

Manifone : l'expert Telco au service du ROI du centre de contact

Les centres de contacts sont à la croisée des chemins. Face à des attentes toujours plus fortes et des missions toujours plus stratégiques, il faut miser sur les solutions les plus performantes tout en rationalisant les coûts. Thierry Schoone, Directeur du développement Stratégique pour Manifone, partage sa vision de l'enjeu.



Thierry Schoone, Directeur du développement Stratégique pour Manifone

Bien avant l'épisode Covid 19, les entreprises étaient déjà confrontées à l'avènement de l'ère de l'expérience client. Apporter les meilleures réponses dans les délais les plus brefs, être toujours joignable et présent aux côtés des clients. Un défi quotidien qui a profondément impacté le monde des centres de contacts. « *Qu'ils soient internalisés ou outsourcés, les centres de contacts sont confrontés à un effet ciseau*, observe Thierry Schoone, Directeur du développement Stratégique pour Manifone. *D'un côté, une incessante quête de réduction des coûts, de l'autre, le diktat de l'expérience client qui impose un niveau d'excellence sans cesse plus élevé* ». Pour résoudre cette équation complexe, il s'agit d'améliorer sans cesse les processus mais aussi de se doter des meilleures solutions techniques pour remplir une mission exigeante et stratégique.

Et si vous raisonnez ROI ?

Dans une logique de maîtrise budgétaire, les DSI des centres de contacts s'inscrivent très souvent dans une politique d'achat de minutes telco, et considèrent le chantier Opérateur Telco comme un pur projet Infrastructure. « *Cela constitue malheureusement une vision un peu restrictive de l'enjeu* », confie Thierry Schoone qui considère « *qu'il est impératif de mettre le coût de la minute en perspective des gains qu'il est susceptible de générer* ». Une façon de souligner l'importance de la bonne gestion des flux Télécoms dans la productivité des activités de centres de contacts. Parmi les éléments clés qui doivent être pris en considération : la brique Téléphonie SIP. « *Elle représente un véritable potentiel dans la chaîne de valeur SI Relation Client lorsqu'elle est implémentée et gérée avec des experts de la technologie et du métier* », précise Thierry Schoone. L'objectif : en faire une composante à part entière du système d'information global du centre de contacts et un vecteur d'amélioration de sa performance. « *Ces leviers d'amélioration*

sont principalement liés à une gestion, un monitoring et une optimisation du flux Voix, qui reste, y compris à l'ère de l'omnicanalité des interactions avec le client, le canal prédominant de la Relation Client. Mais, regrette Thierry Schoone, ce flux voix est bien souvent géré sans outil spécifique à ce périmètre technique et métier, ce qui ne permet pas d'en libérer le plein potentiel ». Parce que les centres de contacts ont des besoins spécifiques et particulièrement exigeants en matière de télécom, il faut que l'évaluation économique de la solution opérateur télécom tienne compte de ces spécificités. « *C'est là que l'expertise d'un acteur comme Manifone, en tant qu'expert de la technologie SIP et spécialiste des Centres de Contacts, fait la différence* ».

Des savoir-faire spécifiques pour les centres de contacts...

Parce que dès son origine Manifone a bâti son offre et ses savoir-faire pour répondre aux besoins essentiels des centres de contacts, l'opérateur télécom peut revendiquer une

À SAVOIR

A PROPOS DE THIERRY SCHOONE

Tout au long de sa carrière, Thierry Schoone a été au cœur des enjeux de la relation client. « *Mes premières expériences étaient plutôt techniques, puis consulting, pour enfin évoluer vers des responsabilités plus globales notamment des rôles de DSI chez des outsourceurs de premier rang (Laser Contact devenu Armatis-1c, puis Teleperformance). C'est à cette période que j'ai découvert Manifone dont le positionnement spécifique et la capacité d'innovation m'avaient séduites* ». Depuis le mois de septembre 2019, Thierry Schoone est passé de l'autre côté de la barrière et s'il n'agit plus directement au sein des centres de contacts, il contribue à l'amélioration de leur efficacité opérationnelle, en définissant les orientations stratégiques de Manifone. Au premier rang de ses ambitions : « *Démontrer que les télécoms constituent un maillon essentiel, non encore exploité, de la chaîne de valeur ajoutée que recherchent les centres de contacts* ».



Plus de 75 % des principaux outsourceurs francophones du marché utilisent au moins un des services proposés par Manifone

infrastructure sécurisée haute disponibilité construite pour et dédiée aux flux des Centres de Contacts. « *Mais, c'est surtout son portail de services spécifiques "métier" qui fait la différence en permettant, en quelques clics, d'augmenter 3 indicateurs essentiels de performance : la joignabilité, la productivité, et l'efficacité opérationnelle* », confie Thierry Schoone. Une efficacité opérationnelle qui s'incarne notamment dans une détection plus fine des répondeurs, une capacité à générer des économies sur temps de production agent, ou sur fiches traitées en appels sortants... « *Une offre verticale, packagée pour les centres de contacts, qui agit comme une garantie d'impacter considérablement le ROI* ».

Les bons outils pour l'efficacité optimale
« *Si l'on considère que l'efficacité se définit par la capacité de produire le maximum de*

résultats avec le minimum d'effort, alors notre offre et notre portail de services ont bien été construits dans cet esprit ! », résume Thierry Schoone. En effet, toute la philosophie de l'offre de Manifone repose depuis l'origine sur une gestion/administration Telco simple, puissante et flexible, nécessitant peu de ressources IT. « *Le portail Web est un atout majeur car il contribue à limiter les délais de mise en œuvre, à optimiser l'efficacité opérationnelle, mais aussi à superviser/monitorer les flux et process en accédant à des tableaux de bords intuitifs et ergonomiques pour visualiser l'activité des flux, le suivi des consommations ainsi que la facturation en temps réel* ». La connaissance fine que Manifone revendique des attentes spécifiques des centres de contacts lui permet de proposer des services métiers à valeur ajoutée tels que l'enregistrement en mode Cloud, la détection de répondeurs

optimisée ou encore le dépôt de messages sur répondeurs. Une autre illustration de la vision métier de Manifone : la mise en place, dans un contexte difficile, avant tous les autres opérateurs, d'un système de gestion totalement intégré de l'affichage des numéros sur les campagnes de prospection téléphonique, qui garantit à nos clients une conformité à la nouvelle réglementation ARCEP. « *Si les mécanismes techniques sont connus, rares sont les opérateurs qui offrent un accès simple et centralisé à l'ensemble de ces fonctionnalités aux équipes IT/Telco et Opérationnelles des centres de contacts* », affirme Thierry Schoone. « *Tout est fondé sur la flexibilité et la transparence. C'est ce qui a permis à Manifone de s'imposer comme un acteur incontournable sur la chaîne de valeur Relation Client à distance et de revendiquer, à ce jour plus de 300 clients actifs et 15 millions d'appels transitant chaque jour par son infrastructure* », conclut Thierry Schoone. ■

manifone