

Comment choisir votre solution de centre de contact cloud ?

Bonjour à tous !

 rapport Q4.pdf

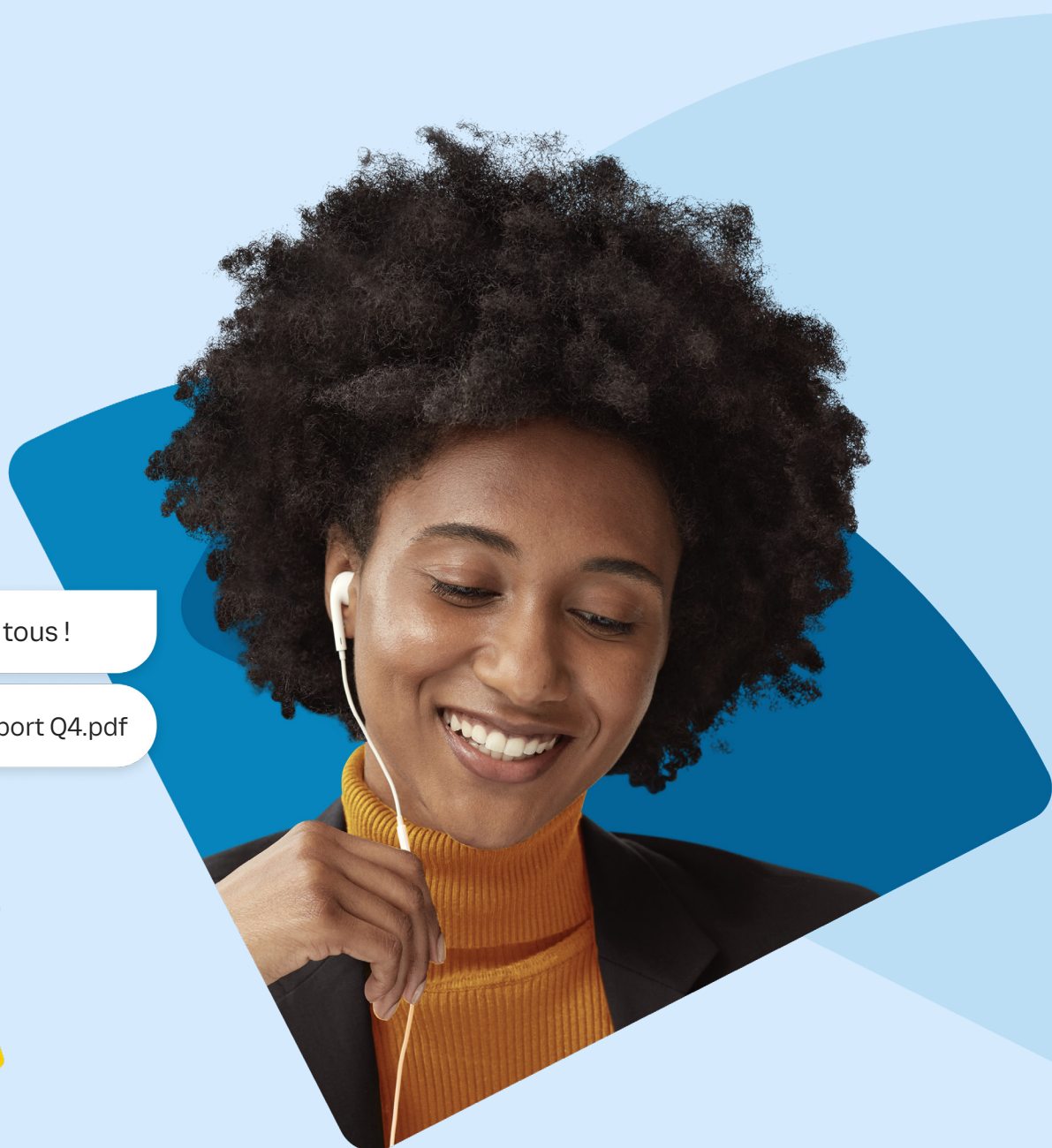
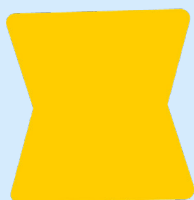


Table des matières

Que vous apporte ce guide ?	3
Introduction : Ce que vous avez / ce qui serait le mieux pour vous	4
Définissez vos besoins : Fonctionnalités souhaitées pour votre centre de contact	5
Listez vos exigences : Distinguez l'essentiel de l'accessoire	7
Décidez-vous en toute connaissance de cause : Des décisions plus éclairées et des objectifs plus atteignables	8
Conclusion : Agissez et tirez-en des bénéfices rapidement.....	10

Que vous apporte ce guide ?

Dans l'environnement ultraconcurrentiel d'aujourd'hui, offrir une expérience client exceptionnelle est devenu indispensable. Vos clients sont la clé de la réussite de votre entreprise. Si vous ne répondez pas à leurs demandes en matière de service, vous risquez de perdre rapidement du terrain par rapport à vos concurrents.

La majorité des interactions avec vos clients se tiennent par l'intermédiaire de votre centre de contact. Au-delà d'être un fait, c'est une opportunité pour l'ensemble du secteur. En choisissant la meilleure plateforme de centre d'appels sortants ou mixtes, vous mettrez à disposition de vos agents la solution dont ils ont besoin pour anticiper les besoins des clients, gagner en productivité et accroître vos revenus, tout en fournissant un service exceptionnel.

Ce guide vous accompagnera dans la recherche de la plateforme cloud la plus complète pour les appels sortants et mixtes. Il vous aidera à passer de la page blanche, du potentiel inexploité d'un centre de contact, à une feuille de route claire pour trouver, étape par étape, la plateforme la plus adaptée pour atteindre et communiquer avec vos clients afin de créer des relations durables et profitables.



Introduction : Ce que vous avez / ce qui serait le mieux pour vous

Le marché des centres de contact regorge de solutions relativement similaires. Mais comment choisir la solution qui convient le mieux à votre entreprise, et pas seulement celle que tout le monde utilise ? Vous devez concevoir un plan pour élaborer votre stratégie de centre de contacts. Avant de vous lancer dans votre recherche, commencez par réfléchir à long terme.



Envisagez la migration de l'infrastructure de votre centre de contact vers le cloud pour une meilleure évolutivité, une productivité accrue des agents et une plus grande satisfaction client.



Réfléchissez à la manière dont vous souhaitez communiquer avec vos clients, en gardant à l'esprit que leurs besoins peuvent évoluer au fil du temps.



Déterminez comment vous pouvez donner à vos agents les outils dont ils ont besoin pour bien travailler, tout en offrant la meilleure expérience client possible.

La bonne solution de centre de contact répond aux enjeux de votre entreprise et aux usages de vos clients pour que votre équipe puisse offrir un service client exceptionnel. Il doit aussi évoluer avec votre activité.

Définissez vos besoins : Fonctionnalités souhaitées pour votre centre de contact

Avant de choisir une solution de centre de contact, vous devez faire le point sur les avantages les plus importants dont doit disposer la solution, pour votre entreprise et vos clients. Qu'est-ce qui est le plus important pour vos agents dans une solution de centre d'appels ? Comment souhaitez-vous communiquer avec vos clients ? Quels changements entrevoyez-vous dans votre stratégie d'entreprise à l'avenir ?

Chaque organisation est unique, et la nature de votre activité est un facteur décisif dans le choix d'une solution optimale de centre d'appels, compte tenu de l'infrastructure existante. Dans le cadre de votre réflexion préliminaire, il est recommandé de réunir une équipe couvrant différentes fonctions, capable d'évaluer les processus métier actuels, de classer les avantages potentiels d'un centre d'appels et de déterminer comment votre processus d'évaluation doit se dérouler pour que votre sélection vous permette d'atteindre vos objectifs le plus simplement possible.



Voici quelques questions à mettre sur la table lors des discussions :

- Quels types d'interactions votre équipe traitera-t-elle le plus fréquemment, et comment une solution cloud de centre de contacts sortants ou mixtes peut-elle vous aider à mieux les gérer ?
- Quels sont les obstacles qui vous empêchent actuellement de fournir un service client proactif ?
- Quels sont les canaux de communication que vos clients utilisent le plus souvent ?
- Quels types de données sur les clients et les performances souhaitez-vous collecter, conserver et exploiter ?

Conseil : Invitez toutes les parties prenantes à participer aux discussions sur les exigences et besoins. Assurez-vous d'aborder les sujets suivants :

- ✔ **Courbe d'apprentissage des agents :**
Quelle sera la formation requise ?
- ✔ **Potentiel de croissance :**
Comment la solution s'adaptera-t-elle à votre croissance ?
- ✔ **Intégrations :**
Votre centre d'appels s'intégrera-t-il aux autres logiciels que vous utilisez actuellement ?

Listez vos exigences : Distinguez l'essentiel de l'accessoire

Après avoir défini vos objectifs et discuté avec votre équipe, vous pouvez commencer à réfléchir aux solutions qui permettront d'y répondre. Voici quelques éléments à considérer :

Architecture

- Une suite de centre d'appels multi-tenant qui offre une interface utilisateur simplifiée et intuitive pour des opérations plus fluides, de la prospection à la conclusion de ventes
- Une technologie aidant à respecter les exigences de conformité (règles de la CNIL, liste d'opposition Bloctel, RGPD, etc.)
- Évolutivité et fiabilité

Intégrations

- Un accès rapide à la fiche client lors de la mise en contact, via le logiciel de gestion de la relation client (CRM) qui permet aux agents de disposer d'un maximum d'informations sur les clients, au moment où ils en ont besoin pour une relation client personnalisée (historique des interactions, informations sur le compte, etc.)
- Applications de business intelligence pour de meilleures analyses et prises de décision pour améliorer la productivité de votre centre de contact

Productivité

- Une solution tout-en-un qui améliore la productivité en combinant les fonctions de numérotation prédictive, progressive, avec prévisualisation, basée sur le CRM, mixte, etc.
- Un soutien durant les appels et des scripts personnalisés pour aider les agents à mener à bien les échanges en temps réel
- De la gestion de l'engagement collaborateur pour faciliter le suivi des performances, la gestion des effectifs et le suivi de la qualité

Rapports et analyses

- Des tableaux de bord enrichis qui permettent aux agents de suivre les indicateurs clés de performance tels que le temps moyen de traitement, les taux de conversation, les clôtures au premier appel, le taux d'occupation, le taux de résolution au premier contact, ou encore le taux de satisfaction client
- La possibilité de suivre et de mesurer facilement les performances des agents pour identifier des axes d'amélioration cohérents en continu : formation, coaching

**Décidez-vous en toute connaissance de cause :
Pour des décisions plus éclairées
et des objectifs plus atteignables**

Dans le cadre de votre recherche, ne vous laissez pas séduire trop rapidement par ce qui se présente, d'apparence, comme la solution idéale. C'est un piège classique. Le marketing est en général très séduisant, les considérations importantes sont légion, tout comme les options parmi lesquelles choisir. Mais les fonctionnalités qui jettent de la poudre aux yeux et un affichage séduisant n'aideront pas votre équipe commerciale à atteindre ses objectifs - pour cela, vous devez faire un choix judicieux. Cherchez une solution facilement personnalisable pour atteindre vos objectifs de service, et n'oubliez pas de rester centré sur le client pendant les processus de découverte, de recherche et de mise en œuvre.

Renseignez-vous

Consultez les sites web de comparaison et faites des recherches sur les différents vendeurs. Prenez votre temps pour compiler des listes de vendeurs qui vous intéressent. Passez en revue les avis impartiaux de personnes qui utilisent ces solutions quotidiennement. Identifiez les forces et les faiblesses de chacune, et comparez-les aux objectifs que vous avez fixés avec votre équipe.

Consultez des experts

Ne vous limitez pas aux avis des utilisateurs au quotidien pour savoir si les solutions fonctionnent ou non. Lisez les publications sectorielles et les rapports d'analystes. Ce suivi des tendances vous aidera à garder à l'esprit les évolutions à venir et à explorer les complexités, les problèmes et les opportunités auxquels votre équipe aurait pu ne pas penser. Vous pouvez également vous rapprocher de consultants experts indépendants qui sauront vous guider dans vos recherches.



Posez des questions pertinentes

Une fois que vous avez dressé votre liste de fonctionnalités indispensables et établi votre liste de vendeurs potentiels, il est temps de vous rapprocher des principaux candidats. Lancez un appel d'offres avec des questions sur les accords de niveau de service, l'assistance et les processus, par exemple :

- À quoi ressemble votre processus d'implémentation avec le nombre de postes agents et l'organisation que je prévois de déployer ?
- La solution que vous proposez s'intègre-elle à mes systèmes déjà en place ?
- Quelle est le niveau de SLA et le temps de disponibilité de la plateforme ?
- Comment ce fournisseur va-t-il soutenir ma réussite sur le long terme ?



Comparez les coûts

Il est naturel de rechercher un fournisseur de logiciels pour centres d'appels offrant les meilleures performances au prix le plus raisonnable. Le coût est bien évidemment un facteur décisif dans toute décision d'achat, mais ne basez pas votre décision uniquement sur ce critère. Osez investir dans une solution peut-être plus chère, mais qui apportera directement de la valeur à vos activités, vous permettra d'améliorer le service à la clientèle et saura s'adapter à vos besoins futurs : vous y gagnerez toujours sur le long terme.



Choisissez ce qui est le mieux pour votre entreprise

Après quelques mois de mise en production, il est fortement recommandé d'évaluer votre centre d'appels et ses performances par rapport aux indicateurs que vous avez définis. Vous pouvez le faire en vous basant sur les indicateurs clés de performance précédemment déterminés. Des évaluations périodiques vous aideront à suivre la qualité du service client et la productivité globale, et vous seront utiles pour optimiser les performances dans la durée.



N'oubliez pas

La réussite d'une entreprise passe de plus en plus par une expérience de qualité sur tous les points de contact. Selon une [étude d'Adobe](#), les organisations axées sur l'expérience client ont vu leur chiffre d'affaires augmenter 1,7 fois plus vite que les autres en 2021, contre seulement 1,4 fois plus vite en 2018.

Conclusion : Agissez et tirez-en des bénéfices rapidement

En définitive, c'est vous qui connaissez le mieux votre entreprise. Après avoir déterminé vos besoins, discuté avec votre équipe et exploré les différentes options, il est temps de prendre une décision. Plus tôt vous choisirez une solution de centre de contact, plus tôt vous en tirerez des bénéfices. Et vos agents vous remercieront de votre choix. Ou, s'ils ne le font pas, ce sont les évaluations de vos clients et vos chiffres de vente qui le feront.

Pour plus d'informations,
n'hésitez pas à prendre contact
avec un représentant commercial.
Rendez-vous sur ringcentral.com/fr/fr/
ou composez le 0800 90 39 18.

RingCentral, Inc. (NYSE: RNG) est un fournisseur leader de solutions globales de communication, de collaboration et de centre de contact dans le cloud pour entreprises, basées sur la puissante plateforme Message Video Phone™ (MVP™). Plus flexible et rentable que les systèmes traditionnels, RingCentral permet aux équipes de communiquer, collaborer et se connecter en tout lieu et sur tout terminal. RingCentral propose trois produits phares dans son portefeuille, incluant RingCentral MVP™, une plateforme de communications unifiées en tant que service (UCaaS) comprenant des fonctionnalités de messagerie, visioconférence et téléphonie dans le cloud ; RingCentral Video™, la solution gratuite de visioconférence de l'entreprise, dotée d'une messagerie d'équipe qui permet des réunions de type Smart Video Meetings™ ; et les solutions RingCentral de centre de contact dans le cloud. La plateforme ouverte de RingCentral intègre les applications d'entreprise et permet aux clients de personnaliser facilement la gestion des flux. Le siège de RingCentral est situé à Belmont en Californie, et l'entreprise possède des bureaux dans le monde entier.

RingCentral

RingCentral France SAS, 3 rue Saint-Georges Paris, France. ringcentral.com/fr/fr/