

La connivence entre les communications unifiées et le centre de contacts

Cisco marie les communications unifiées et le centre de contacts via une nouvelle solution, Cisco Unified Expert Advisor, en vue de l'excellence opérationnelle de votre relation client.

Durant ces périodes de difficultés économiques, les entreprises doivent faire face à des décisions importantes. Comment continuer à attirer de nouveaux clients ? Comment retenir les clients actuels et réduire leur défection vers la concurrence ? Quelles sont les technologies qui auront le plus fort impact sur mon métier et quels sont les projets qui devront être accélérés ou abandonnés ? Trouver les bonnes réponses à ces problématiques devient crucial. Car dans le même temps, les clients deviennent de plus en plus demandeurs, souhaitant plus d'accès et d'informations en provenance des entreprises. S'ils n'obtiennent pas rapidement les contacts et/ou les informations souhaités, il est facile pour eux d'aller à la concurrence.

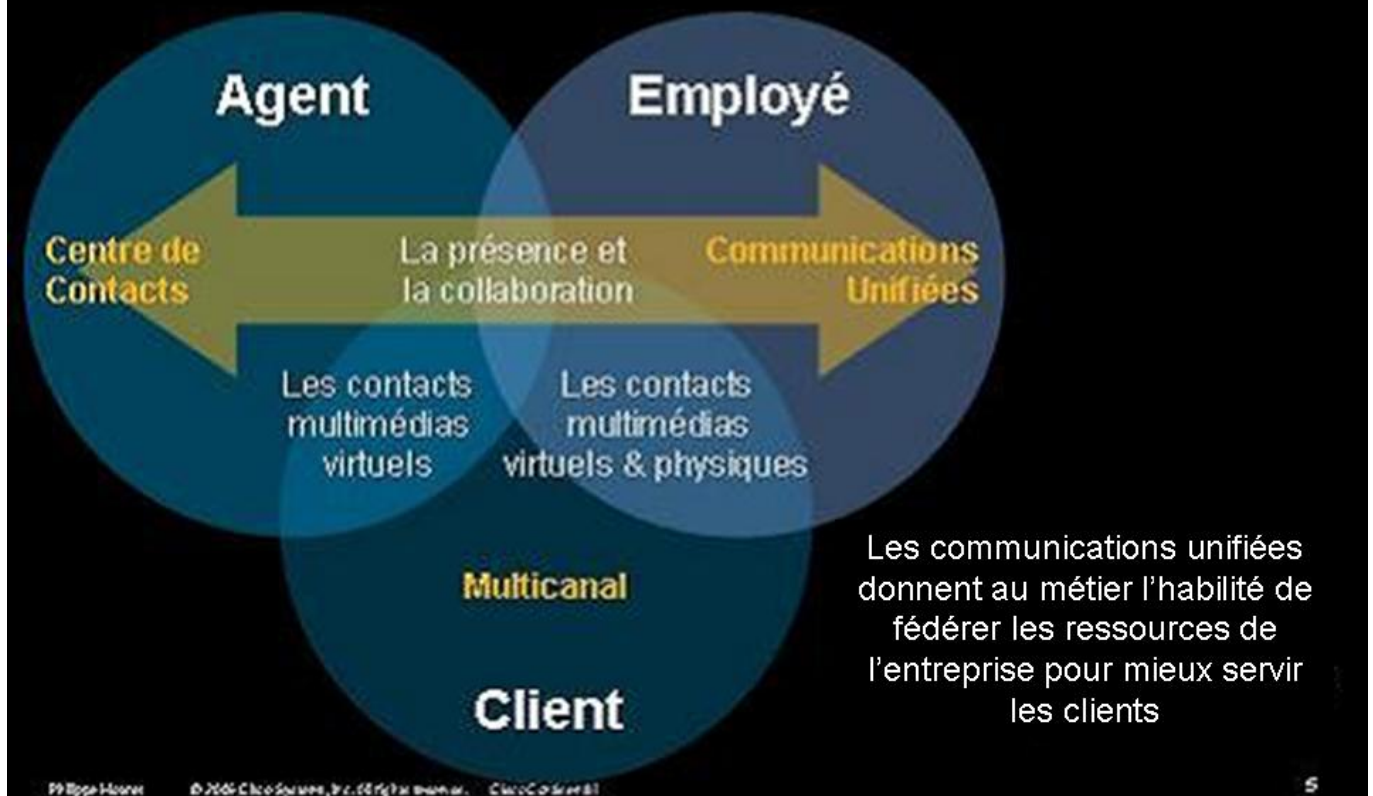
Nous verrons, dans cet article, que les communications unifiées (UCs) couplées au centre de contacts permettent d'établir un premier niveau de réponse à ces problématiques. Mais ceci ne se fera pas sans l'adoption d'un nouveau modèle organisationnel et culturel.

Les perspectives

Les clients sont l'actif le plus important de votre société. Il est donc nécessaire de maintenir une expérience client personnalisée et cohérente en vue d'atteindre une meilleure satisfaction et loyauté client, une augmentation de votre profitabilité et de vos revenus. Mais mettre en œuvre une véritable expérience utilisateur unique et différenciée se révèle difficile. Dans une étude de la société de conseils Bain & Company, il fut demandé à un panel d'entreprises quelle était leur perception de leur service client. 80% répondirent oui, nous fournissons à nos clients une expérience client unique et différenciée. Mais le problème survient quand les clients de ses entreprises furent interrogés. 8% seulement abondèrent dans leur sens. Ainsi, il y a un écart de perception significatif à combler. Les entreprises sachant l'appréhender au mieux seront en bonne position pour améliorer la loyauté client, augmenter leur revenu et leur part de marché.

Les UCs, les technologies de collaboration et la prochaine génération de technologies Internet offrent de nouvelles voies de communication avec vos clients. Elles contribuent à l'amélioration de cette expérience client en allant au-delà des points traditionnels de contacts, tels que les centres de contacts, en offrant la capacité de fédérer les autres entités opérationnelles de votre entreprise en vue de mieux servir vos clients. Les UCs tirent profit de l'hétérogénéité de vos systèmes de communication afin de permettre à vos clients et vos employés d'interagir via de multiples terminaux et médias suivant leur choix, leur capacité, le lieu et le temps.

La connivence entre les communications unifiées et le centre de contacts



Aberdeen a publié en juillet dernier un rapport intitulé « Unified Communications : Lifeblood of the Contact Center » afin de déterminer l'impact des UCs dans le centre de contacts. 50% des répondants disent qu'ils évaluent actuellement l'intégration de leurs centres de contacts dans leur stratégie globale autour des UCs. Pourquoi ces entreprises sont-elles intéressées par une telle adoption ? 45% des entreprises interrogées répondent que l'amélioration de la gestion des interactions serait une des raisons principales pour implémenter les UCs dans leur gestion de la relation client et leur centre de contacts. Toujours dans la même étude, 35% des entreprises interrogées disent que l'augmentation des revenus est une des autres principales raisons.

Cette extension des UCs au centre de contacts est particulièrement appropriée aux organisations distribuées ayant de multiples points de contact physiques ou virtuels avec les clients. Dans une étude récente, « *Utilizing SIP And Presence To Enable Contact Center Virtualization* » (Avril 2007), le Datamonitor identifie trois cas appropriés à l'intégration des communications unifiées et du centre de contacts :

- Les agences et les points de vente,
- Les employés distants,
- Le back-office et les experts.

Quels pourraient-être les scénarii d'usage liés au rapprochement des UCs et du centre de contacts :

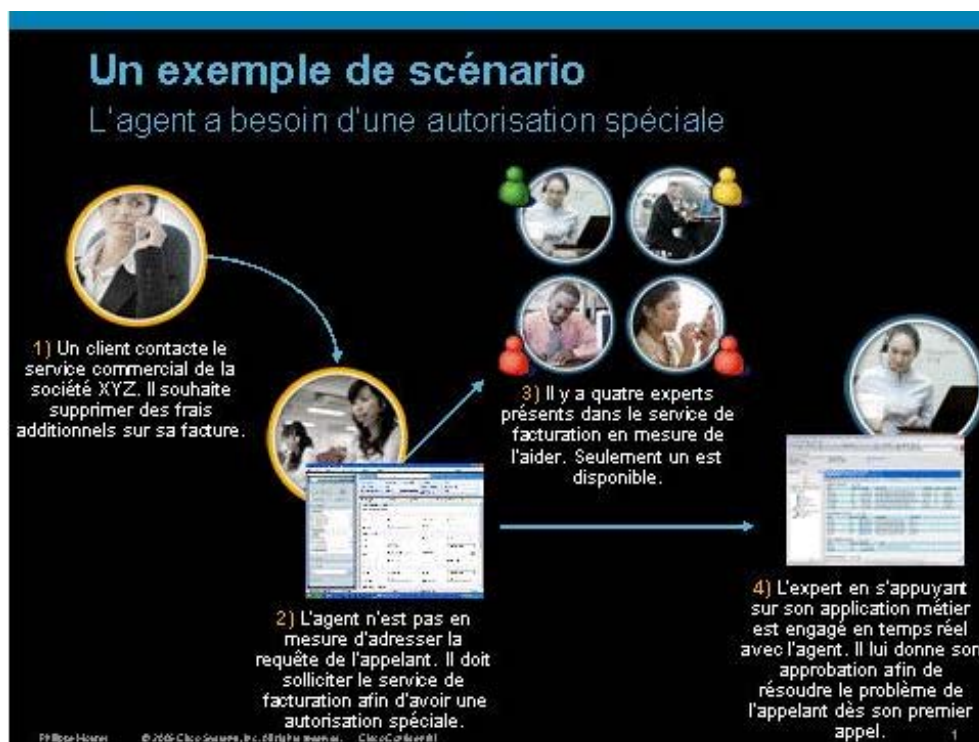
- Le client peut joindre une ressource commerciale et itinérante. Les UCs supportent le numéro d'accès unique permettant de se soustraire de l'hétérogénéité des terminaux de communication tout en assurant une continuité de services et d'accessibilité.
- Le client est connecté avec la bonne personne dès le premier appel. Les UCs peuvent être

étendues indépendamment des barrières organisationnelles en place dans vos entreprises. Ainsi vos clients, vos fournisseurs et vos partenaires peuvent avoir l'accès direct à vos conseillers, à vos concepteurs, à vos experts, etc. et interagir avec eux sur une base régulière. Les UCs ouvrent la voie à la mise en œuvre d'un portail d'informations et de présence permettant l'accès à l'information et d'interagir avec votre entreprise au-delà du modèle traditionnel régissant le centre de contacts.

- La collaboration entre les différentes parties. Les UCs font qu'il est possible de rapidement organiser et supporter une conférence multimédia ou tout autre type d'interactions qui impacte la satisfaction et la loyauté du client final.
- Le pilotage opérationnel. La messagerie instantanée peut contribuer à l'amélioration des communications entre les agents et les superviseurs afin qu'ils dialoguent plus facilement et efficacement, qu'ils s'entraident mutuellement pour répondre au mieux aux questions et situations épineuses. La vidéo peut-être un autre support de contribution à l'amélioration des communications intra centre de contacts.

Dans une recherche sans fin de l'excellence opérationnelle, de la résolution dès le premier appel du cas client et de l'amélioration de sa satisfaction, l'agent a de plus en plus besoin d'avoir accès aux informations les plus pertinentes et d'être en relation étroite et en temps réel avec ses pairs. La figure ci-dessous illustre un des apports des UCs dans le centre de contacts.

Traditionnellement, les centres de contacts pouvaient être organisés suivant un modèle multi-niveaux où un niveau d'accueil orientait et escaladait les appels vers les experts dits de niveaux 2 ou 3.



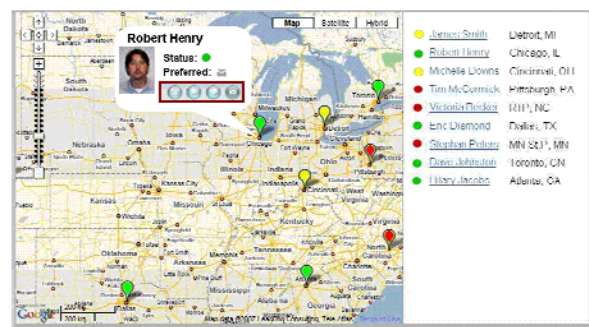
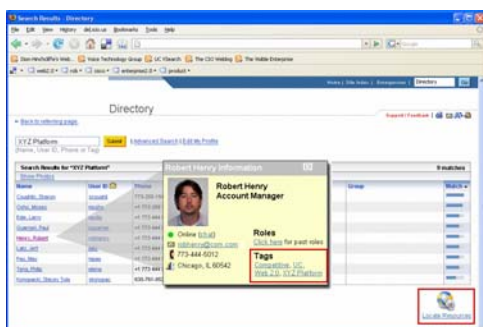
Dans notre exemple, l'agent de premier niveau (accueil téléphonique en centre de contacts) n'est pas en mesure d'adresser la requête de l'appelant afin de différer dans le temps le paiement d'une facture. Pour cela il doit identifier l'expert le plus à même de répondre à l'appelant. Historiquement, les voies empruntées pour répondre à cette problématique étaient multiples et souvent artisanales comme l'envoi d'un email ou d'un appel téléphonique en aveugle voir d'aller directement frapper à la porte du bureau de l'expert. Cela conduisait à des dysfonctionnements relatifs aux non disponibilités des experts. Identifier et joindre un expert dans l'entreprise et hors du centre de contacts est à ce

jour coûteux en argent et en temps.

Grâce aux UCs, les mécanismes d'escalade sont simplifiés pour les agents ; dans le même temps ils donnent plus de contrôle aux experts sur quand et comment ils peuvent être contactés. Dans notre exemple, l'agent, via son client de présence intégré dans son application de CRM, peut visualiser une liste d'experts et superviser leur disponibilité via des icônes de présence et engager facilement une interaction multimodale avec eux. L'étalement du paiement est obtenu auprès de l'expert senior via un dialogue à travers la messagerie instantanée permettant de résoudre en temps réel cette requête. En effet, cet expert senior est actuellement hors du bureau mais reste connecté à votre entreprise via son PDA sans fil. Les experts dans notre scénario ne sont pas nécessairement localisés dans un bureau de votre entreprise. Ils peuvent être itinérants et utiliser leur téléphone mobile, leur PDA, etc.

Les perspectives entrouvertes par les UCs et la relation client sont multiples, comme par exemple, la mise en œuvre d'une véritable folksonomie des experts de votre entreprise intégrant dynamiquement les UCs. Le principe est à l'image du Web où cette méthode consiste à une classification collaborative de contenus via des étiquettes (tags en anglais) par une communauté d'internautes. Le but est de faciliter la recherche et l'identification des experts en temps réel, par l'ensemble des employés de votre entreprise à travers un portail d'informations. Il est imaginable que les experts contribuant à une folksonomie, peuvent via les mécanismes d'étiquette, librement choisir les termes définissant et classifiant leurs expertises. Ces attributs sont accessibles via l'annuaire de votre entreprise. Par un clic de souris sur une étiquette correspondant à une expertise, les employés ayant cette expertise sont visualisés en temps réel à travers une application Web 2.0 et une carte avec les informations de présence et de localisation associées. De manière contextuelle, les médias de communication sur lesquels l'expert souhaite dialoguer de manière préférentielle sont affichés.

Si nous reprenons notre exemple précédent en l'étendant à un centre de dépannage et de support technique, nous pourrions imaginer que l'agent de premier niveau et résidant dans le centre de contacts a besoin de solliciter un expert particulier sur un problème technique. Via son application CRM, il accède à une carte sur laquelle les experts sont représentés avec leur disponibilité associée. A la vue de cette information, l'agent est à même d'identifier rapidement l'expert disponible, le plus proche géographiquement du client et établir une conférence entre les différentes parties. La localisation de l'expert permet de déclencher une intervention rapide chez le client si le besoin est nécessaire.



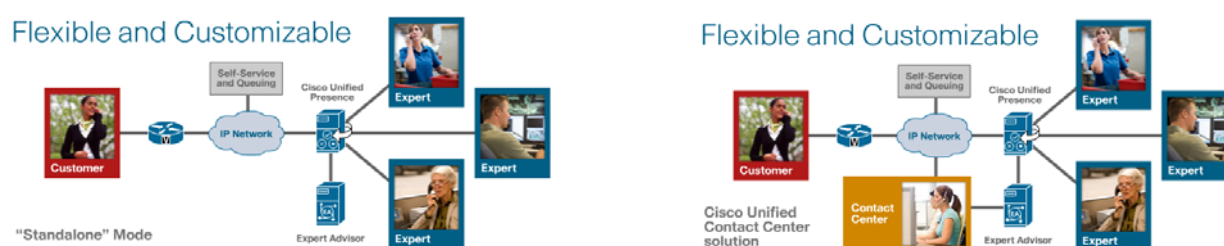
Le centre de contacts est par nature focalisé sur un objectif métier important, gérer les interactions clients de manière efficace, en orchestrant les personnes, les processus et les technologies pour travailler ensemble en vue d'atteindre cet objectif. Le centre de contacts est un parfait exemple d'UCs pour optimiser les processus métier. En étendant les UCs au centre de contacts, votre entreprise peut s'appuyer pleinement sur les solutions de routage intelligent, de traitement des interactions voix, de supervision opérationnelle et analytique et d'optimisation déjà mise en œuvre dans le centre de contacts. Ces solutions peuvent être étendues à toutes les ressources de l'entreprise étant en prise directe avec vos clients afin de réduire le cycle de résolution d'un cas, répondre rapidement à une requête client et faire plus de ventes additionnelles de produits et de services.

Cependant les UCs ne résoudront pas les « conflits » pouvant résulter entre les experts et les agents. Les entreprises devront se pencher sur la perte potentielle en productivité vécu par les experts qui

devront répondre aléatoirement dans le temps à des requêtes en provenance du centre de contacts, aussi bien qu'au coût de ces experts. Cela devra être accompagné de règles claires établissant les responsabilités des uns et des autres, sur comment les experts peuvent être sollicités et sur comment ils peuvent interagir avec les clients.

Cisco Unified Expert Advisor

Cisco Unified Expert Advisor est la proposition de valeur de Cisco afin de lier les UCs et le centre de contacts sur la base du concept de présence. Cisco Unified Expert Advisor permet aux employés de votre entreprise de devenir un des maillons de votre gestion de la relation client. Il n'est pas nécessaire de déployer sur l'environnement de travail de vos employés, les mêmes outils et les mêmes processus que ceux régissant les centres de contacts. Vous pouvez déployer Cisco Unified Expert Advisor comme une fonction additionnelle aux solutions Cisco Unified Contact Center ou comme une fonction autonome sans avoir la nécessité d'impliquer des agents du centre de contacts dans la cinématique de traitement des appels.



Cette solution est flexible et personnalisable, permettant à votre entreprise de mettre en œuvre l'architecture la plus appropriée et la logique de traitement des appels répondant aux attentes de vos clients. Ci-dessous quelques exemples de logique d'appels pouvant être déployés avec Cisco Unified Expert Advisor :

- L'interaction voix est initiée depuis le centre de contacts à destination d'un expert en fonction de la compétence recherchée. Ceci correspond aux phases de transfert ou de conférence.
- L'interaction voix est directement routée vers un expert depuis le portail vocal ou une file d'attente.
- L'expert est sollicité via une demande sous forme d'un message instantané avec les informations de contexte tout en maintenant l'appel en file d'attente.
- La solution est utilisée pour permettre une meilleure communication entre un agent et un expert.

Cisco Unified Expert Advisor utilise pleinement le concept de présence afin d'identifier la disponibilité ou non des experts en un lieu donné, à un temps spécifié et sur un point de terminaison ou un média particulier caractérisant ses préférences. Cette information de présence peut être combinée et croisée avec la dimension métier de l'expert qui caractérise sa compétence, sa spécialisation et ses connaissances dans un domaine spécifique. Cela signifie que Cisco Unified Expert Advisor est en mesure de suivre une expertise, une compétence au sens présence du terme et pas uniquement un individu.

Cisco Unified Expert Advisor s'appuie à ce jour sur Cisco Unified Personal Communicator qui est le client de présence de la solution. Il permet aux experts de publier leur état de disponibilité (disponible, occupé, en réunion, absent, etc.). Il est par ailleurs, le client de messagerie instantanée à travers lequel la solution interagit avec l'expert afin d'offrir des interactions voix et vidéo, tout en transmettant à l'expert les informations de contexte associées à l'interaction client. La figure ci-dessous représente une vue de Cisco Unified Personal Communicator à travers lequel une demande de support en provenance d'un agent du centre de contacts est effectuée avec la transmission des

informations de contexte.



Dans l'exemple ci-dessus, une URL est transmise dans le corps du message instantané échangé. L'URL permet à l'expert par un clic de souris de visualiser la fiche du client, via son outil de CRM par exemple. Elle est automatiquement alimentée et formatée par Cisco Unified Expert Advisor.

Les experts établissent leur présence et leur disponibilité pour répondre à un contact via l'état (disponible ou absent) de leur client de messagerie instantanée (IM), Cisco Unified Personal Communicator. Ce client IM sert aussi à interagir avec les agents du centre de contacts et Cisco Unified Expert Advisor. Par exemple, un client demande à être mis en relation avec un de vos experts. Cisco Unified Expert Advisor envoie à un ou plusieurs experts, suivant les paramètres de la file d'attente, une notification de type « Etes-vous disponible pour répondre à ce client ». Une fois qu'un des experts a confirmé sa disponibilité et son acceptation, l'appel lui est transféré ou une conférence est établie entre l'agent, l'expert et le client. Les messages de dialogue entre Cisco Unified Expert Advisor et les différentes parties peuvent être définis dans une bibliothèque afin d'homogénéiser et automatiser les phases de dialogue et d'échange des données de contexte en amont de la mise en relation avec les clients.

L'intégration des UCs dans le centre de contacts améliore grandement la communication interne et externe en armant vos employés avec le meilleur des technologies de communication et apportant de la valeur ajoutée à vos processus métier. En intégrant les applications de communications unifiées comme la présence, la collaboration et les outils de conférence au centre de contacts, les agents ne sont pas seulement à même d'accéder facilement et régulièrement aux experts à travers l'entreprise étendue, ils peuvent utiliser de multiples canaux et outils de communication (voix, vidéo, mobilité et messagerie instantanée) afin d'améliorer les processus métier. Les agents sont à même de joindre l'expert le plus compétent, rapidement et facilement. Les clients obtiennent leurs réponses dans un temps bref. Cisco Unified Expert Advisor apporte :

- Réduction du temps de traitement d'un appel,
- Amélioration de la résolution dès le premier appel,
- Des clients satisfaits,
- Amélioration de la productivité des employés,
- Réduction du coût par appel.

Conclusion

Le centre de contacts peut être le parfait point de départ pour déployer les UCs dans une entreprise, et son utilisation devrait bénéficier dans cette quête à l'amélioration de la satisfaction client et à créer une plus grande « intimité ». Il y a plusieurs raisons pour lesquelles les UCs devraient avoir un avenir brillant dans les centres de contacts. Comme la démarche visant à mettre le client au centre de l'entreprise et à résoudre sa problématique dès son premier appel devient de plus en plus critique, la messagerie instantanée et les UCs améliorent l'accès à la bonne information et à la ressource la plus compétente, indépendamment quelle soit en interne ou en externe. Cette connivence entre les UCs et le centre de contacts demande un changement de paradigme dans la façon de communiquer en interne comme en externe.

Sur la base de Cisco Unified Expert Advisor, votre entreprise est en mesure de fédérer l'ensemble des acteurs en contact avec vos clients afin d'offrir une relation de bout en bout sans discontinuité de services s'affranchissant des silos organisationnels et opérationnels. Ainsi l'agent du centre de contacts a une vue compréhensible sur la disponibilité et le statut des experts répartis physiquement dans votre entreprise. De même les informations détaillées relatives à l'interaction client peuvent être partagées avec l'expert via son application de messagerie instantanée.

Les outils évoluent et sont là ; il est maintenant temps de laisser place à votre imagination pour identifier comment ils peuvent être déployés au mieux dans une perspective d'une relation client sans couture et de bout en bout.

Pour aller plus loin

Cisco Unified Expert Advisor

<http://www.cisco.com/en/US/products/ps9675/index.html>



Contactez-nous :
www.cisco.fr
0800 907 375

Siège social Mondial
Cisco Systems, Inc.
170 West Tasman Drive
San Jose, CA 95134-1706
Etats-Unis
www.cisco.com
Tél. : 408 526-4000
800 553 NETS (6387)
Fax : 408 526-4100

Siège social France
Cisco Systems France
11 rue Camille Desmoulins
92782 Issy Les Moulineaux
Cedex 9
France
www.cisco.fr
Tél. : 33 1 58 04 6000
Fax : 33 1 58 04 6100

Siège social Amérique
Cisco Systems, Inc.
170 West Tasman Drive
San Jose, CA 95134-1706
Etats-Unis
www.cisco.com
Tél. : 408 526-7660
Fax : 408 527-0883

Siège social Asie Pacifique
Cisco Systems, Inc.
Capital Tower
168 Robinson Road
#22-01 to #29-01
Singapour 068912
www.cisco.com
Tél. : +65 317 7777
Fax : +65 317 7799

Cisco Systems possède plus de 200 bureaux dans les pays et les régions suivantes. Vous trouverez les adresses, les numéros de téléphone et de télécopie à l'adresse suivante :

www.cisco.com/go/offices

Afrique du Sud • Allemagne • Arabie saoudite • Argentine • Australie • Autriche • Belgique • Brésil • Bulgarie • Canada • Chili • Colombie • Corée Costa Rica • Croatie • Danemark • Dubaï, Emirats arabes unis • Ecosse • Espagne • Etats-Unis • Finlande • France Grèce • Hong Kong SAR Hongrie • Inde • Indonésie • Irlande • Israël • Italie • Japon • Luxembourg • Malaisie • Mexique • Nouvelle Zélande • Norvège • Pays-Bas • Pérou Philippines • Pologne • Portugal • Porto Rico • République tchèque • Roumanie • Royaume-Uni • République populaire de Chine • Russie Singapour • Slovaquie • Slovénie • Suède • Suisse • Taiwan • Thaïlande • Turquie • Ukraine • Venezuela • Vietnam • Zimbabwe



Copyright © 2008 Cisco Systems, Inc. Tous droits réservés. CCSP, CCVP, le logo Cisco Square Bridge, Follow Me Browsing et StackWise sont des marques de Cisco Systems, Inc. ; Changing the Way We Work, Live, Play, and Learn, et iQuick Study sont des marques de service de Cisco Systems, Inc. ; et Access Registrar, Aironet, ASIST, BPX, Catalyst, CCDA, CCDP, CCIE, CCIP, CCNA, CCNP, Cisco, le logo Cisco Certified Internetwork Expert, Cisco IOS, Cisco Press, Cisco Systems, Cisco Systems Capital, le logo Cisco Systems, Cisco Unity, Empowering the Internet Generation, Enterprise/Solver, EtherChannel, EtherFast, EtherSwitch, Fast Step, FormShare, GigaDrive, GigaStack, HomeLink, Internet Quotient, IOS, IP/TV, iQ Expertise, le logo iQ, iQ Net Readiness Scorecard, LightStream, Linksys, MeetingPlace, MGX, le logo Networkers, Networking Academy, Network Registrar, Packet, PIX, Post-Routing, Pre-Routing, ProConnect, RateMUX, ScriptShare, SlideCast, SMARTnet, StrataView Plus, TeleRouter, The Fastest Way to Increase Your Internet Quotient et TransPath sont des marques déposées de Cisco Systems, Inc. et/ou de ses filiales aux États-Unis et dans d'autres pays. Toutes les autres marques mentionnées dans ce document ou sur le site Web appartiennent à leurs propriétaires respectifs. L'emploi du mot partenaire n'implique pas nécessairement une relation de partenariat entre Cisco et une autre société. (0502R) 205534.E_ETMG_JD_12/08