvelle norme et de préparer les plans d'actions.

Peu après la publication de la norme européenne, nous avons lancé les chantiers en interne en concertation avec les différents services concernés, Qualité, Direction des Systèmes d'Information, Ressources Humaines, Planification et Statistiques... Chaque Responsable Qualité et Formation travaille actuellement, aux côtés de son équipe site, à la mise en conformité de nos pratiques. Bien que notre philosophie soit sensiblement la même, la finesse des modes opératoires requis par la nouvelle norme implique une révision détaillée du suivi de notre organisation. L'objectif est d'intégrer progressivement ces nouveaux critères en vue d'être prêts pour notre prochain audit, qui se tiendra au second semestre 2010.

Finalement, ces évolutions reflètent bien le processus global engagé dans et par le secteur pour valoriser et promouvoir les métiers de la relation client à distance. Cette certification est proche de notre cœur de métier ce qui la rend encore plus pertinente et légitime.

Le Groupe partage les motivations des initiateurs du nouveau référentiel, car il place lui-même le social au cœur de ses exigences. De même, l'optimisation de l'organisation globale constitue un chantier majeur en interne, aussi bien pour la production que pour les services transverses. Notre projet d'entreprise « Performance 2010 » illustre bien notre volonté réciproque de placer le conseiller au cœur de la vie de l'entreprise. C'est pour toutes ces raisons que nous ne pouvons qu'être ravis de voir ces nouveaux critères intégrer le référentiel de la certification NF 345 v5.

C'était pour moi un plaisir de participer à ces groupes de travail. Ils ont favorisé de vrais échanges et suscité des débats constructifs. Une expérience très enrichissante que je tiens à partager en interne avec les équipes! »

**« CHAQUE RESPONSABLE QUALITÉ ET FORMATION TRAVAILLE ACTUELLEMENT, AUX CÔTÉS DE SON ÉQUIPE SITE, À LA MISE EN CONFORMITÉ DE NOS PRATIQUES. »**

