

L'innovation pour changer l'image de la Téléprospection

La voix, par le biais du téléphone, reste de nos jours un des meilleurs outils pour entrer en contact avec les clients. Il existe néanmoins un risque de nuire à l'expérience client et l'image des marques avec des appels mal gérés, trop nombreux ou potentiellement irritants. Pour répondre à cette problématique, Manifone propose un module de détection de répondeurs innovant qui permet d'améliorer les performances des campagnes de téléprospection et d'optimiser l'expérience client et employé.

La voix, un canal indémodable

« Depuis des années, on dit que la voix va petit à petit perdre sa place dans la relation client. Cependant, non seulement elle est toujours là, mais elle a même repris ses lettres de noblesse pendant la crise du Covid-19, car les gens ont eu besoin de contact humain, d'être rassurés, écoutés. Parallèlement, alors que les restrictions ne semblent plus finir, les consommateurs peuvent aussi se lasser ou s'irriter plus facilement donc il ne faut surtout pas les sur-solliciter » explique Thierry Schoone, Directeur Développement et Stratégie chez Manifone, opérateur Télécom. Le service détection de répondeurs récemment lancé par ce spécialiste de la Relation Client, qui fournit depuis 2012 des services à valeur ajoutée sur le canal Voix, permet de gérer de manière optimale – plus rapidement et plus efficacement – la mise en relation avec l'appelé et ainsi de quasi éliminer un facteur important d'irritation : les messages vides laissés sur répondeur. « Notre objectif c'est d'accompagner le changement d'image des centres d'appels et de la téléprospection, pour y pratiquer un télémarketing plus efficace mais aussi plus éthique » ajoute ce dernier.

Un service télécom à valeur ajoutée

En effet, ce nouveau module, dont le développement a pris deux ans, est le fruit d'un travail de veille technolo-

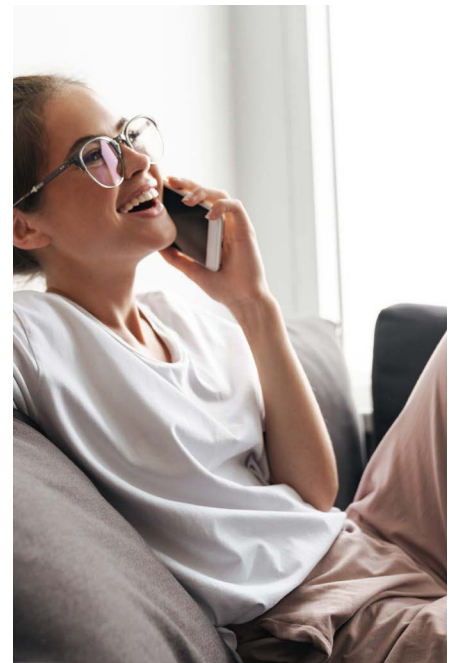


Thierry Schoone,
Directeur Développement
et Stratégie chez Manifone

gique permanent et d'échanges réguliers avec les centres de contacts sur leurs vrais besoins métiers. Par exemple, les systèmes technologiques "classiques" mis en place dans les centres de contacts sont trop lents dans la mise en relation avec l'agent, ce qui aboutit à un nombre important de raccrochés agacés des prospects. Grâce à l'expertise Télécom de ses équipes et des algorithmes d'intelligence artificielle dédiés, le nouveau module de Manifone est quasi infallible, avec un taux de détection de 98%, contre 75-80% maximum, en moyenne, pour les autres technologies existantes sur le marché. « La solution a un fort impact sur l'efficacité opérationnelle, avec des gains de productivité situés entre 5 et 15%, selon les retours de nos clients » précise Thierry Schoone.

Une expérience client et employé améliorée

Cet enjeu est crucial alors que les centres de contacts, devenus stratégiques pour l'expérience client, sont soumis à des attentes toujours plus fortes, couplées avec des besoins de rationalisation des coûts de plus en plus importants. Autres bénéfices de la solution de détection de répondeurs Manifone : la meilleure réceptivité du client par rapport à l'appel et la réduction du sentiment de "harcèlement" qui génère moins de stress pour l'agent.



« Notre solution permet de faire évoluer tout le concept de démarchage téléphonique, mais aussi la qualité de travail des agents. En effet, si la personne qui est mise en relation n'a pas subi un message vide sur son répondeur ou des appels décrochés mais sans agent au bout du fil auparavant, elle sera très certainement plus encline à poursuivre la conversation. L'expérience client, mais aussi collaborateur, en sont sensiblement améliorés » conclut Thierry Schoone. ■

manifone 