

L'expert télécom au service des centres d'appels



Lounis GOUDJIL
CEO de Manifone

Au cours de la dernière décennie, Manifone a développé une expertise fine et pointue autour des besoins en télécommunications des centres d'appels. Explications de Lounis Goudjil, CEO de Manifone.

Manifone se positionne comme l'opérateur télécom de la relation client. Dites-nous en plus sur votre positionnement.

Nous fournissons des lignes téléphoniques très spéciales aux centres d'appels de taille moyenne jusqu'aux plus grands acteurs du marché. Par « spéciales » je veux dire qu'elles permettent de faire plus de choses que des lignes téléphoniques fournies par les opérateurs classiques. Elles permettent par exemple de joindre plus de contacts pour un même fichier de prospection ou encore d'éviter de rappeler les mêmes numéros trop souvent. En gros, nos lignes téléphoniques permettent de gagner en efficacité sur les campagnes de prospection téléphonique.

Avant que nous ne nous intéressions à ce marché de la relation client, la plupart des centres de contact choisissaient leur opérateur télécom par rapport au tarif à la minute qu'il pouvait leur offrir. Beaucoup ne voyaient même pas d'inconvénient à acheter leurs lignes téléphoniques à leur fournisseur de logiciel de gestion de centre de contact car ça leur enlevait surtout une épine du pied.

Je pense que nous avons été les premiers à comprendre que les centres d'appels pouvaient grandement profiter d'un opérateur qui se spécialiserait dans les problématiques très pointues rencontrées au niveau télécoms.

Après huit années d'efforts continus, il semble que le marché reconnaît notre valeur ajoutée. Manifone, avec plus de 50 % de croissance annuelle sur les quatre derniers exercices, se classe pour la quatrième année consécutive dans le TOP 500 des entreprises françaises enregistrant la plus forte croissance. Par ailleurs, plus de 75 % des outsourcing français utilisent au moins un de nos services.

Comment définiriez-vous vos forces et votre valeur ajoutée sur ce marché très compétitif de la relation client ?

Manifone dispose d'une expertise technique, de solutions logicielles développées par ses équipes et d'une infrastructure sans équivalent pour ce marché très exigeant des centres d'appels.

Les flux d'appels émis sur des grosses campagnes de prospection téléphonique en mode prédictif génèrent beaucoup de rejets d'appels auprès d'opérateurs classiques. Du fait d'une cadence d'appels très élevée, une partie des appels est rejetée par le système de protection de l'intégrité du réseau de l'opérateur téléphonique. Ces appels sont la plupart du temps reportés comme injoignables sur les logiciels de gestion de centres de contact.

Nous avons développé un système unique de gestion en temps réel pour ce type de trafic particulièrement exigeant qui permet d'augmenter de façon significative le taux de joignabilité.

Notre crédo est : « faire des télécoms non plus un centre de coûts, mais un levier de la compétitivité de nos clients en leur permettant d'améliorer leur efficacité opérationnelle ».

En plus d'avoir un impact direct sur la productivité de nos clients, nous leur permettons également de monitorer, en quelque sorte de surveiller, via la mise à disposition d'indicateurs spécifiques, un certain nombre de fonctionnalités des logiciels de centres de contact telles que la qualité de la détection de répondeur, le comportement de la numérotation prédictive, le nombre d'appels journalier vers les mêmes numéros,

Nous faisons des télécoms, non plus un centre de coûts, mais un levier de la compétitivité de nos clients en leur permettant d'améliorer leur efficacité opérationnelle

le pourcentage d'appels irritants, la qualité audio des communications, pour ne citer que les principales.

L'opérateur Télécom devient la « vigie » de tous les flux audio transitant par le centre de contact.

Comment capitalisez-vous sur l'innovation et les nouvelles technologies pour maintenir votre positionnement ?

Comme déjà expliqué, nous positionnons les télécoms comme un levier d'efficacité opérationnelle pour nos clients. Nous sommes en veille permanente et évaluons l'intégration de telle ou telle technologie dans nos services.

Un exemple parlant est la détection de répondeur habituellement intégrée dans les logiciels de gestion de centres d'appels. Son rôle est de détecter lorsque les appels émis par le logiciel de numérotation prédictive sont décrochés par des répondeurs et de les raccrocher automatiquement le plus rapidement possible. Malheureusement, ces logiciels se trompent très souvent (jusqu'à 40 % pour certaines campagnes) et mettent ainsi en relation des agents avec des répondeurs, leur faisant perdre un temps précieux. Nous avons développé un algorithme de détection de répondeur jusqu'à 4 fois plus performant que les solutions utilisées habituellement par nos clients. L'impact sur la productivité est absolument énorme !

Autre exemple d'actualité : un module d'enregistrement en mode « pay-per-use », simple, rapide à déployer, sans coût de licences ni de matériel.

Nous nous inscrivons dans une démarche de boucle d'amélioration continue avec nos clients, afin d'ajouter toujours plus d'innovation dans nos fonctionnalités télécoms, tant sur la gestion des flux, de routage, de

monitoring, de sécurité, de reporting, de facturation... ceci sans perdre de vue que cela doit permettre d'aboutir in fine à plus de productivité et d'efficacité opérationnelle.

Enfin, il nous arrive également d'intégrer suivant les besoins du marché des modules « tiers » nécessaires au business, comme du paiement PCI-DSS ou encore de la retranscription speech-to-text par exemple.

Quels sont les autres sujets qui vous mobilisent ?

Nous travaillons sur le sujet du harcèlement téléphonique en France de manière concertée avec l'Arcep, la DGCCRF et la Fédération Française des Télécoms. Nous faisons partie de toutes les commissions qui travaillent à réduire ce fléau. De plus, nous sommes convaincus que toute l'industrie de la prospection téléphonique a grand intérêt à s'atteler à ce chantier et qu'il en va de sa survie.

Sur un autre registre, nous poursuivons notre développement géographique, notamment sur le marché espagnol.

Enfin, nous restons attentifs aux problématiques et sujets qui intéressent nos clients et nous continuons à innover pour apporter toujours plus de services à haute valeur ajoutée. Nous travaillons notamment sur la suppression des bruits de fond dans un environnement de plateau de centre d'appels, ou encore sur le monitoring de la qualité audio des conversations. Ce dernier sujet est particulièrement important lors de migrations importantes d'agents en télétravail.