

SFR : Concilier agilité et flexibilité pour une relation client sur-mesure



SFR se classe au 2^e rang des opérateurs de téléphonie en France. Alors que les déploiements de la fibre optique et de la 5G contribuent au dynamisme du marché, la concurrence est féroce. Pour optimiser les performances de ses campagnes de rétention et de télévente, confiées à plusieurs partenaires outsourcing, SFR a choisi la solution de centre de contact cloud Hermes de Vocalcom.



- Pays : France
- Activité : Opérateur de téléphonie
- Plus de 1 000 agents sur 8 sites
- Entre 1 et 5 millions d'appels sortants/mois
- Plus de 100 campagnes par an

Acteur incontournable de la téléphonie, SFR doit sans cesse adapter ses stratégies dans un contexte d'hyper-concurrence exacerbé par le déploiement à marche forcée de la fibre optique et de la 5G. Une réalité qui induit d'importants enjeux sur les campagnes de rétention et de télévente. Si SFR s'est parfaitement approprié les canaux digitaux, la voix demeure au cœur du dispositif de la relation client. Pour gérer un volume de un à cinq millions d'appels sortants par mois, SFR a choisi la solution de centre de contact cloud Vocalcom, déployée sur plus

d'un millier de positions dédiées à la rétention et à la télévente, et réparties sur plusieurs sites de partenaires outsourcing.

Déployer des campagnes sur-mesure avec une solution cloud flexible

Chaque année, SFR organise et pilote plusieurs centaines de campagnes d'appels sortants dans le cadre de sa lutte contre le churn d'une part, et d'opérations de télévente d'autre part. Chaque campagne est susceptible de mobiliser les équipes de plusieurs partenaires répartis sur plusieurs sites. « Nous avons opté

« La flexibilité de la solution de Vocalcom nous permet d'être plus réactif et d'adapter nos campagnes dans des délais très courts en fonction des offres de nos concurrents pour toujours rester agile. »

Étienne de Tournemire, Directeur Technique du Service Client Grand Public chez SFR

pour la solution cloud de Vocalcom car elle nous permet d'homogénéiser l'environnement de gestion et de pilotage des campagnes chez nos différents prestataires, et de maîtriser nos coûts avec un prix défini par agent », précise Étienne de Tournemire. Grâce à cette organisation, les campagnes d'appels sortants sont adossées aux mêmes processus quels que soient les prestataires. La flexibilité de l'outil permet de déployer des campagnes sur-mesure, portant sur des millions de contacts argumentés. Pour gagner en productivité, les équipes de SFR exploitent le moteur d'appels Vocalcom, soit en mode progressif, soit en prédictif selon la typologie des campagnes. *« Les métiers ont besoin d'outils performants pour agir en autonomie. La facilité de gestion des campagnes, comme l'outil de scripting intégré à la solution Vocalcom, répondent à ce besoin. »*

Maximiser le taux de rétention par des scripts très ciblées

Avec un churn compris entre 10 et 15%, les campagnes doivent contribuer à améliorer la rétention sur le fichier cible. Différents critères sont appliqués afin d'identifier les clients présentant un risque de résiliation, qui sont segmentés par profil, par offre, ou par zone géographique. SFR s'appuie sur des scripts dynamiques pour concevoir l'offre la plus attractive pour le client, tout en préservant les marges de l'entreprise. *« Grâce à l'outil de scripting de Vocalcom et la possibilité de mettre les flags sur les scripts, nous pouvons proposer des offres différenciées en fonction des informations fournies par le client »,* précise Étienne de Tournemire. Pour renforcer l'efficacité de chaque agent, des conseils et suggestions sont affichés en temps réel afin de réaliser des offres aussi ajustées que possible. *« Après chaque appel, nous envoyons une enquête aux clients via l'outil Vocalcom pour mesurer la satisfaction en temps réel sur nos campagnes de rétention. Ce suivi est indispensable pour affiner en permanence notre stratégie et nos offres »,* précise Étienne de Tournemire.

Améliorer les performances des agents

Dans le cadre d'une stratégie de rétention, la mission de l'agent est très délicate et repose sur sa capacité à trouver les arguments qui sauront convaincre le client. Le fait de disposer d'informations précises sur le contexte client

permet l'adaptation du discours et contribue au bien-être comme à l'efficacité des agents. *« La qualité de l'interface de la solution de Vocalcom permet de visualiser les éléments essentiels et de disposer de la bonne information au bon moment »,* précise Étienne de Tournemire. En complément, et pour faciliter les souscriptions et les réengagements, SFR s'adosse au duo Vocalcom et Recordsign, la solution de signature vocale d'Opportunity. *« La simplicité et la facilité de contractualisation contribuent à la performance de nos campagnes, à la satisfaction des clients mais également au confort des agents »* souligne Étienne de Tournemire qui indique que le taux de transformation s'est considérablement amélioré, pour atteindre aujourd'hui 80 à 85%.

LES + VOCALCOM

- **Solution cloud homogène sur tous les sites**
- **Moteur d'appel sortant prédictif**
- **Flexibilité et autonomie sur la solution**
- **Simplicité de gestion des campagnes**
- **Supervision en temps réel**
- **Écoutes et enregistrements**

Piloter la qualité dans une dynamique d'amélioration continue

La réalisation d'écoutes permet à SFR d'évaluer en temps réel la qualité du script pour affiner en permanence ses stratégies et améliorer la performance des agents. Les outils de supervision de la solution de Vocalcom sont utilisés au quotidien par chaque manager, qui peut personnaliser les rapports chaque campagne. En complément des écoutes, des enregistrements à froid permettent non seulement des analyses approfondies mais aussi de gérer les litiges éventuels. *« L'accompagnement du Customer Success Manager de Vocalcom va également contribuer à exploiter tout le potentiel de la solution de centre d'appel Vocalcom »,* conclut Étienne de Tournemire.

