

Communication de crise, les professionnels de la Relation Client prévoient pour mieux réagir !

Canicule, SRAS, train fou à la SNCF... Les crises se multiplient et les numéros verts voient rouge ! Les entreprises et les institutions commencent à saisir l'importance des Centres d'Appels dans ces périodes : informer, rassurer, expliquer. En bref, proposer un contact direct et humain pour répondre aux interrogations du grand public ! Les professionnels de la Relation Client qui se regrouperont sur SeCA 2004 (25-26-27 mai 2004 à Paris Expo) témoignent et partagent leur expertise.

Prévoir pour mieux gérer, les professionnels de la Relation Client deviennent experts en communication de crise...

Identification des scénarios de crise, constitution de cellules de crise, sont devenus des leitmotivs des services communication. **Mais les Centres d'Appels ne sont plus en reste ; la crise y est traquée et anticipée grâce à des moyens humains, logistiques ou technologiques.**

Paroles d'exposants...

- Ainsi Acemis, un exposant du Salon SeCA fidèle depuis 7 ans, aide ses clients à se préparer à d'éventuelles crises grâce à un **Plan de Continuité des Opérations maintenant un service continu, quoi qu'il arrive** : il y a une augmentation soudaine du nombre d'appels, le personnel se met en grève... Les équipes d'Acemis offrent tout leur savoir-faire pour mettre en place des solutions globales (technologie, RH, organisation, information, logistique) chez leurs clients afin de leur permettre de réagir en toutes circonstances !
- Chez e-sama, on se prépare à gérer les crises des clients par des moyens, à la fois techniques et humains. Dans tous les cas, priorité est donnée à la réactivité. Au niveau humain : **des téléacteurs sont d'astreinte jour et nuit et peuvent être opérationnels en 2 heures**. Pour la partie technique : **client et Centre d'Appels sont connectés via une base de données qui leur permet d'être informés en temps réel**. Le donneur d'ordres bénéficie ainsi de remontées immédiates de son centre et peut modifier « en direct » le discours communiqué au public.

Gérer la crise : la technologie au secours de l'humain

La réactivité est un facteur clé de succès lors des crises. Les exposants du Salon SeCA 2004 en sont convaincus et proposent des solutions technologiques adaptées pour favoriser la réactivité des téléacteurs face à un grand nombre d'appels ou de questions du public (jusqu'à 10 000 appels/jour pour Intracall pendant la campagne anti-tabac de l'INPES).

Paroles d'exposants...

- Genesys a misé sur le « **re-routage intelligent** » pour gérer les pics d'activité en conservant un service client optimal. Été 2003 : suite à d'importants orages, le trafic a brusquement augmenté de 30% sur la plate-forme d'un assureur. Pourtant, malgré les congés et la suractivité, le centre a divisé par deux le temps d'attente en re-routant 10% du trafic sur d'autres Call Centers.
- Chez Prosodie, qui gère le « service d'alerte de la Lyonnaise des Eaux », la méthode est simple mais efficace. Grâce à la préparation et à la technique, 25 000 foyers peuvent être contactés en 2 heures et alertés d'une pollution de l'eau. Le secret ? **Un message sur support interactif est diffusé par une plate-forme automatisée**. Véritable téléacteur virtuel, le système gère les répondants téléphoniques et le rappel automatique.

SeCA 2004 se tiendra les 25-26-27 mai 2004 à Paris Expo. Tourné vers l'avenir des Centres d'Appels et du CRM et toujours au cœur de l'actualité du secteur, SeCA 2004 regroupe l'ensemble des acteurs majeurs de la Relation Client. Les organisateurs proposent une exposition sur 10 000 m², un programme de conférences et de formations, des débats sectoriels et des Rendez-Vous d'Affaires pour favoriser des rencontres 100% utiles entre donneurs d'ordres et exposants.