

intelcia

CASE STUDY

MANAGEMENT DE
LA RELATION CLIENT

PRENDRE SOIN DE CE QUI COMPTE.

The SFR logo consists of a solid red square with the letters 'SFR' in white, bold, sans-serif font centered within it.

SFR

CONTEXTE.

Le secteur des télécoms en France est marqué par une concurrence accrue et une guerre des prix agressive, surtout depuis l'entrée en scène d'un 4ème opérateur en 2012. À ce contexte s'ajoutent des tendances majeures qui façonnent le secteur : croissance de la data, digitalisation progressive du parcours client, avènement de nouveaux canaux de communication, expression de nouveaux besoins des clients, etc.

Pour faire face à ces évolutions du marché des télécoms, les acteurs sont amenés à repenser en profondeur leurs activités, à améliorer leurs offres et produits, à rationaliser leurs efforts pour répondre à une nouvelle génération de consommateurs aux besoins spécifiques.



BESOIN DU CLIENT.



PRENDRE SOIN DE SES CLIENTS.

Leader des télécoms sur son marché, SFR a engagé, dans le cadre d'une stratégie globale, une refonte de ses prestations afin d'améliorer la satisfaction client. La réalisation de cet objectif passe par une redéfinition de ses activités pour augmenter la qualité du service à travers une meilleure prise en charge des clients. La simplification du parcours client, notamment par la réduction du nombre de points d'entrée du client, qui permettrait d'aboutir à une optimisation des ressources et conduire à de meilleures performances.

Le client recherche donc un business-partner spécialisé en solutions globales d'outsourcing, capable de lui fournir un dispositif répondant à ces deux problématiques à travers :

- L'amélioration de la satisfaction client
- L'augmentation du taux de résolution au premier appel
- La réduction du volume d'appels

LE CHALLENGE.

TRANSFORMATION GLOBALE DU PARCOURS CLIENT ET AMÉLIORATION DE SA SATISFACTION

Pour répondre aux business challenges identifiés, Intelcia s'est lancé depuis 2017 dans la transformation globale du dispositif de service client de SFR, intégrant les modules commercial, technique et vente, avec pour objectif de réduire les irritants, offrir une meilleure qualité de service aux clients et concevoir et déployer la customer journey parfaite.

Cette transformation majeure des opérations est rendue complexe par la pluralité des prestataires externes, des sites internes, des dispositifs (notamment en front appels client) et des outils à intégrer au sein d'un processus unique. Elle a pour mission d'aboutir à un gain en efficacité du service client et à la création de synergies entre l'ensemble des activités du client.



Pour ce faire, Intelcia a été engagée sur l'amélioration des indicateurs de performance et les objectifs suivants :

- Améliorer la qualité du service et la satisfaction client
- Augmenter son parc clients et abonnés
- Baisser le taux de CHURN (attrition)
- Baisser le volume d'appels

In fine, l'enjeu pour Intelcia a consisté à récupérer et/ou transformer des milliers d'emplois sur plusieurs dizaines de projets en s'appuyant sur des bassins d'emplois dans différents pays et en mettant en place une stratégie d'intégration, de formation, de montée en compétences.



LA SOLUTION D'INTELCIA.

MENER UNE STRATÉGIE GLOBALE DE REFONTE DU SYSTÈME DE MANAGEMENT DE LA RELATION CLIENT.

Pour répondre aux besoins du client (optimisation des coûts et amélioration de la qualité du service), Intelcia a articulé son action autour de 2 grands leviers dont le résultat final est la redéfinition du dispositif global du service client.

Intelcia a mis en un projet de mobilisation autour de l'excellence opérationnelle pour faciliter l'intégration des dizaines d'activités opérées par des acteurs différents dans un dispositif global et unifié grâce à :

- La reprise par intelcia de l'ensemble des activités des partenaires internes ou externes afin d'homogénéiser les performances
- Le développement d'une ingénierie de formation certifiante : recrutement, formation, intégration montée en compétence, suivi managérial
- Un modèle de rémunération agents valorisant la performance
- La réduction du nombre d'outils et la mise en place d'un outil 360° client
- L'amélioration des process du parcours client

1 INDUSTRIALISER LE PROCESS D'INTÉGRATION

KEY FACT

Internalisation et opérationnalisation d'un total de **150** nouvelles activités en **18 mois**.

2 OPTIMISER LE DELIVERY MIX : DISPOSITIF MULTI-PAYS ET MULTI-SITES

En support à l'intégration des métiers et des ressources, Intelcia a revu la cartographie de ses sites et sa capillarité géographique globale pour proposer un dispositif de service client optimisé au client via :

- L'ouverture de nouvelles géographies en Afrique et en Europe afin de sécuriser le dispositif de production : Sur 8 pays
- Reprise des anciens sites internes du client pour conserver l'expertise
- Flexibilité et résilience grâce à la capacité à gérer un dispositif en multi-géographie
- Une approche multi-pays et multi-sites de la production de chaque activité
- Une configuration onshore, nearshore, offshore et farshore du modèle permettant une optimisation financière
- Un delivery mix intégrant des sites en greenfield, acquisitions, partenariats et sous-traitance
- Réduction du nombre de dispositifs front pour le client final

KEY FACT

Un dispositif global dédié à l'opérateur qui passe de **400** à **10 000** collaborateurs à fin 2020.

L'IMPACT D'INTELCIA.

Année de lancement des activités : **2017**

Nombre de collaborateurs impliqués : **10 000**

34 Sites sur 8 Pays

L'agilité du groupe Intelcia lui a permis d'intégrer dans son dispositif de service des sites en greenfield, acquisitions, partenariats et sous-traitance à travers un footprint géographique diversifié, qualitatif et optimisé.

Augmentation de
la satisfaction client :

+5 points

Baisse du volume
et taux d'appels
mensuels de

38%

Baisse du taux de
ré-appel client de

25%

Réduction du coût
opérationnel de près

60%

Division du coût
opérationnel par

2,5 en 4 ans

Création de valeur
(%Vente/Appel) :

11%

Découvrez comment nous pouvons créer
de la valeur ensemble, en contactant notre
équipe Sales & Business Development.

cliquez-ici



intelcia



www.intelcia.com