

STRATÉGIES DE CONQUÊTE ET ANIMATIONS DES FORCES DE VENTE

Acticall est un groupe spécialisé dans la gestion de la relation client, dont le métier est de proposer une offre globale d'externalisation de plate-formes de relation client multi-canal en flux entrants et sortants.

Autour de ses centres de contacts en France et en off-shore (2300 postes de travail au total, répartis sur dix sites en France et un site au Maroc), le Groupe Acticall conseille et accompagne ses clients grands comptes dans la définition, la mise en place et le développement de leurs projets de relation client.

Depuis sa création en 1996, le positionnement du groupe sur le marché et sa valeur ajoutée est ceux d'un **Centre de Services**, avec une forte expertise métier et une vision industrielle, une stratégie technologique intégrée ainsi qu'un positionnement éthique et qualitatif fort.

En 2006, le groupe a traité plus de 38 millions de contacts clients pour un chiffre d'affaires de 72 millions d'euros.



LE GROUPE EST ORGANISÉ AUTOUR DE 6 PÔLES :

Service client, assistance et fidélisation

Gestion de projets de relation client, principalement en flux entrants : gestion de parcs clients, services consommateurs, programmes de fidélisation, traitement de la réclamation, prise de commande, service après-vente, assistance technique, cellule de crise.

Acquisition, vente

Gestion de projets de relation client, principalement en flux sortants : vente de produits et services, prise de rendez-vous, création de trafic, qualification de fichiers, relances, collecte de dons, welcome-call et vente additionnelle.

Monétique, bancaire

Gestion de prestations d'assistance téléphonique auprès des accepteurs et porteurs de cartes bancaires : centre d'appels Acquéreurs/Emetteurs, assistance cartes haut de gamme, activité sécurisée 24/24 et 7/7, assistance téléphonique terminaux de paiement.

Etudes, qualimétrie

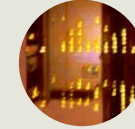
Gestion de prestations de mesure de la satisfaction client.
Gestion de prestations de mesure de la qualité des centres de contacts (appels mystères, mails mystères).

Ingénierie informatique et automatisation

Développement d'applications CRM sur-mesure permettant une gestion optimale de la relation client : historisation, échanges front/back-office, interconnexion des SI.
Stratégie d'automatisation dans le traitement des flux entrants et sortants : SVI complexes, appels sortants en synthèse vocale, reconnaissance vocale.

Formation

Gamme complète de formations pour les équipes opérationnelles et d'encadrement grâce à des méthodes pédagogiques innovantes : évaluation des compétences, formation à distance (e-learning), formation intra et inter-entreprise, séminaires.



3 RAISONS D'INITIER UNE DÉMARCHE DE CONQUÊTE AVEC ACTICALL

- Un retour sur investissement immédiatement mesurable.
- Un retour d'expérience valorisé, en collaboration avec les équipes terrain.
- La création de boucles vertueuses, génératrices de profit.

2 TYPES D'OBJECTIFS

- Quantitatifs : création de trafic, détection de projets, vente, optimisation de l'activité de la force de vente.
 - Qualitatifs : amélioration de la connaissance des cibles, préconisation marketing.
- Afin de vous permettre de dynamiser efficacement et avec pragmatisme votre relation commerciale.

LES 4 GRANDES ÉTAPES DE NOTRE MÉTHODOLOGIE



PHASE 1

- **Définition**
 - Contexte & périmètre.
 - Transfert de compétences.
 - Guides de formation.
 - Profil des télé-vendeurs.
 - Work-flow front office / back office.



PHASE 2

- **Mise en place**
 - Recrutement / formation des équipes.
 - Développement / recette de l'application informatique.
 - Réalisation d'un pilote.



PHASE 3

- **Exploitation**
 - Exploitation du centre de contacts Front office (prise de rdv, vente,...).
 - Exploitation du Back office (courrier, fax, mail).
 - Suivi qualitatif et quantitatif.



PHASE 4

- **Reporting et plans d'actions**
 - Reporting quantitatif et qualitatif.
 - Suivi des taux de réalisation.
 - Calcul du R.O.I.
 - Préconisations d'optimisation.



PHASE 1 : DÉFINITION



■ Objectifs :

- Identifier les différents acteurs du projet.
- Rédiger le(s) script(s) d'appels.
- Définir les cibles.
- Définir les modalités de gestion du lien Front office / Back office.
- Définir les modalités d'interconnexion avec le système d'informations client.
- Élaborer un retro-planning.

■ Contenu opérationnel :

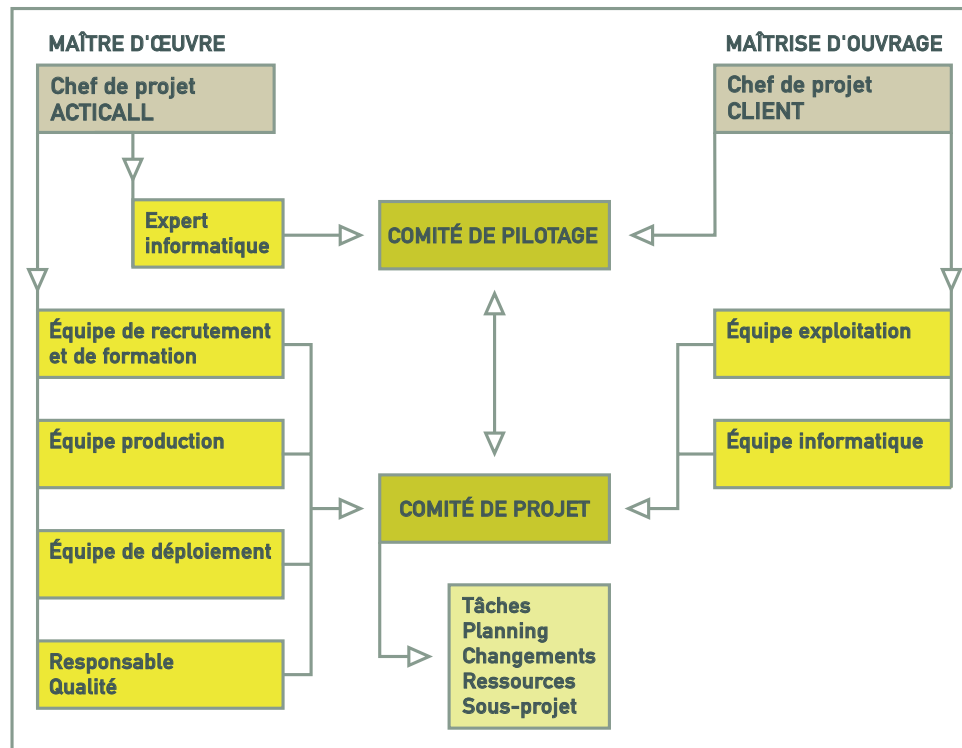
- 1**
Mise en place d'un groupe Projet (2 à 3 personnes)
 - Chef de projet client.
 - Responsable Marketing / vente / client.
 - Chargé de projet Acticall.
 - Manager de prestations Acticall.
- 2**
Rédaction d'un projet de script (grille d'entretien)
 - Validation du (des) script(s) en vue d'un pré-test téléphonique.
- 3**
Rédaction des guides de formation
 - Reprise des éléments majeurs sur l'entreprise.
 - Notions sur les concurrents et le marché.
 - Synthèse des fiches produits.
- 4**
Définition du profil des télé-vendeurs
 - Création d'une fiche de poste reprenant les principaux éléments du profil des télé-vendeurs :
 - Expérience
 - Profil « vente » ou « conseil »
 - Compétences techniques particulières (automobile, assurance,...)
- 5**
Spécifications du work-flow
 - Définition de l'architecture entre le front office et le back office.
 - Mise à plat des modalités de transfert des informations (interconnexion des SI).

PHASE 2 : MISE EN PLACE - L'INTERLOCUTEUR PROJET



■ **Coordinateur de votre projet au sein d'Acticall, le chargé de projet assurera :**

- L'interface avec nos équipes techniques.
- Le suivi auprès du service recrutement.
- Le suivi de la formation.
- La planification.
- Le reporting.





PHASE 2 : MISE EN PLACE - ASPECTS RH

■ Objectifs :

- Recruter.
- Former une équipe de télé-vendeurs.

■ Contenu opérationnel :

Pour assurer, dans un délai court, le positionnement d'une équipe de télé-vente compétente, Acticall s'appuie en priorité sur les équipes déjà en place (évolutions de poste) et sur sa base de données « vivier » contenant des profils de télé-vendeurs pré-recrutés.

La formation se déroule en deux étapes :

- Module 1 : formation aux techniques de communication, délivrée par des formateurs d'Acticall.
- Module 2 : formation « produit », assurée conjointement par les équipes d'Acticall et le client (à minima, le client forme les formateurs et les encadrants d'Acticall).

Profil type du télé-vendeur :

Études :

- Bac +2
- Expérience dans le domaine de la vente

Qualités :

- Sens commercial
- Force de persuasion
- Sens de l'écoute
- Bon rythme, parfaite élocution
- Aptitudes à rebondir
- Goût du challenge
- Dynamisme
- Excellente élocution
- Voix agréable



PHASE 2 : MISE EN PLACE - ASPECTS TECHNIQUES

■ Objectifs :

- Développer l'application informatique et téléphonique :
 - Brique front office
 - Brique back office
 - Brique d'interconnexion avec le SI client (ou de gestion des échanges de fichiers)
 - Brique de reporting et de suivi statistiques
 - Module d'écoutes à distance (autorisations,...)

■ Contenu opérationnel :

- Afin de gérer les échanges entre le front office et le back office, Acticall a développé une application de gestion de tâches / événements, couplée à l'application de scripting.

■ Processus lors de l'étape initiale (Acticall vers le client final)

- Lorsqu'un télé-vendeur conclut un entretien téléphonique par un accord, 2 éléments sont créés dans l'application d'Acticall et sont rattachés à la fiche client :
 - Un événement lié au contact téléphonique (date, heure, nom du télé-vendeur, offre proposée et demandée par le client).
 - Une tâche (action) pour le back office : édition d'un courrier type (date, heure du déclenchement de la tâche,...) + plan de composition de l'envoi.
- Au niveau de la cellule Back office, un opérateur visualise les tâches en cours (un code couleur indique si l'action est en retard), se les affecte, et traite la tâche (impression, mise sous pli...). En fin d'action, l'opérateur clôture la tâche (qui devient un événement BO).
- Un comptage de validation est réalisé entre le nombre de tâches traitées par le back office et le nombre d'enveloppes à affranchir.

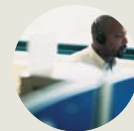
■ Processus lors de l'étape de gestion des retours (du client final vers Acticall)

- Lorsqu'un courrier (ou fax) est retourné vers Acticall, l'opérateur Back office valide que le courrier est complet puis enregistre le retour dans le SI d'Acticall.
 - En cas de courrier incomplet, une tâche est générée par l'opérateur Back office à destination du télé-vendeur afin de rappeler le client.
 - Si dans un délai convenu avec le donneur d'ordres (6 jours ouvrés), aucun retour n'a été enregistré, une tâche de Call2 (appel de relance) est générée automatiquement par le système.
- A tout moment, les équipes d'encadrement d'Acticall et les pilotes du projet peuvent avoir accès aux statistiques de production et de post-production.

PHASE 3 : EXPLOITATION & ANIMATION DE LA CELLULE DE TÉLÉVENTE

■ RESPONSABILISATION > MOTIVATION > SUCCÈS

- Afin de motiver et responsabiliser les télé-vendeurs, Acticall affecte des portefeuilles virtuels à chacun des télé-vendeurs.
- Ainsi, un télé-vendeur est responsable :
 - Du 1er appel.
 - Des rappels éventuels avant de joindre le décideur.
 - Du rappel de relance si le client n'a pas retourné son courrier de confirmation.
- Ce mode de gestion responsabilisant permet au télé-vendeur de s'impliquer fortement dans son travail et d'obtenir une rémunération variable parfaitement maîtrisée de bout en bout.
- De la même manière, le superviseur a la responsabilité d'une équipe stable de télé-vendeurs et par voie de conséquence d'un large portefeuille. En cas d'absence d'un collaborateur, il réorganise ses portefeuilles afin de traiter l'intégralité des contacts de son équipe.
- Les télé-vendeurs et superviseurs gèrent directement leur portefeuille via le gestionnaire de tâches (couplé à l'application de scripting).





PHASE 3 : EXPLOITATION & ANIMATION DE LA CELLULE DE TÉLÉVENTE

■ RÉMUNÉRATION > MOTIVATION > SUCCÈS

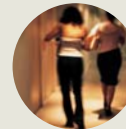
- Une rémunération variable pouvant aller jusqu'à 15% du salaire.
- Des incentives complémentaires « flash » récompensées par des bons d'achats...
- Indicateurs collectifs :
 - Atteintes d'objectifs quantitatifs (CA / CA+, taux de concrétisation net, taux de placement de certaines offres spécifiques,...).
 - Atteintes d'objectifs qualitatifs (note moyenne des écoutes sur l'équipe).
- Indicateurs individuels :
 - Performances individuelles (écart par rapport aux objectifs,...)
 - Qualité du discours et résistance aux objections
 - Comportement : assiduité, ponctualité, esprit d'équipe...
- Suivi : affichage quotidien des résultats individuels et collectifs.

PHASE 4 : REPORTING ET PLANS D' ACTIONS

- **En temps réel, via un accès internet sécurisé, le client d'Acticall a accès à des statistiques pré-définies de suivi de la production :**
 - Taux exploitation de la base (avec statut post-appel)
 - Taux de CA+
 - Taux de concrétisation
 - Taux de placement
 - ...
- **Tous les jours, à heure fixe, un tableau des statistiques de production est généré automatiquement (Excel).**
- **De façon hebdomadaire et mensuelle, un tableau détaillé des résultats commerciaux accompagné d'un reporting qualitatif est remis au client.**
- **Instances de pilotage :**
 - Comité de pilotage mensuel.
 - Comité de suivi opérationnel hebdomadaire (à minima les 2 premiers mois d'exploitation).



PLANNING TYPE DE RÉALISATION



PHASE	DURÉE / FRÉQUENCE
PHASE 1 Définition	1 semaine
PHASE 2 Mise en place	1 à 3 semaines
PHASE 3 Exploitation	...
PHASE 4 Reporting & plans d'actions	À minima, fréquence mensuelle

CLIENTS

AIR FRANCE
AMERICAN EXPRESS
ANTARGAZ
APF
ARC
BANQUE DE FRANCE
BNP PARIBAS
CAISSE NATIONALE DES CAISSES D'ÉPARGNE
CANAL +
CARREFOUR
CITROËN
DISNEY
EDF
EDITIONS ATLAS
FINAREF
GAZ DE FRANCE
GENERAL MILLS
GIE CARTES BANCAIRES
HSBC FRANCE
INCA (CANCER INFO SERVICE)

INPES (TABAC INFO SERVICE)
KONICA MINOLTA
KIABI
MICHELIN
MINISTÈRE DE LA SANTÉ
NATIXIS BANQUES POPULAIRES
NRJ
OPÉRA NATIONAL DE PARIS
ORANGE
RATP
SAMSUNG
SFR
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE
SOFINCO
TELEGATE 118 000
T-ONLINE FRANCE
TOTAL
TOYOTA
UNICEF

TOUR LA VILLETTE
6 RUE EMILE REYNAUD
75916 PARIS CEDEX 19

TEL +33 (0)1 53 56 70 00
FAX +33 (0)1 53 56 70 01
EMAIL CONTACT@ACTICALL.COM
WEB WWW.ACTICALL.COM

