

Dresser une cartographie des compétences au service des clients et des collaborateurs

Faire vivre la meilleure expérience client requiert de mettre ses équipes dans les meilleures conditions pour satisfaire, voire dépasser, les attentes clients. Dans l'univers des télécommunications, où la multiplicité des offres rivalise avec la complexité technique, Orange a fait le pari de la coopération interne pour tendre vers l'excellence.

Concrètement, il arrive ponctuellement qu'un conseiller clientèle ne dispose pas de l'intégralité des informations nécessaires pour apporter une réponse finale à une sollicitation client.

Pour accompagner le collaborateur et le client dans ces situations frustrantes, Orange a entrepris de dresser une cartographie des compétences de l'ensemble de ses collaborateurs.

A l'image d'un moteur de recherche, cette cartographie permet, en temps réel, d'identifier l'ensemble des experts disponibles sur le sujet questionné.

Enfin, une mise en relation par visio est proposée sur simple clic entre le chargé de clientèle et l'expert sélectionné. Une fois l'information connue du chargé de clientèle, ce dernier peut recontacter le client pour lui apporter rapidement une réponse fiable et complète.

AVANTAGES CLIENT INTERNE

Identifier efficacement les collaborateurs disposant de l'information recherchée
Être en capacité d'apporter rapidement une réponse ferme au client

AVANTAGES ENTREPRISE

Valoriser l'expertise des collaborateurs

Permettre aux différentes équipes d'expérimenter des services digitaux, conçus et développés pour le compte de clients

Favoriser les synergies en mettant en relation des collaborateurs issus de départements (technique, marketing, approvisionnement, réseau...) et niveaux hiérarchiques différents

AVANTAGES CLIENT

Expérimenter une relation de confiance avec son interlocuteur, le chargé de clientèle informant le client qu'il ne dispose pas de l'information mais qu'il va la chercher (efficacement et avec succès) pour lui

Disposer d'une information fiable

CONSEILS DE MISE EN PLACE

Impliquer les collaborateurs à chaque étape, et évaluer leur propre satisfaction pour améliorer le dispositif

S'appuyer sur ce qui existe : il ne peut exister dans le digital que ce qui existe dans la vie réelle

Accompagner les collaborateurs dans la phase d'identification de leurs expertises ; traditionnellement, les collaborateurs peuvent pécher par un excès d'humilité. Ne pas hésiter à leur amorcer l'identification par une approche simple : « sur quels sujets êtes-vous sollicités par vos collègues ? »

#BPAMARC

LES BONNES PRATIQUES DU MANAGEMENT DE L'INSATISFACTION CLIENT

Cette bonne pratique a été partagée par Sylvie Krstulovic et François Tchako (Orange France) à l'occasion de notre 47ème Convention.