

COMMUNIQUE DE PRESSE

Les critiques récentes au sujet du fonctionnement des *contact centers* sont-elles fondées ?

Bruxelles, le 25 novembre 2010

Ces derniers temps, la presse parle souvent de la qualité des services fournis par les contact centers en termes très négatifs. Pourtant, il s'agit de l'un des rares secteurs en croissance dans notre économie, un secteur qui s'attache à optimiser le service à la clientèle de manière très dynamique en déployant des solutions high-tech. Les milliers de collaborateurs de Contact Centers méritent mieux. Par le présent communiqué de presse, la fédération sectorielle Contactcentres.be souhaite attirer l'attention sur les nombreux points positifs à relever dans le secteur.

Complexité et importance du secteur

Il est vrai que les clients n'aiment pas attendre longtemps au téléphone avant que leur appel ne soit traité et qu'ils veulent être aidés rapidement et efficacement. Qu'on soit ingénieur, médecin, ouvrier, journaliste, femme au foyer ou retraité, une fois que nous mettons notre casquette de « client », nous voulons tous le même service rapide, complet et parfait. En raison de ce comportement, tout à fait normal au demeurant, la capacité humaine et le niveau des technologies utilisées sont soumis à des exigences de plus en plus contraignantes pour satisfaire le client.

Des enquêtes démontrent que le secteur belge des *contacts centers* est souvent très sous-estimé en ce qui concerne la création de valeur sous-jacente. De plus en plus, les contacts à grande échelle avec la clientèle font appel à la technologie déployée par les *contact centers*. Dans la plupart des cas, le service fourni est bon, voire excellent. Ces centres doivent investir des sommes considérables sur le plan industriel afin de pouvoir utiliser les canaux de communication que les clients privilégient. Le marché affiche dès lors une forte concentration puisque 86 % du marché des « *outsourcers* » sont entre les mains de grands *contact centers*. Par ailleurs, il ne faut pas oublier les nombreux *contact centers* in-house créés par des entreprises de grande ou de moins grande envergure.

Profil des milliers de travailleurs du secteur

Le conseiller clientèle d'aujourd'hui est un premier point de contact professionnel pour plus de **600 millions de contacts avec la clientèle (source THoCC)** par an. Les travailleurs de *contact centers* accomplissent les tâches que les donneurs d'ordres leur confient. Ils peuvent uniquement rendre un service optimal si les moyens requis sont mis à leur disposition. Il est évident qu'en ce qui concerne les appels entrants, qui suivent souvent un schéma imprévisible, il n'est pas toujours simple de pouvoir y répondre en tout temps. Les collaborateurs d'aujourd'hui ont un très bon niveau et doivent acquérir et assimiler une foule de connaissances pour assister les clients. L'époque où ce secteur



portait une étiquette de simple « cost centre » est révolue. Tout *contact center* moderne accorde une attention de chaque instant à la qualité et à la motivation de ses travailleurs.

En tant que fédération, Contactcentres.be a notamment comme priorité de tirer l'image négative du métier du contexte historique et de la remettre dans son contexte actuel.

Actuellement, le secteur **emploie 80.000 personnes**, un chiffre qui ne cesse d'augmenter. Il s'agit la plupart du temps de jeunes travailleurs motivés, mais aussi de personnes de toutes classes sociales qui reprennent le travail sans nécessairement avoir de diplôme. Elles ont ainsi l'opportunité d'accumuler de l'expérience et d'envisager une carrière professionnelle. Puisque le secteur se concentre surtout sur la satisfaction de la clientèle, l'accent est mis essentiellement sur la qualité des contacts avec les clients.

Technologie

Pour fournir au client le service le plus complet possible, le secteur utilise de plus en plus de canaux d'information. L'approche multicanaux high-tech adoptée permet au client de communiquer jour et nuit avec les entreprises. La perception négative d'un service ou les plaintes formulées à l'encontre d'une entreprise sont trop souvent liées au service fourni par le travailleur du *contact center*. De ce fait, l'image du secteur et des nombreux collaborateurs est injustement salie.

Là où le bât blesse, c'est quand il n'y a pas d'accord clair entre les collaborateurs de première ligne et les services à la clientèle sous-jacents. Les entreprises formulent souvent des attentes beaucoup plus grandes par rapport à leurs services que ce qu'elles peuvent réellement fournir dans la pratique. Le secteur des *contact centers* y contribue également. On travaille de tout temps avec des paramètres quantitatifs tels que des temps d'attente moyens, des vitesses de réponse et des durées d'appel moyennes, de sorte que chaque entretien devient un produit de masse qui quitte la ligne de production et que l'attention pour ce contact personnel important avec le client disparaît dans une approche plutôt statistique.

Bien aider des milliers de clients est uniquement possible s'il y a une collaboration sans faille et une compréhension interactive entre les responsables marketing, les services à la clientèle du donneur d'ordre et les collaborateurs de première ligne. De nombreuses entreprises fournissent des efforts considérables pour concrétiser ce partenariat au quotidien et y parviennent relativement bien, voire très bien. Cependant, dans de nombreux cas, il y a encore un long chemin à parcourir.

Objectifs de Contactcentres.be

La fédération sectorielle souligne l'importance d'accorder plus d'intérêt au métier d'agent de *contact center* et entend aborder cette problématique intensivement dans l'environnement paritaire concerné. Par ailleurs, la fédération est aussi un point de rencontre pour tous les fournisseurs, consultants et autres entreprises impliquées dans ce secteur, ce qui permet de maintenir une discussion continue, intéressante et passionnante, entre les acteurs au sujet de l'importance de la qualité des services fournis aux clients finaux.



Si vous avez encore des questions, n'hésitez pas à contacter Martin Claes, Président de Contactcentres.be par e-mail (Martin@contactcentres.be) ou par GSM (0475/41.23.12)