

DOSSIER 1 : TRANSCOM

Organisation d'une campagne d'appels sortants⁽¹⁾

Présentation du contexte professionnel :

TRANSCOM est un centre d'appel téléphonique spécialisé dans le domaine de la gestion de la relation client externalisée ⁽²⁾. Elle reçoit commande d'opérations de "télémarketing" de la part d'entreprises appartenant à des secteurs d'activité très variés : services financiers, télécommunications, médias, services publics, tourisme, milieu associatif....

L'activité de Transcom comprend le "télémarketing" et la gestion des campagnes dans leur intégralité, de la prise de contact à la réalisation de la vente. Transcom offre d'autres services tels que la prise de rendez-vous, les études de marché, la fidélisation de clientèle ou encore des programmes de reconquête d'anciens clients.

⁽¹⁾ *Les communications téléphoniques sont soit « entrantes », c'est le client qui appelle, soit « sortantes », l'initiative de l'appel revient au conseiller.*

⁽²⁾ *Les centres d'appels « externalisés » ou « outsourcers » qui sont indépendants et sous-traitants représentent 20% du marché actuel, contre 80% pour les centres d'appels « internalisés », c'est-à-dire interne à une entreprise,*

Problématique :

La plate-forme de Tulle-Favars a reçu une commande d'un opérateur de téléphonie fixe pour une campagne de prospection.

Elle s'adresse aux 150 000 nouveaux "emménagés" sur le territoire national au cours du mois précédant celui du lancement de cette campagne.

Il s'agit de proposer une offre commerciale aux prospects contactés.

Votre positionnement dans cette entreprise :

Vous êtes responsable "Opérations et Développement" (*Business Manager*) au sein de la structure Transcom de Tulle-Favars qui emploie 475 téléopérateurs.

À ce titre, vous êtes chargé(e) d'effectuer toutes les tâches relatives à l'organisation de la campagne d'appels sortants afin de répondre aux attentes de votre client qui souhaite que cette campagne soit menée le plus rapidement possible à partir d'un fichier constitué de 150 000 adresses.

Votre mission s'articule autour de deux axes principaux :

- l'organisation du travail,
- l'analyse et le contrôle de qualité du travail effectué.

Partie 1 : L'ORGANISATION DU TRAVAIL

Une équipe est composée de 14 agents et d'un chef d'équipe qui les conseille et les assiste.

L'amplitude de présence d'un agent s'étend sur 9h30 (= temps de présence) pour un temps de travail de 8h20 par jour (déduction faite des temps de pause), à raison de 4 jours de travail par semaine du lundi au samedi inclus. En moyenne un agent travaille 17 jours par mois.

Tous les agents ont 20 minutes de réunion de bilan avec leur chef d'équipe par jour. Le temps de travail opérationnel est donc de 8 h par jour.

6 contacts argumentés sont établis par heure en moyenne.

Le taux d'exploitation d'un fichier est de 80%.

Le taux de ventes associé au fichier est de l'ordre de 15% du nombre de références qu'il contient.

Contrainte du commanditaire :

L'opération doit être traitée en 1 mois.

Votre mission consiste à déterminer :

- le besoin en téléopérateurs et par conséquent le nombre d'équipes à mobiliser,
- le temps nécessaire à la réalisation complète de cette opération,
- les outils à mettre en place pour atteindre les objectifs.

Vous êtes également chargé(e) de réunir les chefs d'équipe pour les informer :

- du contexte et des objectifs de l'opération,
- des décisions que vous avez prises en matière d'organisation,
- de la formation préalable des agents sur l'argumentaire téléphonique,
- du rapport journalier (*reporting*) à réaliser.

Annexe à consulter :

Annexe 1 : Organigramme TRANSCOM Tulle-Favars

Travail à faire :

1.1 En tenant compte des informations fournies relatives à l'organisation générale du travail dans l'entreprise, déterminer :

- le temps de travail total nécessaire à la réalisation de cette campagne
- le nombre d'agents nécessaires et le nombre d'équipes à mobiliser (arrondir à l'unité supérieure)
- l'objectif de vente à l'heure, par agent (arrondir à la première décimale supérieure)

1.2 Présenter la liste des tâches que vous avez à mener avant, pendant et après la campagne.

1.3 Proposer :

- les outils à mettre en place pour suivre les résultats de la campagne ;
- les mesures correctives dans le cas où les objectifs ne sont pas atteints.

Partie 2 : LA QUALITÉ DU TRAVAIL

En cours de campagne d'appels, dans le cadre d'une démarche de qualité et à la demande du responsable qualité, vous analysez les résultats statistiques de l'activité de 4 agents. Ces données sont fournies en annexe 2.

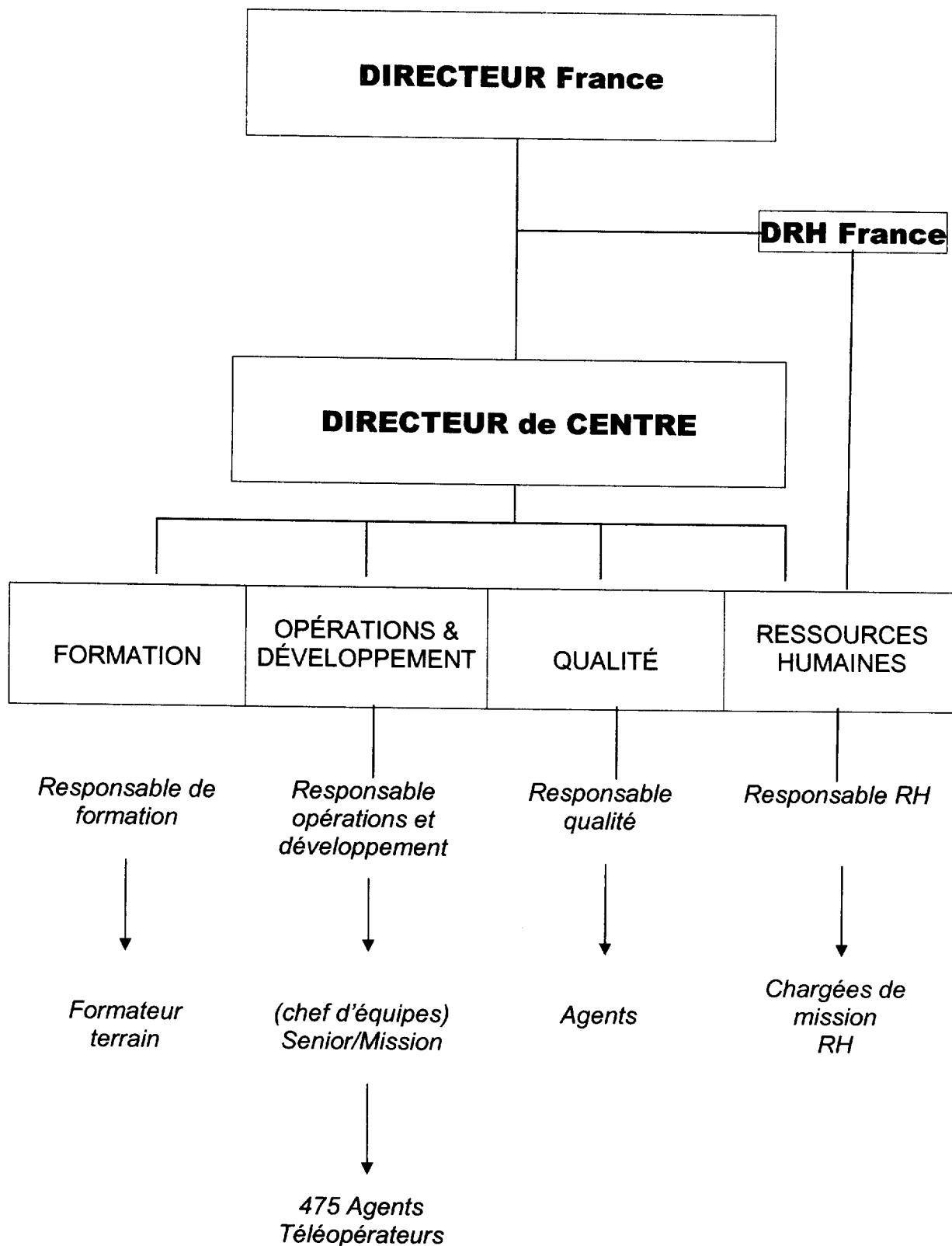
Annexe à consulter :

Annexe 2 : Analyse de campagne

Travail à faire :

- 2.1 *Terminer le travail de suivi des indicateurs pour le dernier agent en reportant sur la copie le détail des calculs et les résultats correspondant aux cinq indicateurs de performance présents dans le tableau d'analyse de campagne.
Le détail des calculs et les résultats devront apparaître sur la copie.
Arrondir les résultats à la deuxième décimale.***
- 2.2 *Analyser les résultats de la campagne pour les 4 agents et proposer des pistes susceptibles d'améliorer leur efficacité.***

ANNEXE 1 : ORGANIGRAMME TRANSCOM Tulle-Favars



ANNEXE 2 :**Analyse de campagne (cette annexe n'est pas à rendre avec la copie)****ANALYSE DE CAMPAGNE : rapport de performances par agent**

Code agent	Temps de connexion (h/mn/s)	Nombre de connexions	Nombre d'appels par heure	Nombre d'appels argumentés	Nombre d'appels argumentés par heure	% d'appels argumentés	Nombre de ventes	Nombre de ventes par heure	Nombre de ventes / Nombre de contacts	Taux de concrétisation	Temps moyen d'un appel (mn/s)
OPS17CCA	76:59:19	679	8,82	261	3,39	38,44	95	1,23	0,14	36,4	05:18
OPS17CL1	70:23:22	774	11,00	304	4,32	39,28	109	1,55	0,14	35,86	04:10
OPS17JC2	68:56:04	959	13,91	218	3,16	22,73	140	2,03	0,15	64,22	02:56
OPS17VR1	58:28:17	766	13,10	203	(*)	(*)	114	(*)	(*)	(*)	03:19

(*) le détail des calculs et le résultat seront présentés sur la copie.