



dossier de presse

Orange Business Services



mobilité, internet, réseaux sociaux :
la relation client transformée

septembre 2011

contacts presse :

Hélène DOS SANTOS
01 44 37 65 56
helene.dossantos@orange.com

Floriane Geroudet
01 56 03 14 79
fgeroudet@i-e.fr



table des matières

un marché de la Relation Client en pleine évolution

des consommateurs d'un nouveau genre

des entreprises qui doivent adapter leur relation client face à ces évolutions

Orange Business Services : un positionnement unique sur le marché

aider les entreprises à gérer ces nouveaux modes relationnels

des solutions adaptées aux besoins de toutes les entreprises

une expertise unique de la relation client

une gamme de solutions pour répondre aux nouveaux enjeux de la Relation Client

de nouvelles solutions pour réinventer la relation client

annexes – la gamme complète des solutions orange business services pour la relation client

les solutions de joignabilité

les solutions de gestion de contact multicanal

les solutions de diffusion

les solutions API

les solutions d'accueil physique

le consulting : réussir la mise en œuvre d'un projet de relation client



un marché de la relation client en pleine évolution

relation client : la nouvelle donne

Depuis l'époque où l'achat d'un produit se faisait uniquement en boutique avec l'aide d'un vendeur, les habitudes des consommateurs ont bien changé. Les années 2000 marquées par l'évolution des technologies de communication et avant tout l'arrivée d'Internet révolutionnent les modes d'achat et la relation clients/entreprises. Les consommateurs sont désormais plus mobiles, plus connectés et plus participatifs, plus rapidement informés ; ils s'attendent à ce que les entreprises s'adaptent à leurs exigences.

des consommateurs d'un nouveau genre

plus exigeants

Habitués à trouver l'information qu'ils recherchent sur Internet, les consommateurs ne laissent aucune marge d'erreur aux entreprises : ils ne tolèrent plus d'attendre la réponse ou le service qu'ils souhaitent. En février 2011, une étude menée par la société de conseil Nextstage, en partenariat avec l'AFRC et Orange Business Services, faisait le point sur les nouvelles attentes des consommateurs. Certes, les consommateurs placent encore la compétence (66 %), en tête de leurs revendications, mais tout de suite après, viennent des attentes sur l'efficacité (63 %)¹ et des exigences de type relationnel telles que l'attitude « bienveillante » de leurs conseillers (44 %), leur disponibilité (44 %) ou encore le fait d'avoir une relation facile avec ces derniers (39 %). La compétence des vendeurs ou des conseillers ne suffit plus.

plus connectés et plus participatifs

L'explosion d'Internet a radicalement transformé la Relation Client traditionnelle. En mars 2011, on compte en France pas moins de **21,8 millions d'abonnés à l'Internet haut débit**². L'avènement des réseaux sociaux et des forums de discussions offre aux consommateurs la possibilité de se renseigner sur les produits et de les comparer en quelques secondes. Selon le Baromètre Fevad-Médiamétrie//NetRatings publié en juin 2010 sur les comportements d'achat sur Internet, **deux internautes sur trois donnent leur avis en ligne** sur les produits et services qu'ils consomment.

plus mobiles

Parallèlement à cela, l'Internet mobile, soutenu par le développement des smartphones, prend également de l'ampleur. Sur le seul mois de mars 2011, pas moins de **16,1 millions de personnes se sont connectées à l'Internet mobile**³, soit 27 % de plus que l'année précédente. Ce sont désormais 37 % des utilisateurs de téléphone mobile qui se connectent à des sites, portails ou applications mobiles. Cette pratique est en partie portée par la poursuite de l'augmentation du nombre de smartphones : près d'1 utilisateur de téléphone mobile sur 3 (31,4%) en possède un, soit 3 fois plus qu'il y a 2 ans.

¹ Source : Etude Nextstage commanditée par Orange Business Services et l'Association Française de la Relation Client, mai 2011

² Source : ARCEP

³ Source : Médiamétrie, mai 2011

plus « multicanal »

Plus mobiles et de plus en plus habiles avec les nouvelles technologies, les consommateurs jonglent aujourd’hui sans difficulté entre les multiples canaux de communication à leur disposition. En moyenne, ils ont eu recours à plus de 3 canaux différents durant l’année 2010⁴. Si les principaux canaux du service client demeurent le téléphone pour la première prise de contact (41 %), le face à face pour l’acte d’achat (42 %) et le téléphone de nouveau pour le support et les réclamations (57 %)⁵, le SMS et le canal web sont des canaux en forte progression :

- la confirmation par SMS de l’arrivée d’une commande, ou une alerte sur une promotion entrent dans les mœurs et apportent un vrai service.
- le canal Web est devenu le média incontournable pour démarrer son parcours client puisque parmi les internautes français, 81% préparent leurs achats sur la toile⁶ ; l’utilisation de l’email est quant à elle de l’ordre de 17 % pour les réclamations⁷.

C’est toutefois toujours le contact direct avec un conseiller qui apporte le plus de confiance (67 %), devant le contact téléphonique (25 %), l’email (31 %) et le courrier (16 %).⁸

des entreprises qui doivent adapter leur relation client face à ces évolutions

Pour faire face à ces évolutions, les entreprises doivent s’adapter, à la fois dans leur manière d’envisager stratégiquement la Relation Client mais également du point de vue de leur organisation.

de la « multicanalité » à l’ « intercanalité »

La clé du service client réussi résidera dans la capacité de l’entreprise à fournir aux consommateurs un parcours multicanal fluide intégrant ses nouvelles exigences. Aujourd’hui, il reste des progrès importants à faire dans ce domaine. Selon le cabinet d’études Markess, en 2010, **plus de 60 % des dirigeants affirment que les différents canaux de contact clients utilisés sont faiblement intégrés** entre eux⁹.

A côté de ces adaptations, l’entreprise doit également repenser les différentes étapes du parcours client afin de répondre à chaque type de besoin. Il existe 4 grandes phases dans la conception du parcours client¹⁰ :

- la modélisation
- sa mise en œuvre opérationnelle
- l’évolution ou la création de processus métiers associés
- l’évolution ou la construction des modes opératoires adaptés

⁴ Source : *Observatoire des services clients 2010 – Observatoire des Services Clients Viseo Conseil – BVA – 2^{ème} édition*

⁵ Source : Etude MARKESS International *Enjeux autour des données dans la Relation Client cross-canal*, novembre 2010

⁶ Source : Baromètre annuel Fevad / Médiamétrie / NetRatings, juin 2010

⁷ Source : *Observatoire des services clients 2010 – Observatoire des Services Clients Viseo Conseil – BVA – 2^{ème} édition*

⁸ Source : ARFC, *Nouveaux comportements et nouvelles attentes des consommateurs en matière de Relation Client*, 2010

⁹ Source : Etude MARKESS International *Enjeux autour des données dans la Relation Client cross-canal*, novembre 2010 – 128 décideurs interrogés dont 15 ne pouvant pas se prononcer sur la question

¹⁰ Livre Blanc *Parcours Client : la nécessité d’une stratégie multicanal sans rupture*, Orange Business Services, septembre 2011

Stade de France : comment offrir le maximum de valeur au client ?

Afin d'offrir aux clients du stade, une expérience qui se veut interactive et participative à l'approche de l'Euro 2016, le Stade de France a choisi les solutions d'Orange Business Services. Si le Stade de France souhaitait dans un premier temps renforcer la sécurité de son site, la dimension « parcours client » d'un nouveau genre s'est imposée rapidement au sein du projet.

Grâce aux solutions choisies, l'expérience du spectateur commencera dès la phase d'achat du billet avec un système de billetterie totalement dématérialisée accessible depuis le site www.stadedefrance.fr. Depuis le lancement du service, plus de 140 000 billets ont déjà été vendus de cette manière. Sur un support unique tel que son smartphone, le spectateur pourra non seulement réserver ses places mais également commander différents biens (comme acheter des sandwichs sur place par exemple), de même que faciliter son accès au stade (ticket digital). A terme, le Stade de France souhaite proposer à sa clientèle un véritable voyage interactif allant de l'achat du billet au retour à domicile après les manifestations sportives.

Dans la même optique, le Stade de France a souhaité créer une relation plus personnalisée avec ses spectateurs en donnant la possibilité aux Comités d'Entreprises de distribuer eux-mêmes leurs billets et de les rendre nominatifs. Pour soutenir ce nouveau développement et favoriser les échanges, une Foire Aux Questions dynamique a été mise en place de même que différents espaces d'expression sur le site Internet.



retrouvez ce
témoignage en
vidéo sur votre
mobile

l'adaptation de l'organisation

L'exigence d'un service simplifié et de qualité implique des changements organisationnels pour l'entreprise : processus, coordination entre les différents départements, interopérabilité des solutions technologiques choisies, cette dernière doit pouvoir allier souplesse et agilité.

De plus, les entreprises doivent faire face à la montée en puissance du social CRM. C'est ainsi que de nouveaux profils de collaborateurs tels que les « **Community Managers** » apparaissent. Au cœur de la gestion de la relation client de nouvelle génération, ils sont responsables du relationnel en ligne, sur des réseaux tels que Facebook et Twitter notamment.



Les évolutions du marché de la Relation Client, sous l'influence forte du mobile, d'Internet et des réseaux sociaux, offrent aujourd'hui aux entreprises la possibilité de développer des services innovants, au plus près des nouvelles attentes des consommateurs. En repensant leurs modèles économiques et leurs parcours client dans leurs globalités, les entreprises font de la gestion de la relation client une opportunité au cœur de leur stratégie.

Orange Business Services : un positionnement unique sur le marché

aider les entreprises à gérer ces nouveaux modes relationnels

un opérateur de services de relation client 360°

Quel que soit leur environnement informatique et les problématiques métiers des entreprises, Orange Business Services s'attache à optimiser chaque interaction entre le consommateur et la marque, et à garantir une fluidité entre les différents canaux de communication investis par les consommateurs.

En tant qu'opérateur et intégrateur, Orange Business Services fournit aux entreprises des solutions et des services à 360°, leur permettant de **gérer toutes les étapes du parcours client** : avant, pendant et après l'achat. De même, la globalité des offres proposées permet de couvrir les besoins des consommateurs peu importe le lieu dans lequel ils se trouvent (à la maison, en mobilité, sur un point de vente) ou l'outil qu'ils choisissent d'utiliser (téléphone, ordinateur, smartphone, tablette numérique).



une vision 360°
du parcours
client

un accompagnement de bout-en-bout

Pour chaque projet, Orange Business Services accompagne les entreprises à toutes les étapes de leurs projets, de la conception à la mise en œuvre, jusqu'à l'exploitation et la maintenance. Les entreprises disposent à la fois d'un **interlocuteur unique**, dédié à leur projet, mais également de prestations de services packagées ou à la carte, ponctuelles ou permanentes, pour un **accompagnement personnalisé** (conseil, gestion de projets, gestion de services, conduite du changement, formation, SAV).

En s'appuyant sur les méthodes Agiles, Orange Business Services se propose d'instaurer un véritable contrat de confiance avec les entreprises, ainsi qu'une flexibilité maximale dans les méthodes de travail, pour fournir au final une solution prenant en compte les besoins réels des utilisateurs.

des solutions adaptées aux besoins de toutes les entreprises

La variété des solutions développées par Orange Business Services permet de répondre aux objectifs et à la culture propres à chaque organisation, quelle que soit sa taille.

- plus adaptées aux TPE et PME, les **solutions SaaS** (Software as a Service) leur ouvre l'accès à des services auparavant réservés aux entreprises de plus grande envergure. Ne nécessitant pas d'investissement en amont, ces solutions **en mode « cloud »** s'intègrent sans difficulté au Système d'Information existant et sont évolutives. Elles permettent d'externaliser la compétence informatique tout en maintenant un niveau de qualité de service et de sécurité élevés.
- les **solutions intégrées** répondent quant à elles aux besoins des entreprises souhaitant opérer elles-mêmes la totalité des processus afin d'en garder un contrôle maximal.



une expertise unique de la relation client

plus de 25 d'expérience sur le marché de la Relation Client

Orange Business Services dispose d'une solide expérience métier et s'appuie sur un savoir faire de **plus de 25 ans** dans la Gestion de la Relation Client :

- lancement dès 1984 des premières offres de Numéros Accueil¹¹
- plus de 23 000 entreprises équipées au moins d'une solution de relation client
- un parc de plus de 70 000 positions de centres de contacts dont 10 000 à l'international
- plus de 3500 entreprises utilisant une solution cloud de relation client

La gestion de la relation client est aujourd'hui l'un des leviers de croissance prioritaires défini par Orange Business Services dans le cadre de son plan « Conquêtes 2015 ».

le retour d'expérience du groupe France Télécom Orange : 1^{er} acteur de la relation client en France

Le groupe France Télécom Orange, ce sont plus de 200 millions de clients à travers le monde, avec un objectif de 300 millions à l'horizon 2015. Avec plus de 30 000 conseillers, répartis dans près de 800 centres de contacts et 1000 boutiques, France Télécom Orange est le 1er acteur de la relation client en France. Un retour d'expérience unique qu'Orange Business Services peut faire bénéficier à ses clients entreprises.

Pour sa propre relation client, France Télécom Orange a su rompre avec une approche orientée produit pour se concentrer sur les besoins spécifiques de ses clients :

- via un site Internet unique, sur lequel l'internaute peut accéder à l'ensemble de son espace client et où il peut également entrer en contact direct avec un conseiller par téléphone ou chat
- par une réorganisation des centres d'appel afin de traiter le plus rapidement les demandes (interlocuteurs et niveaux d'appel différents en fonction de la complexité de la demande client)
- pour capitaliser sur les modes d'échange mis en avant sur les réseaux sociaux, en mettant en place une plateforme d'entraide sur laquelle les clients Orange peuvent directement échanger avec les conseillers

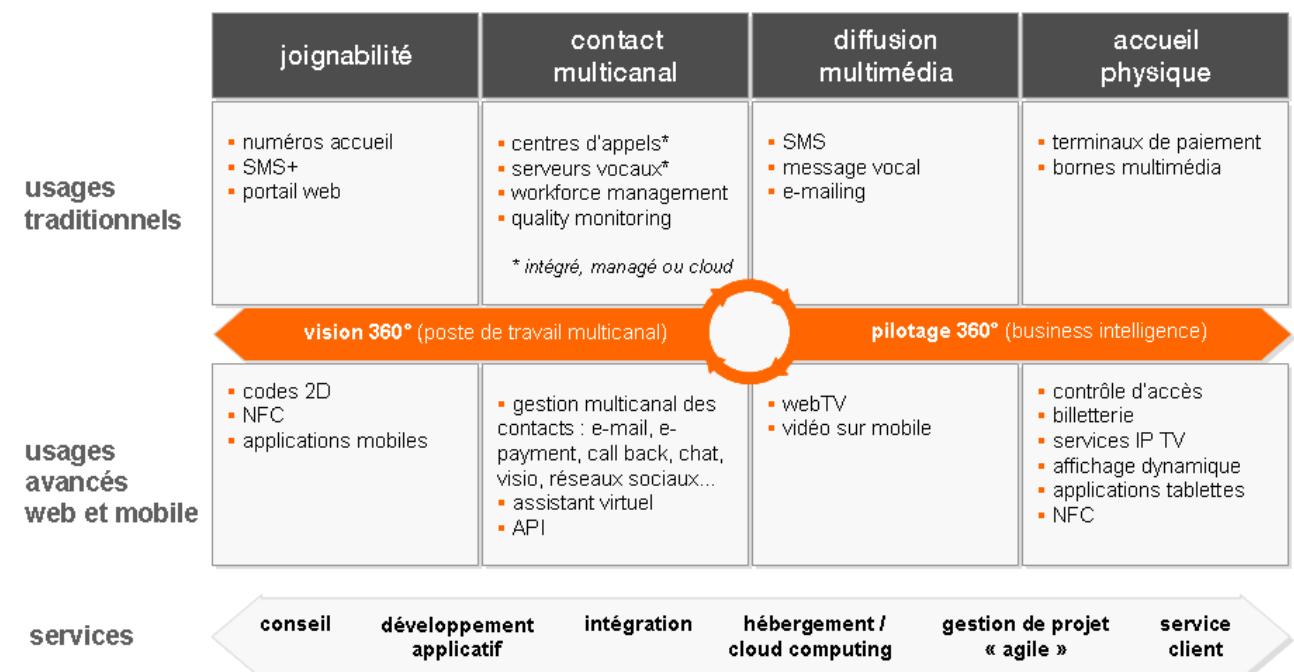
¹¹ Voir présentation détaillée en page 12

une gamme de solutions pour répondre aux nouveaux enjeux de la relation client

Les solutions développées par Orange Business Services permettent aux entreprises de s'adapter au mieux aux nouveaux impératifs de la Relation Client. Le portefeuille d'offres complet inclut des solutions¹² :

- **de joignabilité** : une large palette de numéros d'accueil, des solutions intégrant les technologies dites sans contact (par exemple, le Flashcode et NFC, *Near Field Communications*), des applications mobiles
- **de gestion de contacts multicanal** : les serveurs vocaux interactifs, les centres de contacts multicanal incluant à la fois téléphone, mail, chat ou encore visioconférence
- **de diffusion ciblée d'informations** : envoi de SMS ou de messages multimédia, diffusion de vidéos, WebTV
- intégrées aux **points physiques de vente**: applications sur tablettes, affichage dynamique en magasin

Orange Business Services propose aussi des services de conseil et d'accompagnement pour la mise en œuvre des projets les plus critiques au sein des entreprises.



¹² Le portefeuille d'offres développé par Orange Business est détaillé au sein des Annexes, p.12

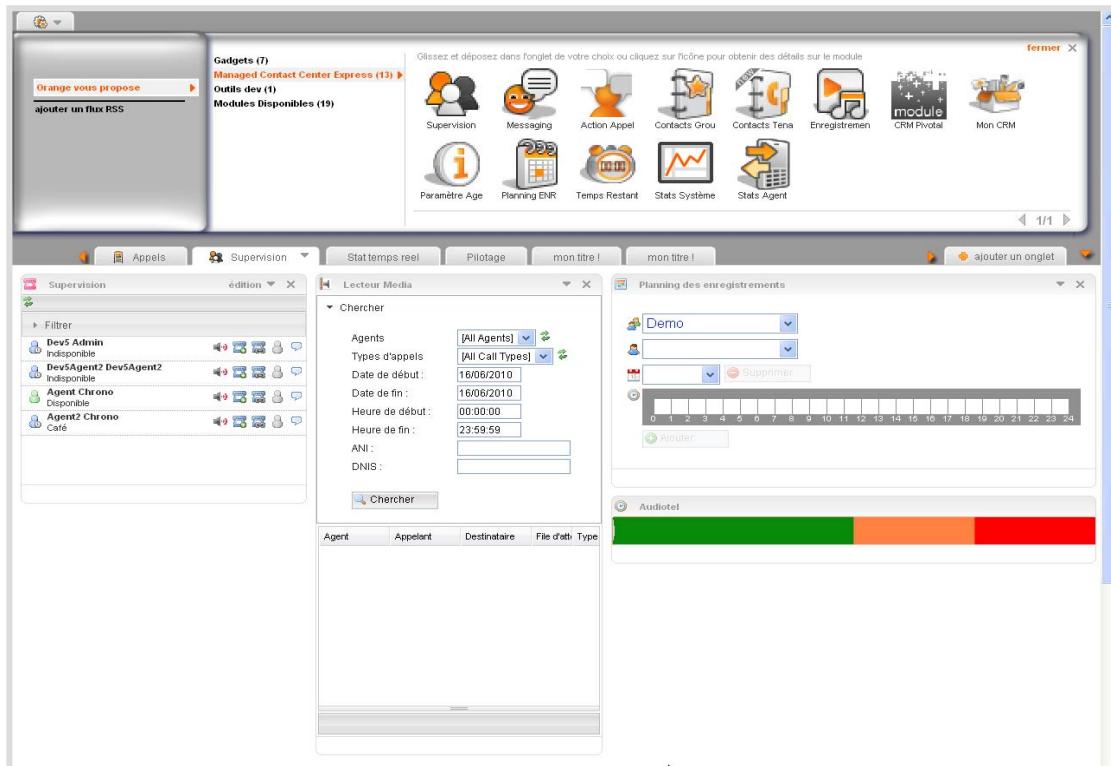


deux nouvelles solutions pour réinventer la relation client

Managed Contact Center : le poste de travail téléconseiller de nouvelle génération

Avec l'évolution web 2.0 de sa solution Managed Contact Center – Express, Orange Business Services propose aux PME un centre de contacts multicanal en mode cloud totalement personnalisable, accessible à partir de 5 positions.

- **une solution ergonomique et modulaire** : grâce à sa bibliothèque de widgets intégrée, les entreprises peuvent facilement personnaliser les postes de travail de leurs agents à la demande, en ajoutant ou supprimant des fonctionnalités par simple « drag and drop »
- **une intégration simplifiée aux applications métiers de l'entreprise** : le couplage au CRM ou à toute autre application métier de l'entreprise s'effectue en quelques clics, sans compétence informatique particulière. Les prestations d'intégration, souvent longues et coûteuses, ne sont plus indispensables.
- **une approche multifonctionnelle et collaborative** : les nombreuses fonctions intégrées (gestionnaire d'appel, orientation intelligente des appels vers les agents selon leur compétence et/ou leur disponibilité statistiques, indicateur de durée d'appel...) et la capacité de la solution à intégrer n'importe quelle application ou site web comme une fonctionnalité à part entière (chat, visio, diffusion SMS, moteur de recherche, etc) sont telles que les postes de travail garantissent aux téléconseillers une vision 360° des interactions clients. La possibilité de chat interne (entre agents ou avec le superviseur) rend la solution collaborative et simplifie l'activité des téléconseillers.





Contact + : la 1ère solution d'assistance client multimédia facturée au temps passé

Aujourd'hui, seul le relationnel client par téléphone offre aux entreprises un modèle économique leur permettant de financer le service client et d'en assurer durablement la qualité. Avec Contact +, les entreprises vont pour la première fois pouvoir proposer à leurs clients des services d'assistance multimédia, utilisant le téléphone mais aussi le chat, ou la visioconférence avec un système de tarification au temps passé.

Une fois l'assistance déclenchée par le client sur un site web, une fenêtre s'affichera sur l'écran de son ordinateur, au sein de laquelle il pourra accéder aux différents services interactifs et supports proposés par l'entreprise (images, vidéos, documents...). Le client aura la possibilité d'interrompre le service à tout moment. Le montant payé correspondra au temps d'utilisation du service et sera reporté sur la facture de son Fournisseur d'Accès Internet (réservé dans un premier temps aux seuls clients Internet d'Orange). Le prix total du service ne pourra pas dépasser un montant plafond, dont le client aura été informé au préalable.

Pour une plus grande transparence, Contact + intégrera un système de notation qui permettra à chaque utilisateur d'évaluer la qualité et la pertinence de l'assistance fournie. Une fonction qui rendra tout un chacun acteur du service et permettra d'en éviter toute utilisation non pertinente.



annexe :

la gamme complète des solutions
Orange Business Services pour la
relation client

les solutions de joignabilité

les numéros de la relation client

	tarif pour le consommateur	prix du service
 N°Vert	gratuit depuis un poste fixe ou gratuit depuis un fixe et un mobile	payé par l'entreprise
 N°Azur	0,078 € TTC par appel + 0,028 € / mn en heures pleines depuis un poste fixe 0,014€ / mn en heures creuses	partiellement payé par l'entreprise
 N°Indigo	de 0,09 € à 0,15 € TTC / mn depuis un poste fixe	payé par l'appelant
 N°Cristal	non surtaxé prix défini selon opérateur	payé par l'entreprise
 N°Audiotel	Formule «à la durée» 0,11 € à 0,337 € TTC / mn depuis un poste fixe Formule «au forfait» 0,562 € TTC par appel depuis un poste fixe Formule «mixte» 1,349 € TTC par appel + 0,337 € / mn depuis un poste fixe	payé par l'appelant, avec rémunération pour l'entreprise
Accueil sur Numéro Géographique	non surtaxé prix défini selon opérateur	payé par l'entreprise

quel numéro pour quel usage ?

Orange Business Services propose quatre types de Numéros d'Accueil®, permettant à l'entreprise de déterminer ses zones d'émissions d'appels, en fonction de son organisation commerciale et d'analyser son activité en temps réel pour mieux l'ajuster :

le **Numéro Vert®**, permet de véhiculer une image positive de l'entreprise

le **Numéro Azur®**, accessible aux prix d'une communication locale, permet de donner une image de proximité



le **Numéro Indigo®** permet de donner accès à des prestations à forte valeur ajoutée

les **Numéros Magiques®** permettent à l'entreprise de mettre en valeur la marque ou le nom d'un service proposé. Les clients ou prospects joignent directement l'entreprise via un numéro à quatre chiffres, facilement mémorisable, puis tapent ou prononcent le nom de l'entreprise ou du service recherché

le **N° Audiotel®** est une offre d'accès vocal qui permet à des entreprises à vocation commerciale d'offrir un contenu vocal à valeur ajoutée à leurs clients, en bénéficiant d'un versement sur les prix spéciaux des communications recouvrés par Orange Business Services auprès des utilisateurs

le **Numéro Cristal** est le dernier-né des numéros de la relation client. Il permet de concilier à la fois les dispositions de la loi Chatel et de la Loi de Modernisation de l'Economie tout en conservant les avantages d'un numéro non géographique. Il s'agit d'un numéro de communication interpersonnelle, non surtaxé, dont le prix d'appel est fixé par l'opérateur de l'appelant :

- depuis un fixe, il est proche du prix d'une communication locale ;
- depuis un mobile, c'est le prix d'un numéro géographique classique, inclus dans le forfait, ou sans surcoût s'il est hors forfait ;
- depuis une box, il est généralement inclus dans le forfait illimité d'appels.

Système U : mise en place un Numéro Cristal

Système U a choisi le Numéro Cristal pour son service de consommateurs. Le regroupement de commerçants indépendants (Hyper U, Super U, Marché U et U Express) avec 900 points de vente en France a mis en place en 2009 un nouveau numéro de service client, en application de la loi de modernisation de l'économie (LME).

Avec ce numéro non surtaxé, Système U constate d'ores et déjà un renforcement de la relation de confiance avec ses clients et enregistre une hausse significative du nombre d'appels. De plus, le service est utilisé par les clients bien au-delà de simples réclamations ; il est devenu un vecteur privilégié d'échange et d'information entre l'enseigne et ses clients.

A l'international, Orange Business Services commercialise l'offre **Contact Center Access**, qui propose aux entreprises différents numéros d'appels pour leurs clients à l'étranger. Disponible dans 110 pays, cette solution permet aux entreprises de choisir un service d'accueil téléphonique adapté à leurs besoins (Numéro Vert, à coûts partagés, payant...) et de fournir ainsi à leurs clients un service personnalisé de qualité, quelle que soit leur situation géographique.



Le « sans contact » avec les solutions NFC et Flashcode

Le tag **NFC** (Near Field Communication) est une technologie sans fil sous la forme d'une puce permettant d'échanger des informations entre plusieurs terminaux. Avec l'accord des utilisateurs, les informations contenues sur la puce peuvent par exemple être lues par un téléphone mobile. Les usages du NFC sont multiples :

- dans la distribution : paiement de proximité, crédit de cartes de fidélité et de membres, téléchargement de coupons de réductions ;
- dans les transports en commun : passage aux portiques, paiement des titres, informations ;
- dans les lieux publics : cinéma, parc de loisirs, stades, accès infrastructures locales ;
- en publicité : panneaux publicitaires,...

Premier code barre intelligent en deux dimensions (2D), le **flashcode** offre quant à lui la possibilité d'accéder rapidement et en toute simplicité à des contenus multimédias via un téléphone mobile. Son principe de fonctionnement très simple :

- l'utilisateur vise le code 2D avec la focale de l'appareil photo de son téléphone mobile
- le téléphone scanne automatiquement et décode le code barre 2D grâce au lecteur flashcode installé sur le terminal
- l'utilisateur accède aussitôt aux contenus sélectionnés pour lui

Simple à déployer, la technologie Flashcode ne nécessite la mise en place d'aucune infrastructure complémentaire. Les codes barres peuvent être apposés et activés sur n'importe quel support : affiches, prospectus, écrans...

Mobile Web Edition : une solution simple et innovante pour créer un site mobile et les flaschodes associés

Mobile Web Edition est une solution « tout en un », comprenant la création du flashcode ainsi que la conception et l'hébergement des sites mobiles des entreprises. Ces dernières génèrent elles-mêmes, via une interface, leurs flashcodes et les pages internet ou sites auxquels ils sont associés. Elles peuvent ainsi mettre en place, sans aucune compétence technique, un site mobile comprenant tous les standards de la communication mobile comme les flux RSS, la vidéo ou encore la photo.

Groupe La Montagne – Centre France une offre éditoriale et publicitaire élargie grâce à l'Internet mobile

Le groupe Centre-France, acteur majeur de la presse régionale (sept titres de presse quotidienne, sept de presse hebdomadaire ainsi que 1 300 000 lecteurs), a choisi Mobile Web Edition afin d'élargir son offre éditoriale et publicitaire.

« Nous voulions tester une solution d'Internet mobile. Orange Business Services a su nous proposer un dispositif d'une simplicité étonnante, tout en se positionnant comme un véritable partenaire, capable de coller au plus près de nos besoins », déclare François-Xavier Bijon, responsable Internet du groupe La Montagne Centre-France.

L'usage de la solution est double : interne, pour les journalistes qui souhaitent par exemple compléter leurs articles de photos en les ajoutant directement sur un minisite ; externe, pour les lecteurs qui peuvent facilement accéder à ces contenus multimédias grâce au flashcode imprimé sur la version papier du journal. Côté publicité, les entreprises peuvent également enrichir leurs annonces de vidéos par exemple.



hébergement et création de sites web

Orange Business Services propose la création de sites e-commerce, sur l'Internet fixe ou mobile et dans plusieurs langues. La prestation peut être globale, comprenant le conseil, la création, l'hébergement et l'exploitation du site. La création du site est réalisée avec des partenaires sélectionnés par Orange Business Services qui accompagnent l'entreprise notamment en termes de design, d'ergonomie et de référencement. Orange Business Services se charge du développement, de l'intégration, de l'hébergement et même de l'exploitation du site Web si l'entreprise le souhaite. En fonction de la taille du site et du niveau de disponibilité, il sera hébergé sur un data center d'Orange Business Services, à usage exclusif, hautement sécurisé, disponible à 99,9 % et supervisé 7j/7 et 24h/24.

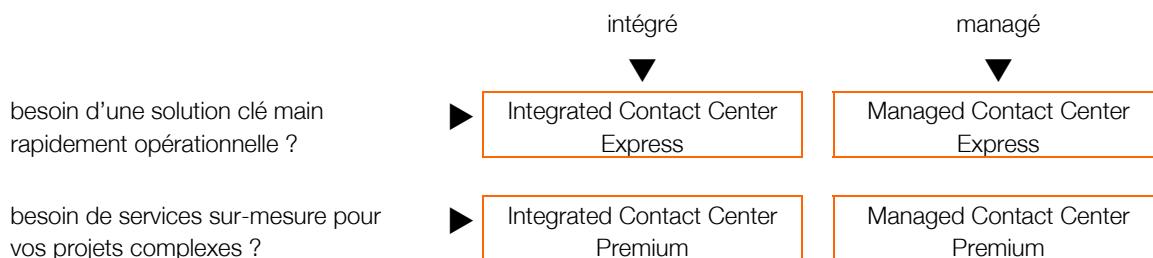
e-boutique : une solution clé en main pour bien démarrer dans le e-commerce

Pour les petites entreprises ne disposant pas des ressources humaines et techniques nécessaires à la mise en place d'un site d'e-commerce, Orange Business Services propose une solution packagée intégrant toutes les dimensions d'un projet de site marchand. Le concept de la solution e-boutique : créer, sans être un expert, son site e-commerce à partir de modèles personnalisables. En fonction de son degré de maîtrise des outils Internet, l'entreprise peut choisir différents niveaux d'accompagnement et de conseil pour la conception et le design du site. Ce dernier peut également être hébergé en toute sécurité par Orange Business Services.

les solutions de gestion de contact multicanal

une gamme complète de centres de contacts

La gamme Enterprise Contact Center d'Orange Business Services apporte aux entreprises, quelle que soit leur taille, une réponse globale pour faire de leur centre de contacts le cœur de leur stratégie de parcours client multicanal. Elle comprend 4 offres :



les offres « Express » : des solutions clé en main, rapidement opérationnelles

Ces solutions s'adressent aux PME qui souhaitent disposer rapidement d'un centre de contacts multicanal. Disponibles en mode managé avec Managed Contact Center – Express ou bien en mode intégré avec Integrated Contact Center- Express, ces solutions offrent toutes les fonctionnalités qui garantissent la performance d'un centre de contacts.

L'entreprise choisit, selon sa capacité et sa volonté, d'administrer et faire évoluer son centre de contacts avec ses compétences propres ou d'en déléguer la gestion à Orange Business Services, qui prend en charge l'hébergement, l'exploitation et l'administration de la solution.

MGEFI :

un centre d'appels unifié pour gérer un réseau de 130 conseillers mutualistes en France

10^{ème} mutuelle française, la MGEFI (Mutuelle Générale de l'Economie des Finances et de l'Industrie) compte 270 000 adhérents et 400 000 « protégés ». La relation entre la MGEFI et ses adhérents se caractérise par une forte proximité, avec un centre d'appels de 12 positions pour le traitement de demandes simples et plus de 130 conseillers mutualistes au cœur des administrations, sur 90 sites en France.

« Nous recherchions une solution simple de centre de contact, rapide à mettre en œuvre et s'intégrant facilement à notre Système d'Information. Nous avions enfin besoin d'une solution qui pallie les contraintes de notre organisation éclatée », précise Rachid Chtioui, Responsable du SI et Gestion de projet à la MGEFI.

Le recours à Managed Contact Center Express, la MGEFI a pu mettre en place un numéro unique pour chaque région et répartir automatiquement chaque appel entrant auprès des conseillers disponibles. La MGEFI peut désormais opérer à distance tous les paramétrages nécessaires, sans avoir à intervenir sur chaque poste, et fournir à ses adhérents une véritable continuité de service. Le pilotage de l'activité ainsi que la proximité entre les conseillers sont facilités au niveau régional comme au niveau national pour une meilleure qualité de service. De plus, chaque région assure l'animation de son groupe de conseillers plus facilement.

Managed Contact Center – Premium est la solution sur mesure qui permet aux entreprises de créer un réseau virtuel avec des centres de contacts répartis en France comme à l'international. Orange Business Services se charge de l'hébergement, de l'exploitation et de l'administration de la solution dans son ensemble. Cette solution est également commercialisée à l'étranger, dans plus de 100 pays.

Integrated Contact Center – Premium permet aux entreprises de bénéficier d'une solution sur-mesure de centres de contacts directement intégrée sur site. Elle s'adapte à l'infrastructure de télécommunications existante pour le trafic voix et/ou réseau de données. Cette solution permet ainsi aux entreprises de gérer leur solution de gestion de la Relation Client en interne selon leurs besoins, tout en gardant la maîtrise de leur calendrier et des évolutions de leur système.



La business intelligence au service de la relation client

En agrégeant l'ensemble des données quelle que soit la source d'information (téléphonie, CRM, RH, financier), la Business Intelligence ou Informatique décisionnelle en français est une aide à la décision qui permet d'améliorer la performance des entreprises (analyse, mise en place d'actions correctives, réduction des pertes de revenus).

A ce sujet, Jean-Michel Estibals, Directeur Général Europe de Cornerstone, société leader dans le domaine des applications analytiques et des solutions de Business Intelligence, précise que ces solutions permettent aujourd'hui de gérer la richesse de l'offre de solutions de relation client. En croisant les données émises par toutes les technologies utilisées par l'entreprise, la Business Intelligence assure à l'entreprise une vision agrégée de son activité et lui permet ainsi de satisfaire au mieux ses consommateurs.



visionnez
l'interview de
Jean-Michel
Estibals

les serveurs vocaux interactifs (SVI) : une relation client automatisée et personnalisée

Face à la multiplication des contacts clients, Orange Business Services propose aux entreprises des solutions de serveurs vocaux destinées à automatiser tout ou une partie des contacts entrants.

Allobiz : l'automatisation complète

Allobiz, est une offre de Serveur Vocal Interactif qui gère de façon automatisée les appels téléphoniques : l'accueil, la qualification et le traitement des contacts téléphoniques sont traités par le serveur vocal interactif qui diffuse des annonces personnalisées. Ce libre-service vocal permet de réduire les coûts de l'accueil téléphonique de l'entreprise et d'augmenter la qualité de service, grâce à l'automatisation d'un grand nombre d'appels.

Guide vocal : qualifier les appels

Guide Vocal est conçu pour permettre aux entreprises d'optimiser leur accueil téléphonique grâce à la qualification des appels et à leur orientation directe vers l'interlocuteur le plus compétent pour répondre à la demande. Avec Guide Vocal, l'entreprise dispose d'un serveur vocal personnalisé.

La version « auto-administrée », de Guide Vocal permet à une entreprise de piloter elle-même son serveur vocal, en mode SaaS, depuis une interface web : modification en temps réel des arborescences et des messages, organisation de la distribution des appels, composition des annonces vocales en quelques clics grâce à la synthèse vocale.

Pour compléter cette solution, l'offre **Network IVR** (Interactive Voice Response), en mode cloud, permet également aux entreprises disposant de filiales à l'étranger de rediriger efficacement les appels des clients en fonction du service demandé. La fiabilité et la couverture étendue du réseau Orange à l'international assurent un acheminement sécurisé des appels vers des centres contact étrangers.



Le Dialogue Naturel : le service d'accueil nouvelle génération

La reconnaissance vocale en Dialogue Naturel offre aux Serveurs Vocaux Interactifs une richesse fonctionnelle et une simplicité d'utilisation inégalée. Grâce au Dialogue Naturel, l'utilisateur peut s'exprimer pratiquement comme s'il avait affaire à un opérateur humain. Le serveur vocal comprend les questions et y répond grâce à la synthèse vocale. Avec cette solution, l'entreprise bénéficie de l'efficacité du serveur vocal tout en offrant à ses clients un service humanisé.

les solutions de gestion multicanal des contacts

Web Contact Center : la Relation Client en ligne

Avec Web Contact Center, les sites d'e-commerce disposent d'un outil de gestion des contacts entrants multilingue et accessible depuis un simple navigateur Internet.

La solution se compose de plusieurs outils afin que le canal web soit pleinement intégré à la gestion de la Relation Client : e-mail, chat, call back, web self-services...

Web Contact Center permet de :

- gérer toutes les étapes du contact, de la réception de la demande jusqu'à l'envoi de la réponse
- exploiter les informations des internautes issues des formulaires Web
- orienter le contact entrant vers la personne la plus qualifiée pour répondre.

Community Contact : un forum d'entraide relié aux réseaux sociaux Facebook et Twitter

La solution Community Contact d'Orange Business Services permet aux entreprises de mettre en place une plateforme d'entraide reliée aux réseaux sociaux Facebook et/ou Twitter. Les visiteurs de la plateforme deviennent acteurs et participent au fonctionnement de cette plateforme en échangeant des conseils sur l'utilisation des produits ou des services de l'entreprise. Cette solution permet aux entreprises :

- de gérer de façon simplifiée leur présence sur les réseaux sociaux par à une interface de gestion unique qui regroupe l'ensemble des échanges communautaires
- d'améliorer le référencement en centralisant les échanges sur une plate-forme web, visible depuis les moteurs recherche
- de diminuer les appels téléphoniques et emails, gagner en réactivité et ainsi réduire les coûts liés au support clients
- de créer une proximité et d'enrichir leur connaissance clients

Visio Contact : humaniser et personnaliser la Relation Client

La solution Visio Contact s'adresse aux entreprises disposant d'un ou plusieurs sites web, et désireuses de fournir à leurs clients un service humanisé, sécurisé et accessible facilement à distance. Avec Visio Contact, les entreprises disposent :

- d'un Front Office personnalisable, intégrable à tout site ou portail web existant
- d'un Back Office sécurisé sur lesquels collaborateurs et clients utilisateurs du service pourront se connecter. Chaque session de visioconférence est unique et cryptée afin de garantir la confidentialité des échanges
- d'une plateforme technique Visio fournissant des capacités réseaux nécessaires en fonction des besoins et de l'existant de l'entreprise.

Durant chaque session, clients et conseillers peuvent communiquer via un dispositif de chat. Ils ont également la possibilité d'échanger des documents, liens hypertextes et informations utiles à la conversation. En choisissant la solution Visio Contact, les entreprises offrent à leurs clients un service personnalisé et à la hauteur de leurs attentes : efficacité, proximité et gain de temps.

Caisse d'Epargne : allier relation client à distance et proximité

En choisissant les solutions Web Contact Center et Visio Contact développées par Orange Business Services, la Caisse d'Epargne a pu développer la plateforme Monbanquierenligne.fr. Véritable agence bancaire virtuelle, Monbanquierenligne.fr offre à distance les mêmes services qu'une agence traditionnelle. En plus d'un contact téléphonique classique, les conseillers bancaires sont joignables via différents canaux de communication : email, chat ou bien encore vidéo. Sur la plateforme, chaque client dispose d'un conseiller bancaire attitré ayant accès à un historique complet de la navigation et des interactions de son client. Cette solution multicanal innovante et personnalisée, libère du temps pour les échanges en direct à plus forte valeur ajoutée avec son conseiller (demandes de financement, gestion de patrimoine, contrat d'assurance, ...).

Initié par la Caisse d'Epargne Rhône-Alpes en 2010, le projet a déjà séduit plus de 9000 clients en un an. Présentes depuis l'émergence du concept, les équipes d'Orange Business Services ont accompagné la Caisse d'Epargne dans la mise en œuvre opérationnelle de 17 agences bancaires virtuelles en seulement 10 mois. A terme, le groupe bancaire prévoit la création de 4500 agences virtuelles, autant que d'agences physiques.



ce témoignage
en vidéo sur
votre mobile

Assistant Interactif : faciliter le parcours web des internautes

Pouvoir répondre aux questions des internautes en temps réel lorsqu'ils surfent est un atout clé pour fidéliser le client. Orange Business Services a conçu Assistant Interactif, une offre web self-service intégrée au centre de contacts. La solution permet d'intégrer sur les sites un agent dialoguant incarné par un avatar (personnage animé) capable de dialoguer en direct en langage naturel. En fonction de la demande du client, la solution permet également de transférer la demande vers un téléconseiller qui répondra par téléphone ou par chat.

e-payment : garantir la sécurité, la simplicité et l'universalité des paiements

Déterminer la ou les solutions de paiement proposées sur son site, fournir des garanties de simplicité et de sécurité, sont autant d'éléments pour déclencher l'acte d'achat et concrétiser la visite en transaction. Avec **Payline**, Orange Business Services propose une solution couvrant une large gamme de moyens de paiement bancaires et privatifs, des facilités de règlements multiples, mais également le choix de son canal de paiement : Internet, centres d'appels, etc.

Orange Business Services propose également **Virtual Card Number**, un service de paiement sur Internet générant un numéro de Carte Bancaire virtuel à chaque achat et utilisable selon différentes conditions (montant plafonné ou pas, usage unique ou multiple, type d'achat).

Internet+Pro est une solution de paiement B2B qui donne aux collaborateurs des entreprises l'accès à des services et contenus payants sur Internet. Internet+Pro met à disposition des entreprises un catalogue de plus en plus riche (informations légales sur les sociétés, envoi de SMS). L'ensemble des achats est agrégé par un service partenaire et reporté sur la facture entreprise d'Orange Business Services en garantissant à l'entreprise une gestion fine des coûts : authentification implicite couplée avec l'annuaire entreprise, habilitation par service avec quatre niveaux de plafonds d'achats, statistiques détaillées jusqu'à l'utilisateur, abonnements collectifs, ventilation des achats pour refacturation interne, etc.



les solutions de diffusion

la diffusion de messages multimédias

Contact Everyone : une Relation Client ultra-personnalisée

Avec Contact Everyone, les entreprises peuvent diffuser simultanément des messages sur différents médias - SMS/MMS, message vocal sur fixe et mobile, e-mail ou fax - en France ou hors de France (dans plus de 180 pays). Cette première solution modulaire et multimédia de diffusion de messages, permet aux entreprises d'adapter le canal à la nature du message et aux habitudes de chacun de leurs interlocuteurs.

la diffusion de vidéos en ligne

Orange WebTV : une solution pour gérer ses vidéos

Orange WebTV est une solution qui permet de diffuser, personnaliser et suivre les consultations des vidéos postées sur un site Internet. Avec Orange WebTV, les entreprises ont la possibilité de créer un portail WebTV lié ou intégré au site existant. Organisé par thématiques, ce portail permet aux visiteurs de diffuser un lien, d'exporter des vidéos ou encore d'attribuer une note à chacune d'elles.

les solutions API

Les Application Programming Interfaces (API) ou Interfaces de Programmation Applicatives d'Orange permettent aux développeurs et aux entreprises d'ajouter à leurs applications web ou mobile des services de communication et de générer ainsi des opportunités de revenus supplémentaires. Elles offrent une prise en main rapide et facile pour une qualité de service optimale et sont utilisables partout dans le monde.

Toutes les nouvelles API d'Orange sont accessibles via un portail unique : api.orange.com

La gamme Easy

Adaptée à tout type d'entreprise et notamment les PME, l'offre Easy propose des solutions clés en main accessible à tous en quelques clics. Prêtes à l'emploi et faciles d'utilisation, elles permettent aux entreprises d'enrichir leur activité marketing et de fidéliser leurs clients grâce à des solutions web et mobile innovantes.

Exemples d'applications pratiques : le call back, les campagnes promotionnelles par SMS, la réalisation de sondages avec suivi des résultats en temps réel



les solutions d'accueil physique

Le point de vente physique reste encore bien souvent le lieu privilégié des contacts clients à valeur ajoutée. Ainsi, si une grande majorité des internautes préparent leurs achats sur le web, ils restent 53%¹³ à le faire avant d'acheter en magasin.

Opérateur de services de relation client 360°, Orange Business Services propose également des solutions pour améliorer la qualité des contacts clients directement sur le point de vente.

focus sur quelques solutions...

paiement sur le point de vente

La solution IP Payment facilite le passage des points de vente sur le réseau IP et leur permet de réduire leurs coûts grâce à une forfaitisation de leurs frais monétiques. La solution couvre l'ensemble des besoins liés aux paiements de proximité par carte bancaire ou privative des commerçants ayant un réseau de points de vente, quelle que soit leur taille ou leur architecture au niveau national comme international. Cette solution permet ainsi l'optimisation économique et opérationnelle, de la gestion des flux de paiement : maîtrise des coûts de communication et des commissions bancaires, reporting et pilotage de l'activité, gestion du parc de terminaux, etc.

affichage dynamique

La Signalétique Dynamique permet un accueil optimal des clients sur les points de vente ou les lieux publics. D'une grande simplicité d'utilisation, cette innovation est plus particulièrement destinée aux métiers de l'hôtellerie de la restauration, de la banque, de la santé, de l'éducation et aux administrations. Cette solution packagée permet aux entreprises, via une application web, de concevoir et personnaliser toute sorte d'ambiances pour leurs clients et de diffuser ces contenus sur des écrans. Il est possible de panacher des séquences musicales, des informations sur l'établissement, la diffusion de chaînes de la TNT ou des informations de l'AFP...

bornes multimédia

Installée dans les points de vente, ces bornes permettent aux clients de consulter les services et d'être mis en relation avec un expert de l'entreprise. La conversation s'effectue alors via des outils audio et vidéo, avec possibilité d'échanger et de renseigner simplement des documents : dossiers à signer, formulaires à remplir, etc. Grâce à la restitution très naturelle du son (réduction du bruit ambiant) et de l'image (vidéo de qualité), ce service recrée les conditions et les sensations d'un entretien réalisé en face à face tout en garantissant la sécurité et la confidentialité des échanges.

applications pour tablettes

Orange Business Services propose le développement d'applications spécifiques pour un usage sur tablette tactile : les équipes commerciales en point de vente bénéficient ainsi de contenus personnalisés pour accompagner les clients sur le point de vente. Ces contenus peuvent être enrichis par l'utilisation de technologies avancées, telle que la réalité augmentée.

¹³ Source : Baromètre FEVAD-Médiamétrie//NetRatings sur les comportements d'achats des Internautes -2010



Foncier Home : l'innovation technologique au service du parcours client

Filiale du groupe BPCE, le Crédit Foncier est le spécialiste du financement de projets immobiliers depuis 1852. Afin de faciliter la démarche de tout porteur de projet immobilier, le Crédit Foncier souhaitait créer un nouveau concept de distribution avec plus d'accompagnement et de modernité dans la relation client. Il a retenu Orange Business Services pour le déploiement technologique de son concept Foncier Home. Objectif : mettre en œuvre une structure « virtu-réelle », alliant un lieu d'accueil physique et un site Internet relais, le tout plongé dans un univers technologique innovant, interactif et multicanal.

En trois étapes, les clients peuvent construire leur projet immobilier de bout en bout : l'initier sur le site Internet.foncierhome.com, l'affiner au concept store grâce à un pass RFID personnalisé, le finaliser de retour chez lui en accédant à l'intégralité des opérations réalisées sur le site physique. Le mégastore réunit sur 1500m² et 4 étages un concentré de technologies particulièrement novatrices : écrans géants Haute Définition, murs d'annonces, tables interactives, bornes multimédias... « Les technologies déployées par Orange Business Services nous permettent d'assurer la continuité dans le temps et dans l'espace de la démarche client, ce qui constitue un impératif dans le monde de l'immobilier », explique Cécile Chevalier-Rottman, directrice de Foncier Home. Après 4 mois d'exploitation, Foncier Home enregistrait déjà chaque jour 1100 visiteurs uniques sur le site Web et 300 sur le site physique.



ce témoignage
en vidéo sur
votre mobile



consulting : réussir la mise en œuvre d'un projet de relation client

Comment positionner les nouveaux canaux par rapport aux canaux traditionnels (boutiques et centres de contacts) ? Comment en exploiter tout le potentiel ? Comment définir une stratégie multicanal et fluidifier ses parcours clients ? Pour aider les entreprises à répondre à ces différentes questions, Orange Business Services dispose d'un équipe de **40 consultants dédiés** aux problématiques de relation client qui accompagne les entreprises au quotidien en leur faisant bénéficier d'une méthodologie éprouvée d'une expertise unique.

trois offres de conseil en relation client

définition et mise en œuvre des parcours clients :

Orange Business Services aide les entreprises à concilier les attentes de leurs clients et leurs contraintes économiques. Cette prestation de conseil permet d'aider les entreprises à définir une stratégie multicanal et un plan d'action opérationnel adaptés aux étapes clés de leurs parcours clients.

Prestations proposées : benchmarks, études de positionnement des canaux de contacts et roadmap d'évolutions, définition/optimisation des parcours client, business models, schémas directeurs,...

optimisation des centres de contacts :

Orange Business Services accompagne les entreprises dans l'évolution de leurs centres de contacts : meilleure gestion des canaux d'interaction (téléphone, mail, chat, visio, réseaux sociaux...), amélioration de l'efficacité opérationnelle, optimisation des self-services afin de repositionner les téléconseillers sur des tâches à valeur ajoutée, etc.

Prestations proposées : audit flash ou détaillé, étude d'opportunité, quality monitoring, plan d'actions détaillé, schémas directeur centres de relation client, dossier de spécifications, assistance à maîtrise d'ouvrage,...

mise en place d'une relation client 2.0 :

Orange Business Services conseille les entreprises dans la définition et l'optimisation de leur stratégie web pour mieux répondre aux nouveaux comportements des consommateurs (Internet mobile, réseaux sociaux...), et les aider à innover par les services grâce aux nouvelles technologies (NFC, géolocalisation, social CRM...).

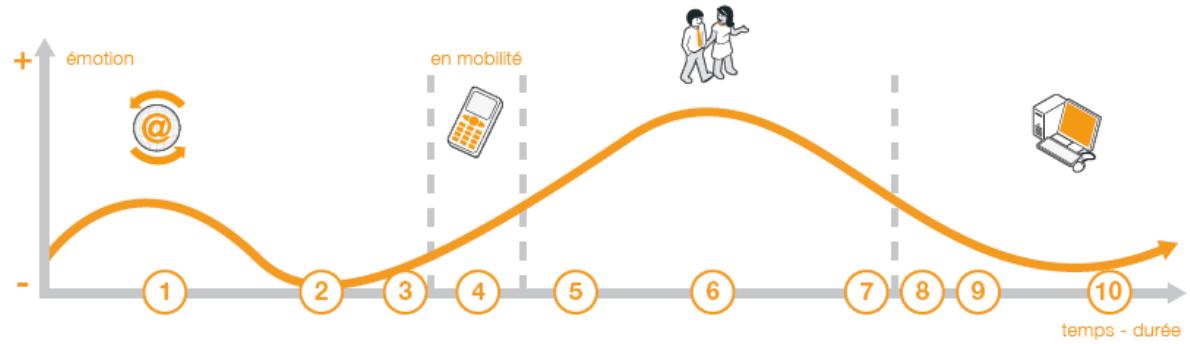
Prestations proposées : schéma directeur « digital business », audit, étude d'opportunité, business model, assistance à maîtrise d'ouvrage, réalisation de « Proof Of Concept »...



modélisation d'un parcours client : focus sur la courbe d'émotion

Le concept de « courbe d'émotion » part d'un constat simple : plus l'émotion pour le client est forte, plus l'entreprise doit le rassurer. Plus l'émotion est faible, plus l'entreprise doit l'attirer vers elle. Dans l'idéal, il faut donc proposer des services adaptés à chaque étape de la courbe d'émotion et du parcours client pour créer un lien entre les émotions du client et l'entreprise

parcours client : créer le lien et les émotions dans les principales étapes de l'expérience client



1. j'échange avec ma communauté
2. j'appelle un n° accueil
3. je prépare ma démarche, je me renseigne
4. je cherche une agence la plus proche, je reçois des informations sur mon mobile
5. je suis reconnu : je me fais guider dès l'entrée de l'agence
6. je consulte les écrans d'information dynamiques
7. je m'identifie avec mon mobile
8. je reçois un SMS de confirmation de dossier complété
9. je consulte la Web TV associée aux prestations qui m'intéressent
10. je donne mon avis sur le service, l'accueil et les prestations

