



SOMMAIRE

Notes en vrac
p.2

Éditorial
p.3

Déréglementation
des services
locaux : l'impact
pour les clients
p.4

Réseaux sans fil et
interférences
électro-
magnétiques : un
mélange
potentiellement
dangereux
p.10

Communications
unifiées : le
nouveau terme à
la mode
p. 12

La téléphonie, le
service et la
clientèle
p. 16

Mitel Forum :
l'évolution continue
p. 20

Dans ce numéro :

TENDANCES

*Communications unifiées :
le nouveau terme à la mode*

DÉCISION DU CRTC

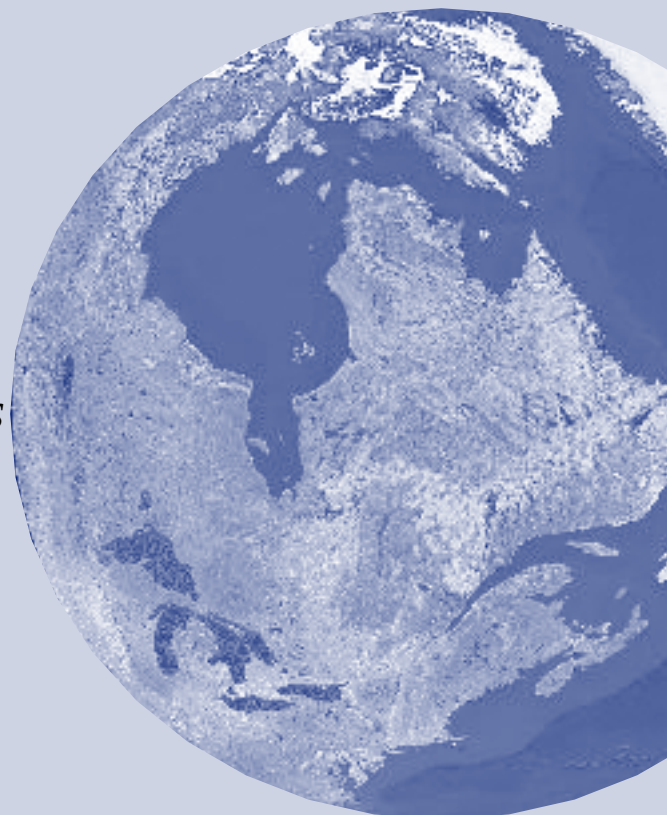
*Déréglementation des services
locaux : l'impact pour les clients*

SERVICE À LA CLIENTÈLE

*La téléphonie, le service et la
clientèle*

TÉLÉPHONIE IP

*Mitel Forum :
l'évolution continue*



À NE PAS

manquer

**RÉSEAUX SANS FIL ET INTERFÉRENCES
ÉLECTROMAGNÉTIQUES : UN MÉLANGE
POTENTIELLEMENT DANGEREUX**

BELL : LE DÉFI DE TEACHERS

NOUVEAU CODE RÉGIONAL POUR LE 418

38

Belden : nouveau système à haute densité

Le manufacturier de câblage Belden vient de lancer un nouveau système de bâtis à haute densité qui donnera aux clients plus d'espace et une meilleure gestion de leur câblage. Les déplacements, ajouts et modifications seront plus simples à effectuer, économisant temps et argent. Bonne nouvelle pour les clients existants : les quelques 54 nouveaux composants et accessoires sont entièrement compatibles avec les anciens modèles.

Les produits Belden sont installés chez la plupart des clients québécois, Belden étant anciennement la division câblage de Nortel.

LA TÉLÉPHONIE, LE SERVICE ET LA CLIENTÈLE

CAROLYN MURPHY

Carolyn Murphy est présidente de la firme indépendante Parmonet, spécialisée dans l'implantation de systèmes téléphoniques et la formation des usagers, que ce soit des systèmes traditionnels ou IP, des messageries vocales ou des centres de contact client. Vous pouvez la rejoindre au (514) 726-1722 ou à cmurphy@parmonet.com.

Les deux dernières parutions d'Infotélécom m'ont permis de partager avec vous l'importance de *S'informer pour mieux former* et comment utiliser *La messagerie vocale : au service de vos clients!* Au cours de ces deux articles, j'ai touché à deux thèmes importants, le service et la clientèle.

Et oui, le service à la clientèle est un sujet bien d'actualité, mais aujourd'hui, faisons la distinction entre le *service* et la *clientèle* en téléphonie. Vous avez sûrement déjà vécu des histoires d'horreur en traitant avec un service à la clientèle. Que se soit un agent impoli, ou encore une réceptionniste qui semble s'être levée du mauvais pied, le service est un indice important qui fera en sorte que votre client reviendra ou non acheter chez vous!

Puisque nous parlons de télécommunications, prenons chaque élément, soit *service* et *clientèle* individuellement et voyons de quelle façon vos systèmes téléphonique et de messagerie vocale peuvent influencer ces éléments. Votre compréhension de ces outils et de leurs options ainsi que la formation que vous donnerez à vos collègues pour en maximiser l'utilisation seront d'une grande importance dans le succès de votre service à la clientèle. Je partagerai avec vous des histoires de service à la clientèle ainsi que des trucs et astuces qui vous aideront à mieux comprendre le service à la clientèle pour ensuite pouvoir offrir un service hors pair!

D'abord, parlons de service

Voici une anecdote. *Une dame téléphone à un magasin afin de savoir si sa commande est arrivée. L'associée lui répond qu'elle va vérifier. Elle dépose l'appareil sur le comptoir et crie à sa collègue : « Aie! C'est une fatigante qui veut savoir si sa commande est arrivée. Veux-tu aller voir? » En attendant la réponse de cette dernière, elle en profite ensuite pour continuer sa conversation avec une autre associée au cours de laquelle elle critique son patron et sa façon de faire l'horaire...*

Tirons une morale de cette histoire. D'abord, mettons de côté le travail d'éducation en savoir-vivre qui est évidemment nécessaire pour cet agent.

Si elle avait simplement placé l'appel en attente, elle aurait pu éviter tout cette frustration pour la cliente. La mise en garde, un outil simple, n'est pas toujours utilisée à son plein potentiel!

Dites-moi, avez-vous déjà téléphoné à votre propre service à la clientèle en faisant un appel anonyme? Voilà une excellente façon de voir comment sont traités vos clients!

Votre système téléphonique comporte une multitude de fonctions, comme la touche de garde et de la musique en attente qui permettent d'améliorer votre qualité de service. La musique en attente permet aussi de passer des publicités ou les promotions de votre entreprise. Elles se doivent d'être actuelles et valables (SVP, ne laissez pas un message de Joyeuses Fêtes passer jusqu'en avril). Rappelez-vous que la radio pourrait passer une publicité d'un compétiteur pendant que votre client attend. On doit à tout prix minimiser le temps d'attente d'un client, mais lorsqu'il le faut, pourquoi ne pas en profiter?

Anecdote de centre d'appels

Un agent de centre d'appels avait en ligne un client très fâché. L'agent devait transférer l'appel à son superviseur afin que ce dernier puisse venir en aide à son client. Il fait ce qu'il croyait être la fonction de transfert et se mit immédiatement à expliquer le cas à son superviseur avec force détails. Imaginez sa surprise lorsqu'il se rendit compte que le transfert n'avait pas fonctionné et qu'il avait encore le client en ligne qui avait tout entendu.

Encore une fois je reviens sur l'importance de bien former ses agents sur les différentes fonctions de votre système téléphonique. Comme je l'ai déjà dit dans un article précédent « *formez et re-formez* ». En centre d'appels, un certain taux de roulement d'employés est normal. Un suivi annuel permettra de vous assurer que tous vos agents savent utiliser les différentes fonctions de votre système. Ce genre de formation peut facilement être intégré dans une formation de vente, ou de service à la clientèle.

Bien qu'un agent doive toujours essayer de limiter les transferts en prenant l'entière responsabilité de l'appel, parfois vous n'avez pas le choix. Dans ces cas, lorsque vous transférez un appel, assurez-vous que vous êtes bien en ligne avec la personne à qui vous désirez parler avant de raconter votre histoire. Assurez-vous de bien expliquer le défi afin que le client n'ait pas à tout répéter. Apprenez également la différence entre la fonction transfert et la fonction conférence... cela évitera toute confusion.

La distribution automatique des appels (DAA) est une option qui est parfois oubliée, mais qui peut offrir un service supplémentaire à votre clientèle. Voici quelques raisons de considérer cette option pour votre centre de service à la clientèle.

- Un système de rapports DAA vous permettra de mesurer le taux de réponse de votre service. Le nombre d'appels abandonnés, le temps d'attente, et le temps de traitement des appels sont tous des indicateurs qui vous aideront à déterminer si votre qualité de service rencontre bien vos exigences.
- Vous pourrez également vous assurer une bonne gestion des horaires. Des économies importantes peuvent être faites lorsque les horaires sont gérés efficacement.
- Les agents de centre d'appels ont parfois des connaissances approfondies sur certains produits. La DAA vous permettra d'avoir le bon agent au bon endroit pour répondre à vos appels.
- De plus, vous pourrez intégrer des techniques de ventes telles que la vente supérieure (*up sell*) ou la vente croisée (*cross sell*), deux techniques permettant d'offrir des promotions spéciales ou encore des produits connexes.

Il y a évidemment une multitude d'autres raisons d'intégrer un DAA à votre système de télécommunications, mais une chose est certaine, cela vaut la peine d'en faire une analyse approfondie. Dans certains cas, votre système téléphonique actuel peut offrir cette option, dans d'autres cas, une mise à jour ou un changement complet sera nécessaire, mais prenez le temps d'évaluer les possibilités. Vous ne le regretterez pas.

Anecdote de téléphoniste

Une dame appelle un centre hospitalier et demande le numéro de chambre d'un patient. La téléphoniste lui donne le numéro de poste, mais raccroche avant que la dame n'ait le temps de demander d'être transférée à la chambre. Oui, c'est une histoire vraie!

Les téléphonistes sont la porte d'entrée de votre entreprise. Celles-ci passent leurs journées au téléphone et répondent à une grande quantité d'appels. Une formation adéquate de votre téléphoniste est très importante. Sa façon de répondre à votre client, établira le ton pour tout le reste de l'appel. Assurez-vous d'avoir assez de personnel en poste pour répondre au nombre d'appels entrants. Si la téléphoniste est surchargée d'appels, elle peut avoir tendance à couper court aux conversations et parfois même être si efficace qu'elle termine l'appel sans même que le client ait le temps d'entendre son « ...un moment s'il vous plaît. » Si votre téléphoniste doit répondre aux clients arrivant à vos bureaux et aussi ouvrir le courrier ou d'autres tâches connexes, assurez-vous de bien déterminer quelles sont ses priorités. Plusieurs entreprises ont plus d'une téléphoniste aux heures de pointe pour arriver à répondre à tous leurs clients de façon adéquate.

La clientèle

Regardons maintenant le deuxième volet de l'équation, soit la clientèle. Je ne vous apprends rien en vous rappelant l'importance de vous assurer que vos associés représentent l'image de votre entreprise. Chacun doit bien comprendre la mission afin de participer pleinement au succès de votre entreprise. De plus, il est sage de se rappeler aussi que la clientèle, c'est autant les gens à l'interne qu'à l'externe. Pour l'agent des ressources humaines comme pour le commis de la poste, chaque associé qui est un client. Pour la standardiste, chacun de ses appels provient d'un client. Lorsque vous téléphonez dans un service connexe, l'associé à qui vous parlez devrait vous offrir le même genre de service qu'il offre au client qui achète votre produit.

Assurez-vous que chaque membre de votre équipe offre un excellent service dès le premier contact et à chaque appel. Tout se joue entre le client et l'associé dès ce premier contact!

De nos jours on parle d'*empowerment*, soit de donner à vos associés le pouvoir de prendre des décisions qui reflètent les objectifs de l'entreprise. Un associé doit avoir des directives claires et une certaine latitude pour réagir aux questionnements des clients. Cela limite les plaintes et donne satisfaction tant aux associés qu'au client.

Le réseau IP de Bell et la téléprésence

Le réseau RVP-IP de Bell est le premier réseau à obtenir la certification de connexion Cisco pour sa solution de téléprésence au Canada. La nouvelle technologie de Cisco propose un concept original de vidéoconférence si réaliste que les participants dans différentes villes ont l'impression d'être assis à la même table.



Gestion de contacts clients en impartition

Appels entrants de service à la clientèle
Appels sortants de télémarketing
Diffusion de messages (broadcast)
Back office
Support technique (help desk)

Gestion des résultats en temps réel et à distance

- Plusieurs millions d'appels gérés annuellement
- Taux de productivité augmenté à 95 %
- Centre d'appel ouvert 24/7
- Technologie VoIP
- Enregistrement numérique des appels

Proactivité... aller au devant des événements, grâce à notre expérience

Flexibilité... développer des solutions différentes pour chacun de nos clients

Fiabilité... mériter votre confiance demeure notre priorité

ATELKA

Montréal, Canada
www.atelka.com
514 448.4905 // 2212

Proactive. Flexible. Fiable.

Fin des cellulaires en voiture?

Le ministère des transports du Québec veut mettre de l'avant un ensemble de mesures de sécurité routières dont celle de défendre l'utilisation d'un téléphone cellulaire en conduisant. Le gouvernement veut déposer un projet de loi à l'automne. L'utilisation d'un appareil muni d'un casque d'écoute – avec ou sans fil – serait toutefois encore autorisé car il permet l'utilisation des deux mains sur le volant.

Nouveau code régional en Alberta

L'Alberta verra une première au Canada prochainement. Un nouveau code régional, de type superposé — comme le 438 sur le code 514 à Montréal — sera introduit en septembre 2008. Le nouveau code aura ceci de particulier qu'il sera superposé sur les deux codes actuels de la province, le 403 et le 780 qui divisent présentement la province en deux.

Anecdote de service à la clientèle

Lors d'un appel à un service à la clientèle, une dame indique son insatisfaction avec un produit. L'agent refuse d'aider la dame, indiquant qu'elle ne peut rien faire. La cliente, devenant impatiente, demande de parler à un superviseur. Le superviseur annonce rapidement qu'elle aidera la dame. En un rien de temps, tout est réglé.

Il ne faut jamais oublier qu'un client heureux racontera son expérience à quelques personnes. Le client insatisfait racontera facilement son aventure au plus de gens possible. Vos associés doivent être responsables et avoir le pouvoir de prendre des décisions qui supporteront votre mission.

Le coût d'aller chercher un nouveau client est souvent sous-estimé. Aucune entreprise ne doit prendre à la légère la possibilité de perdre un client. De plus, la fidélité d'un client est limitée, donc assurez-vous de mettre en place toutes les dispositions nécessaires pour que votre client n'ait ni l'envie, ni le besoin d'aller voir votre compétition.

Anecdote de réceptionniste automatisée

Dernièrement, j'ai téléphoné chez un manufacturier pour du soutien technique. Le système de messagerie vocale m'offrait des options : « Appuyez sur le 1 pour le soutien technique ou sur le 0 pour laisser un message. » J'appuie sur le 1. Après environ 2 minutes d'attente, j'entends à nouveau le même message. J'appuie encore sur le 1... Et le manège continue... pour environ 30 minutes. (J'étais tenace, je savais que je perdais ma priorité à chaque fois, mais je voulais voir si, éventuellement, je parlerais à un agent.) Je me suis finalement résignée à l'idée que je tournais en rond. J'ai donc trouvé un autre numéro de téléphone et j'ai pu contourner la messagerie vocale (chose qui peut parfois être impossible) et parler avec un agent. Comme je le pensais, il y avait un pépin dans la programmation de leur système de réceptionniste automatisé. Pourtant, ils en fabriquent et en vendent!

Combien de gens, pensez-vous, auraient abandonné et auraient cherché leurs informations chez un concurrent... prêt à aider un client de la compétition? La majorité des clients insatisfaits, soit environ 96%, ne partagent pas leur insatisfaction avec l'entreprise fautive.

Testez votre messagerie vocale sur une base régulière. Revoyez la programmation, assurez-vous qu'elle représente toujours la mission de votre entreprise ainsi que les besoins de vos clients. (Pour plus de détails concernant la messagerie vocale, je vous

invite à relire l'article *La messagerie vocale : au service de vos clients!* dans la parution du mois de juin 2007 d'Infotélécom.)

La qualité de votre service à la clientèle est une brique importante dans la fondation même de votre entreprise. Votre système téléphonique et de messagerie vocale sont des outils qui vous supporteront pour offrir le meilleur service possible. Vos associés sont le ciment qui tient le tout en place.

Peu importe la taille de votre entreprise, peu importe l'âge de votre système téléphonique, je vous invite à évaluer votre niveau de service à la clientèle afin de toujours offrir à vos clients, internes et externes, un service unique, qui vous démarquera de la compétition. Après tout, si la qualité du service à la clientèle dépendait du gros bon sens, ne pensez-vous pas que nous aurions tous un excellent service partout?

En terminant, je vous invite à partager avec moi vos histoires de service à la clientèle. Écrivez-moi à cmurphy@parmonet.com afin de me donner les détails et la résolution de votre aventure. Est-ce l'agent, son manque de formation sur le système téléphonique ou même la messagerie vocale qui vous à plu, ou déçu? J'ai bien hâte d'entendre ce que vous avez à me dire!

Aheeva

Solution IP pour centre d'appels

- Basé sur Asterisk (IP-PBX)
- Acheminement d'appels par compétences et fonctions RVI
- Numéroteur prédictif
- Gestion à distance
- Production de rapports
- Contrôle de la qualité
- Gestion des effectifs
- Développement consultatif
- Implémentation / intégration assistées
- Support technique 7/24

« Notre technologie aide les entreprises à augmenter la satisfaction de leur clientèle, à accroître leurs revenus et à réduire leurs coûts grâce à des fonctions efficaces, flexibles et concurrentielles. »

Georges Karam, chef de la direction

Aheeva Technology Inc.
514 223.2581 / 1 866 348-2581
www.aheeva.com