



LETTRE D'INFORMATION

EDITORIAL

Grâce au dynamisme de ses adhérents, l'AFRC vient de connaître une année riche en développements et réussite.



Ce succès, signe du dynamisme de notre secteur, nous encourage à continuer et amplifier les actions menées depuis 1998, en partageant la même éthique, les mêmes valeurs de respect de nos collaborateurs et la recherche de la qualité, qui nous permettront de pérenniser l'AFRC.

Beaucoup de travail a été accompli mais encore bien des défis motivants nous attendent. Vous en aurez un aperçu en parcourant les lignes de cette lettre d'information : observatoire de la formation, mise en place de l'association européenne ECCCCO, journée nationale des métiers de la relation client, etc.

La relation client est bien installée aujourd'hui au cœur des débats de notre société, et pour se faire reconnaître, nous avons besoin de vous, de votre implication, de votre savoir-faire ; venez de plus en plus nombreux vous informer, débattre, influencer dans nos commissions, dans ce lieu d'échanges et de rencontres qu'est l'AFRC.

A très bientôt,

Eric Dadian, Président

L'AFRC s'engage pour une meilleure reconnaissance de la relation client

**NOTEZ DANS VOS AGENDAS :
PROCHAINE JOURNEE NATIONALE DES
METIERS DE LA RELATION CLIENT LE
25 SEPTEMBRE 2003.**

Devant le succès de la journée nationale des métiers de la relation client 2002, l'AFRC et tous les participants ont décidé d'organiser la 2^{ème} édition le jeudi 25 septembre 2003.

Les agences de développement économique membres de l'AFRC, ainsi que 10 autres villes, avaient organisé le 17 octobre 2002 la première journée des métiers de la relation client. 19 villes et territoires ont participé à cette manifestation. Au cours de la journée, plus de 100 entreprises dont 87 centres de relation client ont ouvert leurs portes à près de 10 000 visiteurs.

L'objectif de cette journée est de promouvoir les métiers de la relation client en contribuant à une meilleure compréhension de ce secteur, en valorisant l'offre de formation et en informant sur les parcours professionnels possibles.

PAGE 2

Travail de fond, échanges et partage d'expériences au programme des commissions

Une journée dédiée à la planification

Nouvelle initiative : l'AFRC crée l'observatoire de la formation

PAGE 3

Entretien avec Christophe Salmon

Une ouverture sur l'Europe

PAGE 4

Paroles d'adhérents



PROCHAINE ÉDITION :

LE 25 SEPTEMBRE 2003

Travail de fond, échanges et partage d'expériences au programme des commissions

1 – La Commission des Ressources Humaines

Thèmes : Recrutement/Information/Management et gestion des ressources humaines

Cette commission s'adresse à un public de DRH, Direction de Service Client, Managers de Centre d'appels.

Thèmes abordés au cours de l'année 2003 :

- Les niveaux de rémunération en centre de relation client
- Comment animer, motiver un centre de relation client
- Comment former dans un centre de relation client

Les membres de l'AFRC peuvent consulter tous les résultats de ces travaux sur le site web www.afrc.org

2 – La Commission Observatoire de la Relation Client

Thèmes : Veille technologique, Présentation/comparaison de solutions techniques (bancs d'essais de l'AFRC), benchmark sur les meilleures pratiques (les indicateurs AFRC)

Une session sur "la planification et ses outils" a été organisée (voir l'article ci-dessous).

3 – La Commission Collectivités Locales et Centres de Relation Client

Thèmes : L'aménagement du territoire (critères d'implantation), les organismes publics et la Relation Client

C'est cette commission qui organise la journée nationale des métiers de la relation client (voir article de 1^{ère} page).

Une journée dédiée à la planification

La journée d'information et de réflexion sur la planification et le management de la ressource humaine dans un centre de contact a remporté un franc succès.

Un premier intervenant brossait une description du besoin qui existe dans notre métier : pourquoi et comment gérer ses équipes en terme de disponibilité ?

Un deuxième intervenant s'est livré à un comparatif systématique sur 5 outils du marché et les a soumis à son analyse dont il a fait une présentation avec points forts et faibles suivant plusieurs critères.

Enfin, et c'est le plus AFRC, 3 membres de l'association équipés de logiciels ont apporté leur témoignage concernant le choix, l'installation et l'utilisation quotidienne de ces outils, sans rien cacher de leurs faiblesses inévitables en utilisation réelle. Toutes les questions étaient bienvenues !

Le concept de ce type de réunion correspond exactement aux attentes de nos membres. La thématique a connu un tel succès que nous avons même dû refuser des participants et nous envisageons de rééditer cette session.

Nouvelle initiative : l'AFRC crée l'observatoire de la formation

Dans le cadre de son engagement pour la professionnalisation et la reconnaissance des métiers de la relation client, l'AFRC vient de créer, en coopération avec le groupe Sup de Co Amiens Picardie, un observatoire de la formation qui a pour mission de promouvoir les formations qui existent mais sont peu connues, d'identifier les besoins complémentaires et de générer une offre adaptée ainsi que la reconnaissance des acquis professionnels.

"Les métiers de la relation client sont assez neufs et se sont développés très rapidement, au risque d'être parfois mal perçus par le public. Pourtant, de nombreux efforts ont été entrepris au sein des centres d'appels pour développer des emplois qualifiés" indique Philippe Riveron, responsable de l'observatoire de la formation.

"La plupart des personnes travaillant en centres d'appels sont formées par les entreprises dans le cadre de la formation continue. Il nous semble important de mettre en œuvre les outils pour faire reconnaître leurs compétences, à travers la VAE notamment, pour renforcer les passerelles vers d'autres métiers, mais aussi pour mettre en place des cursus en formation initiale".

Les adhérents qui souhaitent participer aux réunions de l'observatoire de la formation peuvent contacter Philippe Riveron :

Tél. : 03 22 33 22 06

Port : 06 19 52 03 46

Email : priveron@tutor-online.fr

Entretien avec Christophe Salmon, Secrétaire Général du Comité de Liaison des Services (CLS) du MEDEF



Le poids croissant des services dans l'économie se reflète au sein du MEDEF.

Le secteur représente maintenant 50 % des

adhérents et un tiers du budget, contre 8 à 9 % il y a 5 ans. Christophe Salmon évoque les axes de travail du Comité de Liaison des Services (CLS) pour faire connaître et promouvoir les spécificités des entreprises et des professions de services.

Le secteur des services dans l'économie française en quelques chiffres

- 50 % du PIB marchand
- Près de la moitié des emplois
- 70 % des emplois nouveaux
- 50 % des créations d'entreprises

Extraits de notre entretien

Nos propositions s'articulent autour de trois grandes idées :

• La délégation des services publics de l'Etat à des entreprises privées. Il ne s'agit pas de privatisation, mais

d'externalisation de certains services et du recentrage des services publics sur leur cœur de métier. Cela afin de contribuer à l'amélioration de l'efficacité et de la qualité du service, l'Etat en conservant entièrement le contrôle. Pourquoi ce qui a permis à l'industrie française d'accroître sa compétitivité ne s'appliquerait-il pas à la modernisation de l'Etat et des collectivités territoriales ?

• D'autre part, il faut adapter les règles de gestion des entreprises aux caractéristiques des activités de services, notamment reconnaître l'importance des actifs immatériels. Les concepts de "capital humain" et "capital client" sont ignorés. Les outils d'analyse, de mesure et d'imposition doivent être mis à jour et un effort doit être entrepris pour développer des procédures de certification et de normalisation adaptées.

• Le troisième axe concerne le management des compétences. Les missions liées aux services requièrent

des compétences qui dépassent les connaissances techniques liées à chaque secteur.

Aisance relationnelle, empathie, sens de l'écoute, adaptabilité, capacités managériales : il faut intégrer ces compétences comportementales dans l'ensemble du système éducatif et développer la formation professionnelle dans ce sens. Par ailleurs, nous devons faire face à une pénurie de personnel compétent. Sans une réelle politique de formation interne et de reconnaissance des acquis professionnels, cette pénurie va s'accroître et s'accompagner d'une inflation salariale.

Propos recueillis par Annick Clément.

Christophe Salmon a aussi abordé d'autres sujets tels que les spécificités des métiers de services, la valeur ajoutée apportée par la formation ou la délocalisation offshore.

Retrouvez l'intégralité de notre interview sur le site www.afrc.org

Une ouverture sur l'Europe

ECCCO (The European Confédération of Contact Center Organisations) a été créée le 15 novembre 2002 et regroupe 6 pays membres : l'Allemagne, la France, l'Italie, les Pays-Bas, le Royaume-Uni et la Suisse. L'Espagne devrait rejoindre l'association très bientôt.

C'est une association à but non lucratif dont la vocation est de promouvoir les intérêts et les besoins du secteur des centres de contact client en Europe.

Ses principaux objectifs sont :

• Promouvoir l'échange d'informations et de connaissances au niveau

des associations européennes et de leurs membres.

• Promouvoir et faire reconnaître les métiers liés aux centres de relation client.

• Assurer une représentation auprès des pouvoirs publics et organismes chargés de la normalisation et faire une démarche commune pour influencer les instances légales.

• Apporter information et formation à ses membres.

• Promouvoir la coopération entre ses membres.

• Développer et promouvoir des standards de qualité pour les centres

de relation client, au niveau européen.

• Encourager les meilleurs centres d'appels à travers la remise d'un trophée annuel.

ECCCO est l'association des centres de contact client en Europe et souhaite être une plate-forme d'échange pour tous les utilisateurs et acteurs de ce secteur d'activités. L'objectif est de former un réseau à travers l'Europe et les associations des pays non représentés seront les bienvenues.



Paroles d'adhérents

L'AFRC, pour moi, c'est... un faisceau d'expertises et d'expériences partagées... une mine d'or de solutions.



L'AFRC peut vous apporter ainsi qu'à vos équipes.
Catherine Duperry - Club Med

Quelques exemples :

- "D'une pierre deux coups !" : Je participe à un atelier RH consacré à la politique de rémunération. Un partage transparent sur les pratiques, aussi nécessaire que complémentaire aux études que l'on peut acquérir par ailleurs. J'y rencontre une homologue de mon secteur d'activités qui me présente sa politique qualité, la mienne est encore en gestation... Nous échangeons sur nos organisations et ratios respectifs... Résultat : je suis confortée sur la pertinence de mes projets.

- "Boîte à outils" : Notre Responsable Prévisions veut étudier l'opportunité d'acquérir un outil de planification qui réponde à nos contraintes. Avant de céder au chant des sirènes des fournisseurs, un atelier d'excellent niveau lui permet de confronter ses besoins avec ses pairs, de visiter un centre d'appels doté d'un des outils qu'il avait présélectionné. Aujourd'hui, il sait documenter sa recommandation.

- Notre Direction Marketing met en place des actions destinées à générer du trafic sur nos réseaux de vente. Je reviens d'une AG AFRC et brandis le principe et les avantages du N° court. Notre Responsable DSI va "plancher" sur le projet, positionnant ainsi le Call Center comme force de proposition et apporteur de solution.

Au prix de quelques heures par an seulement, fort bien rentabilisées, voilà quelques exemples de ce que

Nous faisons tous le même métier ; même si chaque situation mérite un traitement spécifique, des méthodes, des démarches, des solutions peuvent être partagées, mises en commun. L'AFRC offre un cadre d'échanges privilégié qui se caractérise par sa convivialité d'une part, et par un "retour sur investissement" extrêmement positif.



Investissez dans l'AFRC !
Gérard Loblein - Canal Plus



L'AFRC regroupe des opérationnels de la relation client avec des préoccupations communes. C'est un forum d'échanges intéressants à travers les commissions, les rencontres avec des professionnels, la bourse d'emplois.

Elle permet de nous tenir informés des innovations et de participer à la reconnaissance de notre métier.

Jean-Marc Harthé - Cegetel Services

L'activité "centre d'appels" étant particulière dans une entreprise, la confrontation avec des personnes effectuant le même métier est très enrichissante. L'association nous permet ainsi de partager nos expériences : difficultés rencontrées, façons de faire,... et ceci dans tous les domaines concernés : supervision, gestion, relations humaines, formation, technologies...

Ces échanges sont très riches de par la diversité des activités et des expériences de chacun et nous apportent des idées nouvelles ou nous confortent dans nos actions au quotidien.



Je ne peux donc que recommander aux autres responsables de centres d'appels de se joindre à l'association et d'y venir dans un esprit d'échange.

Françoise Leroy - Crédit du Nord



En 1998, beaucoup de sociétés s'interrogeaient sur la relation client et elles ne trouvaient pas de lieu pour échanger sur le sujet.

Le SeCA, le magazine "Centres d'Appels" et des colloques se sont lancés pour témoigner, expliquer et promouvoir ce secteur d'activités en plein essor. Il est apparu nécessaire de se regrouper pour échanger sur ces problématiques. Nous avons donc lancé l'association et nous avons trouvé rapidement plusieurs personnes intéressées.

Aujourd'hui l'association est d'abord un lieu d'échanges entre des professionnels. C'est aussi un lieu de mise en commun de thèmes que l'AFRC structure avec différentes organisations (DATAR, Education Nationale, collectivités régionales ou locales, CNIL, AFNOR,...). Enfin, c'est un lieu où nous trouvons aussi les dirigeants de demain.

Laurent Biojoux - Bouygues Telecom