

Le choix de l'externalisation du call center et ses acteurs:

Fournisseurs d'accès Internet, banques, sociétés d'assurances ou opérateurs de téléphonie mobile... nombre de grands groupes ont décidé d'**externaliser** la gestion de leur service client.

L'activité des **centres d'appels** est, de fait, une compétence à part entière, avec son jargon, son matériel, ses méthodes, ses techniques spécifiques.

Le choix de l'**externalisation du centre d'appels** n'est pourtant pas toujours évident, notamment pour des entreprises qui veulent maîtriser leur image de marque.

• Dans quels cas est-il stratégique d'externaliser son centre d'appels ?

Voici une typologie des cas où il est recommandé d'externaliser la gestion du service client :

- lorsque le recours aux télé-services est très ponctuel, lié à une activité saisonnière par exemple
- lorsque les volumes d'activité sont très irréguliers (pics d'activité) et nécessitent un soutien externe
- lorsque l'entreprise préfère concentrer ses ressources financières et humaines sur son cœur de métier, et confier de ce fait la gestion globale de l'activité à un prestataire spécialisé
- en période de démarrage d'une nouvelle activité, pour laquelle la sous-traitance auprès d'un centre de contacts se gère de façon ponctuelle
- lorsque l'on souhaite bénéficier de l'expertise d'un outsourceur et "découvrir" avec lui l'activité télé-services et ses contraintes

• La solution mixte : externaliser une partie du centres d'appels

De très nombreuses entreprises utilisent la combinaison d'un centre d'appels interne, suppléé par les services d'un prestataire externe. Cette solution peut s'avérer une option à court et moyen terme, pour les sociétés qui craignent de déléguer leur service client à une autre entreprise.

Par exemple, quand le centre d'appels interne est saturé, le prestataire peut gérer le débordement d'appels (overflow) et décharger le centre du client.

Les télé-conseillers du prestataire peuvent également répondre aux contacts considérés comme moins "stratégiques". Le cœur de l'activité est ainsi traité en interne, tandis que les appels moins spécialisés sont pris par des télé-opérateurs plus généralistes.

La solution mixte permet également de comparer les deux services (interne et externe) et de déterminer la solution la plus avantageuse. La prospection, la prise de rendez-vous, le service client, les demandes d'information simples peuvent facilement être externalisées.

• L'externalisation offshore des centres d'appels...

L'année 2003 a marqué le véritable décollage de l'**externalisation des centres d'appels dans le Maghreb**, à l'image du phénomène anglo-saxon vers l'Inde.

Le Maroc, grâce à son niveau de francophonie élevé, ses coûts salariaux très compétitifs et son excellent réseau de télécommunications, s'impose comme la première destination pour ces activités de relation client avec plus de

4 000 positions opérationnelles.

• Externaliser - de nombreux avantages pour les entreprises

De nombreux articles ou reportages sur les premiers retours d'expérience ont en effet attiré l'attention des directions générales sur les bénéfices induits, que l'on peut classer en 3 catégories :

- Une baisse estimée entre 30 à 40% sur le coût horaire complet (télécoms inclus) du prix de revient du traitement d'un appel ou d'un E-mail consommateur.
- Une flexibilité accrue en raison de la souplesse des législations, et des comportements sociaux permettant de gérer les pics d'activité avec une réactivité difficile et très coûteuse en métropole.
- Une qualité identique et parfois supérieure grâce à des téléconseillers maîtrisant le français sans accent, recrutés sur des profils académiques (bac +3/bac +4 en moyenne) nettement supérieurs à leurs homologues métropolitains.

• Externaliser avec Webhelp, un réseau pionnier des centres d'appels offshore...

Disposant pour le marché français d'une capacité de 4 500 positions de travail au Maroc, et de 400 positions en Roumanie, Webhelp est également le seul prestataire offshore certifié ISO 9001/2008 pour l'ensemble de ses activités de relation client.

« Après plus de trois ans d'expérience, nous avons prouvé, avec de grandes références clients que nous sommes capables d'allier qualité de service et prix compétitifs » selon Olivier DUHA, co-Président de Webhelp.

« Quelques entreprises peuvent certes avoir la tentation de monter leur propre **centre offshore**, mais le point mort de ce type de projets, qui nécessitent une forte expertise locale et des moyens humains et financiers importants, se situe au-delà de 100 positions. Notre connaissance de ces pays, ainsi que notre siège parisien où se fait la maîtrise d'œuvre des programmes, est un gage de qualité : ceci nous permet de combiner la proximité et la connaissance des exigences de nos clients français avec l'économie réalisée par nos implantations offshore », poursuit Olivier DUHA Co-Président de Webhelp.

• ...doté d'un portefeuille d'activités équilibré et prometteur

En plus de son positionnement sur le marché en pleine croissance de la délocalisation, Webhelp se distingue depuis son origine des autres outsourceurs par un équilibre original entre les métiers traditionnels de la relation client (réception d'appels, émission d'appels, télémarketing, traitement de courriers) et les canaux plus récents en pleine expansion (traitement d'e-mails, chat, assistance en ligne sur le web).

En terme de secteurs d'activité, Webhelp intervient auprès d'un large portefeuille de clients démontrant sa capacité à intégrer des problématiques métiers très spécifiques et complexes, de l'assurance aux télécoms, en passant par le fret, le tourisme, l'énergie, les médias, avec des références comme AXA, SFR, Direct Assurance, Cdiscount, Orange, Meetic ou La Redoute.

Les attentes de vos consommateurs sont simples : bénéficier sur des plages les plus étendues possibles d'une disponibilité optimale (temps d'attente réduit), d'un contact personnalisé (connaissance de l'historique des relations), efficace (résolution de la demande au 1er appel) et homogène quel que soit le canal de communication utilisé (visite de vos points de vente, hotline, site Internet...).

Webhelp, votre solution pour externaliser vos centres d'appels.