

# CUSTOMER SUCCESS STORY



## LA POSTE MOBILE ENRICHIT SA BASE DE CONNAISSANCE

En rénovant en profondeur sa base de connaissance, La Poste Mobile s'est donnée pour objectif de rendre ses conseillers clients plus efficaces dans le traitement des demandes de ses clients.

### LA RELATION CLIENT LA POSTE MOBILE EN BREF :

- Nombre de conseillers : 500 conseillers de clientèle au téléphone au service du réseau de distribution (3 000 conseillers bancaires de La Banque Postale et 22 600 chargés de clientèle en bureaux de poste) et de 1.5 million de clients
- Nombre d'appels entrants : 1.5 million
- Un outil utilisé : +1 500 demandes d'amélioration en 1 an

La Poste Mobile est un opérateur Telecom quadruple play (mobile, fixe, Internet et TV) qui compte 1.5 million de clients depuis son lancement en mai 2011. Filiale du Groupe La Poste et de SFR, La Poste Mobile bénéficie à la fois de la solidité et du capital confiance du Groupe La Poste et des investissements de SFR dans ses réseaux mobile et fibre.

Elle se démarque au sein d'un environnement dynamique et compétitif, par l'importance de son réseau de distribution qui permet d'assurer à ses clients une qualité de service inégalable dans plus de 10 000 bureaux de poste. Le Service Client, fort de 500 collaborateurs, apporte son support au réseau de distribution et aux clients.

L'objectif était clairement affiché : développer une base de connaissance suffisamment performante pour fournir à ses conseillers clients les moyens d'être plus professionnels. « Avec en ligne de mire le fameux 'First Call Resolution', nous devons doter nos conseillers d'un outil performant, fluide, ayant déjà fait ses preuves » annonce Laurence Maestri, directeur des programmes de la Relation Client.

Le MVNO se tourne en 2015 vers EasyVista pour atteindre ces objectifs, en se concentrant d'abord sur le lancement de l'offre fixe, puis en implémentant la solution sur la partie mobile en 2016. Parmi les axes de travail importants, l'opérateur souhaitait disposer d'un moteur de recherche et d'arbres de diagnostics. Tout en étant en ligne, les agents peuvent ainsi trouver facilement, de manière rapide et fiable, la bonne réponse pour le client dès le premier contact. L'outil permet d'accéder à la bonne réponse et de donner les explications au client pour qu'il soit satisfait.

## LIFTING AU NIVEAU DES PROCÉDURES

Concrètement, en s'appuyant sur des procédures et documentations existantes, l'opérateur a lancé 8 groupes de travail associant services clients et responsables métiers correspondant aux macro-parcours client (acquisition, facturation, fidélisation, technique, etc.) pour aboutir à une refonte totale des process. « *Au final, 650 documents ont été audités, dont 280 procédures, pour en retenir seulement 131 à porter dans le nouvel outil, via suppression, simplification, fusion* », souligne Laurence Maestri. La solution a contribué à améliorer le First Call Resolution. Mise à jour immédiate, interactivité, simplicité, intuitivité, sont les bénéfices cités par les conseillers de clientèle pour apprécier leur nouvel outil. Il a été déployé dans le cadre d'un programme « *Esprit de Service* » favorisant « *l'autonomisation* » des conseillers pour mieux servir leurs clients.

## AMÉLIORATION CONTINUE

L'outil permet une gestion souple des process avec une participation de tous les conseillers dans son amélioration continue. Cette interactivité a fortement été plébiscitée par les agents. Un moyen supplémentaire pour une meilleure adoption de l'outil. « *Nous souhaitons avoir un outil de type '2.0' dans lequel les conseillers puissent suggérer des améliorations de processus clients directement auprès des responsables métiers* ». Il est également possible d'y ajouter des mises à jour et renseignements en temps réel afin d'apporter les informations marché utiles dans les échanges avec le client.

En complément, les statistiques d'utilisation des procédures par conseiller permettent de superviser l'adoption de l'outil par les différents prestataires afin de garantir une homogénéité des réponses formulées auprès des clients.

Quant au futur, la Poste Mobile entend bien s'appuyer sur l'outil pour déclencher des processus automatisés, pour améliorer les fonctions de ticketing ou pour partager les contenus avec le site web en Self-Service et/ou via un forum.

“ **EasyVista, un outil qui a fortement contribué au déploiement de notre politique de satisfaction client, l'Esprit de Service, comme nous la nommons.** ”

**Frédéric Chabé**

Directeur de la Relation Client  
La Poste Mobile

## À PROPOS D'EASYVISTA

EasyVista est un éditeur mondial de solutions de Service Management et de Self Help destinées à automatiser de manière intelligente la gestion des services délivrés aux collaborateurs comme aux clients des entreprises. En s'appuyant sur la puissance d'une plateforme ITSM et des technologies de Self Help, IA et Micro Apps, EasyVista propose aux organisations une expérience utilisateur augmentée et contextualisée ; permettant ainsi une digitalisation des processus métiers, une réduction des coûts opérationnels et une amélioration de la satisfaction clients.

Aujourd'hui, EasyVista permet à plus de 1 500 entreprises à travers le monde d'accélérer le changement en leur donnant les moyens de mieux servir leurs employés et leurs clients dans de nombreux secteurs d'activité, tels que les services financiers, la santé, l'enseignement supérieur, les technologies, le secteur public, la grande distribution, l'industrie etc.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.easyvista.com/fr](http://www.easyvista.com/fr)