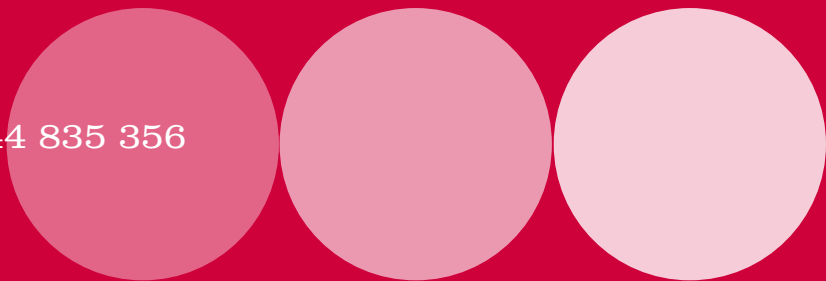


Nous sommes à votre écoute : Tél. 0844 835 356



NEWS FLASH

Le magazine clients de Tele

Visitez
notre nouveau
portail d'entre-
prise sous:
www.t-n.ch

LES MÉDIAS SOCIAUX CRM **Le dialogue du futur**

L'ÉQUIPE DE PRÉVENTE **Transformer les visions en solutions**

ÉTUDE DE CAS **Schuler Caves St-Jacques**

LE SIMULATEUR D'APPELS **Formation dans le centre de contact**

LA FIÈVRE DU DIAMANT **Entretien avec Daniel Spring, Microdiamant AG**



T&N

IT & COMMUNICATION SOLUTIONS



GO ON
STEP BY STEP

PROGRESSER

Afin d'aller droit au but. Nous regroupons l'informatique, la téléphonie IP, les télécommunications et l'outsourcing afin d'obtenir des solutions intelligentes.

Suivez-nous.

Nous progressons – STEP BY STEP – de manière sûre en direction du but.



T&N

IT & COMMUNICATION SOLUTIONS

Dietlikon Zurich Frauenfeld Olten Bâle Crissier

Tél. 0844 835 356 www.t-n.ch

NewsFlash

De la lecture pour les curieux



Chères lectrices, chers lecteurs,

Une nouvelle étude conduite par bso et le Trendbüro Hamburg dans la région D/A/CH conclue que dans les entreprises de plus de 10 salarié-e-s, presque la moitié du temps de travail est consacré à la communication interne et externe. Dans beaucoup d'entreprises, il est donc crucial de savoir diriger la communication correctement et de manière efficace. L'accroissement des exigences fait que les tâches sont de plus en plus souvent résolues au sein d'une équipe. Pour que ceci fonctionne bien, on a besoin de plateformes de communication performantes intégrant de manière optimale les canaux « anciens » et « nouveaux ». Les canaux des médias sociaux ne cessent de gagner en importance, car ils facilitent la collaboration et ont été largement adoptés par les jeunes générations. Du même coup, ces médias sociaux font leur entrée dans les centres de contact. Un grand défi consiste à transformer les surfeurs anonymes en consommateurs identifiés qu'il s'agit de servir sans complications. Nous nous proposons de vous présenter dans ce nouveau numéro de Newsflash quelques premières approches de cette nouvelle démarche.

Par ailleurs, nous vous montrons de quelle manière l'entreprise Schuler Caves St-Jacques organise sa communication ou comment vous pouvez révolutionner la formation avec Intueri.

Plongez quelques minutes dans notre univers passionnant de la communication et apprenez une foule de choses nouvelles dans le Newsflash de T&N. Et prenez contact avec nous : nous nous réjouissons déjà à l'idée de travailler conjointement avec vous pour atteindre vos objectifs.

Hermann Graf
Directeur

**Aller de l'avant! Et ensemble, faire un peu bouger les choses.
Appelez le 0844 835 356 si vous avez des questions ou si vous souhaitez
explorer le domaine inconnu qu'est pour vous T&N. Merci.**

Le CRM par les médias sociaux

Des solutions pour le dialogue avec les clients de demain

4

Comment transformer les visions en solutions

L'équipe de prévente T&N analyse, conçoit et réalise vos idées

6

Chaque vin est un original

Schuler Caves St-Jacques depuis plus de 300 ans

9

Le simulateur d'appels révolutionne la formation

Comment améliorer la flexibilité, la sécurité et la compétence en s'entraînant

12

La fièvre du diamant

Entretien avec Daniel Spring, co-président de Microdiamant AG

14

Impressum:
Telekom & Netzwerk AG
Industriestrasse 2
8305 Dietlikon
Téléphone 0844 835 356
Courriel info@t-n.ch

Le CRM par les médias sociaux

Des solutions pour le dialogue avec les clients de demain



La GRC, ou CRM en anglais, est en soi une profonde contradiction. La gestion de la relation client part de l'idée d'une relation entre deux personnes, où le fournisseur connaît le client personnellement et peut l'appeler par son nom. Le grand succès des plateformes de médias sociaux s'appuie cependant sur l'anonymat de l'individu. Les évolutions les plus récentes montrent que combinés, ces deux mondes recèlent un potentiel énorme.

Diverses études prouvent que l'utilisation des médias est caractérisée par des disparités importantes liées à l'âge. Plus de 65 pourcent des consommateurs de moins de 35 ans commencent par consulter internet avant de faire un achat ou en cas de problème. Dans les forums, les blogs et autres pages d'information, ils trouvent la réponse recherchée, s'échangent avec des personnes qui partagent leurs goûts et se font une opinion. Souvent, ces échanges comportent des conseils d'achat directs et des indications de références. Bien qu'il ne soit pas possible de vérifier ces informations, le consommateur fait plus confiance à une personne apparemment neutre s'exprimant sur le web qu'à un vendeur. Ceci montre clairement que l'entretien de l'e-réputation d'une entreprise est appelée à occuper un rôle important dans l'avenir. Le dénigrement actif d'un produit, d'une entreprise, voire d'une personne peut avoir des conséquences fatales et entraîner des dommages considérables. En tant qu'entreprise, on se trouve confronté à une difficulté car l'on souhaite intervenir directement dans la discussion et se défendre. Mais attention! Ceci risque de se retourner contre vous. Ici, les modèles de défense et de camouflage conventionnels ne fonctionnent pas. Au contraire : les méthodes opaques et déloyales sont démasquées immédiatement et sans pitié et déclenchent une cascade d'opprobre.

Se mettre à la place du consommateur, écouter et comprendre

Avant de pouvoir entreprendre quoi que ce soit de concret, il faut d'abord écouter de façon active et systématique. À l'aide d'outils de monitoring adaptés, il s'agira de surveiller et d'analyser les principales plateformes, p. ex. Facebook, Twitter, Xing, flux RSS, les forums et blogs spécifiques. Que se dit-il sur le web à propos de mon entreprise, de mes produits, des besoins spécifiques, etc.? Une tendance est-elle identifiable? Retrouve-t-on des schémas clairs indiquant une situation regrettable susceptible d'être rectifiée? Afin de répondre à ces questions, Avaya a mis au point un logiciel de gestion de médias appelé Avaya Social Media Manager.

AVAYA SOCIAL MEDIA MANAGER

Le logiciel Social Media Manager surveille les processus qui ont lieu sur différents canaux (p. ex. Twitter, Facebook, flux RSS et autres applications). Chaque interaction est transmise à l'Avaya Contact Center pour y être traitée. Le logiciel Social Media Manager contient un kit d'outils doté d'une technologie hautement sophistiquée de traitement des médias permettant de détecter la langue et d'évaluer la pertinence du message, de repérer les spams et de classer des informations. Le module contextuel représente les informations contextuelles des sites web officiels, des plateformes de médias sociaux choisis comme p. ex. Facebook ou Twitter mais également des bases de données internes. Ceci donne à l'agent ou à l'expert un profil client complet et une meilleure compréhension de la manière dont le contact a lieu par le biais du média social.





Identifier les surfeurs anonymes – et les mener au but

Vous souvenez-vous? Autrefois, lorsque vous alliez dans un magasin, vous vous teniez devant le comptoir, et le vendeur derrière. Si vous vouliez regarder un produit, le vendeur vous le donnait et vous en expliquait le fonctionnement, les atouts, etc. Aujourd'hui, ce scénario est impensable. Vous allez dans un magasin où des milliers de produits vous font les yeux doux, et il n'y a bien souvent pas l'ombre d'un vendeur à la ronde. Or un phénomène similaire est en train d'avoir lieu sur internet. Le consommateur surfe de site en site, regarde les produits et les autres informations et reste anonyme. Pour le fournisseur, il est de plus en plus difficile de se différencier et pour le client de plus en plus difficile de trouver le produit qu'il recherche. Il faut que vous réussissiez à attirer subtilement l'attention de surfeurs anonymes qui se trouvent sur votre site et à les identifier.

Avaya a mis au point un logiciel qui, lorsqu'un client potentiel surfe sur votre site web, permet – au bout d'un certain temps ou si le client a sélectionné certains thèmes – de lui proposer un dialogue en ligne ou un call back (rappel web).

Le dialogue en ligne (live chat) vous donne l'occasion de présenter au client les pages pertinentes ou d'effectuer pour lui certaines tâches. L'expérience a montré qu'avec cet accompagnement actif en ligne, l'entreprise parvient à augmenter son chiffre d'affaires de façon significative en un laps de temps réduit.

LA SOLUTION DE MESSAGERIE INSTANTANÉE AVAYA AURA

Un client clique sur votre site web et sur la bannière de dialogue en ligne que vous avez fait apparaître de façon interactive. Aussitôt, la demande de dialogue en ligne est transmise à un agent libre du centre de contact. Cet agent ouvre la connexion de messagerie instantanée et démarre la communication avec le client. Au cours du dialogue, l'agent peut transmettre des informations non seulement statiques, mais aussi des vidéos. Si la forme écrite ne suffit pas pour obtenir une communication appropriée, le client peut se voir proposer un appel téléphonique à l'aide de la fonction call back.

Au centre des préoccupations: la personne

La bonne technologie permet aujourd'hui à l'agent de combiner les médias sociaux avec les formes classiques de la gestion de relations. Cette technologie est offerte par la solution pour centres de contact Avaya Aura. Cette solution vous permet de collecter, d'analyser, de synthétiser et de traiter les informations. À l'avenir, il sera possible de générer des leads (e-clients) par le truchement des médias sociaux, de les identifier et de les transformer en clients effectifs grâce à un entretien de conseil personnel.

T&N – DES IDÉES QUI VOUS FONT ALLER DE L'AVANT



Parlez-nous des exigences de vos clients de demain, de sorte à pouvoir bientôt tirer parti des atouts des médias sociaux dans votre centre de contact. Bruno Schmed attend avec impatience votre prise de contact courriel : bruno.schmed@t-n.ch, tél. 044 835 36 50.



Comment transformer les visions en

L'équipe de prévente T&N analyse, conçoit et réalise vos idées



L'équipe de prévente T&N du domaine convergence analyse, conçoit et réalise toutes vos idées ayant trait à la communication interne et externe. La fusion de l'informatique et de la technologie de la communication (TIC) rend cette mission très exigeante: il s'agit d'orchestrer les différents médias et applications tels que la communication vocale, la présence, le courriel, le chat, la messagerie instantanée, l'ERP, le CRM ou les médias sociaux.

La mise en œuvre par étapes



Nous vous emmenons à destination de manière sûre avec une démarche par étape.

HERBERT WEISS, PRESALES AVAYA IP OFFICE



« La mission consistant à identifier les besoins de nos clients et à élaborer une solution adaptée sont pour moi une fascination renouvelée chaque jour. Je prends plaisir à participer à la collaboration avec les constructeurs et les fournisseurs pour travailler au développement des produits. »

Dans un univers en constante évolution et mis en réseau à l'échelle mondiale, le succès durable ne peut s'appuyer uniquement sur les points forts éprouvés. Préserver le succès malgré une évolution permanente, voilà notre grand défi. À l'origine d'une mission, on a l'analyse et la recherche d'une solution. Le chemin le plus évident n'est pas toujours garant de succès pour l'avenir. Le département de consulting de T&N développe avec vous des réponses claires pour répondre à l'évolution du paysage de la communication et de l'informatique de votre entreprise. Un conseil performant, cela signifie pour T&N être capable de donner les impulsions nécessaires à vous, le donneur d'ordre, tout en se concentrant sur vos objectifs.





Au sein de toutes les entreprises, les attentes formulées envers les possibilités de communication augmentent du fait des évolutions du comportement des clients en matière de communication. Les entreprises se trouvent de plus en plus souvent confrontées au défi de devoir donner et aux collaborateurs, et aux clients la possibilité de communiquer par le biais d'un nombre de canaux croissant. BYOD (**B**ring **Y**our **O**wn **D**evice), médias sociaux, présence, IM, Skype, intégration mobile, One Number, applications séquencées, VoIP, SIP et CTI ne sont que quelques-uns des domaines pour lesquels nous vous accompagnons et constituons le trait d'union entre le jargon des spécialistes et les exigences de votre entreprise. Notre suivi s'étend au-delà de la phase de planification des projets. Nous vous conseillons du stade de l'initialisation de votre projet jusqu'à son implémentation et garantissons ainsi la prise en compte de l'ensemble des aspects. Notre équipe de Solution Design offre l'architecture de la solution ainsi que des concepts correspondant à vos besoins individuels. Il est pour nous essentiel d'avoir une connaissance parfaite à la fois de votre entreprise et de votre projet. Combinées à notre savoir-faire, ces connaissances nous permettent à coup sûr de vous faire aller considérablement de l'avant.

JOËL DECIAN, SENIOR PRESALES AVAYA ACM



« C'est dans le climat de travail agréable qui règne chez T&N et dans les longues années de collaboration étroite avec nos partenaires que je puise chaque jour la motivation qui me permet d'accomplir mon travail de Senior PreSales. »

GLOSSAIRE

Quand on a affaire à la technique, on utilise souvent des abréviations. Que signifient-elles? À titre de service, nous avons ici préparé quelques expressions à votre intention.

Bring Your Own Device
Les collaborateurs apportent leurs propres appareils informatiques dans l'entreprise et accèdent à l'aide de ceux-ci aux serveurs et aux données traitées et les sauvegardent sur leurs propres appareils.

Computer Telephony Integration (CTI)
Computer Telephony Integration est la liaison entre la télécommunication et le traitement électronique des données. Ceci permet d'utiliser et de continuer à traiter les fonctions de téléphonie sur le PC.

Enterprise Mobile Integration (EMI) ou One Number
L'intégration entreprise/mobile est une forme de convergence fixe/mobile (FMC) offrant l'intégration entre le réseau du fournisseur de communication et celui de l'entreprise et les systèmes de téléphonie. Chaque participant n'a qu'un seul numéro de téléphone, qui peut être utilisé aussi bien à partir de sites fixes que mobiles. Ceci facilite la joignabilité et augmente le confort car on compose toujours un seul et unique numéro de téléphone et on n'a besoin d'administrer qu'un seul système de boîte vocale.

Instant Messaging (IM)
Instant Messaging, ou messagerie instantanée en français, est une méthode de communication selon laquelle deux participants ou plus communiquent par le biais de messages de texte (également appelés « chat »). Avec cette méthode, la transmission se fait par procédure Push, de sorte que les messages arrivent immédiatement chez le destinataire. De nombreuses solutions soutiennent en outre la transmission de données, de flux audio et vidéo.

Presence
Informations sur la présence destinées aux collègues, supérieurs, clients et partenaires (affichées sur leur PC, appareils téléphoniques, smartphones, etc.).

ROLAND HÜTTER, PRESALES AVAYA TENOVIS


« Ce qui me fascine dans mon travail, ce sont les chemins décisionnels courts et la bonne collaboration. Et ce qui me motive particulièrement, ce sont les défis toujours renouvelés et les possibilités d'évolution offertes par T&N. »

La conception comme base de la réussite du traitement de la mission

Le succès ne doit rien au hasard; il s'appuie au contraire sur une préparation sérieuse et parfaitement maîtrisée et sur les connaissances spécifiques accumulées. La conception est la carte géographique de notre voyage, sans laquelle nous n'atteindrions jamais notre but malgré toute l'énergie et la bonne volonté dont nous faisons preuve.

Une fois que T&N et vous avez conjointement défini les objectifs, nous en déduisons les stratégies et les mesures de mise en œuvre qui suivront. La planification des ressources ainsi qu'un calendrier strict nous soutiennent durant la phase de conception afin de respecter les valeurs imposées par le budget. Ces procédures nous permettent de bien évaluer les chances et les risques et de planifier le déroulement du travail de façon réaliste.

Les projets exigent une orientation

Vous vous en remettez à notre qualification et à notre expérience – et nous, nous vous guidons de manière à éviter les embûches. Guides chevronnés que nous sommes, nous planifions nos trajets avec soin et individuellement. Nous fournissons les cartes géographiques, expliquons, détaillons et cherchons la meilleure voie à suivre. Ce n'est qu'ensuite que nous prenons la route, avec vous.

- Bien écouter et comprendre, savoir classer les informations: voilà comment s'élaborent des solutions véritablement adaptées. À partir de l'analyse de vos besoins et des objectifs à atteindre, nous déterminons le trajet que nous allons emprunter, étape par étape, pour vous mener au but.
- Nous vous guidons à travers les paysages de l'informatique et de la télécommunication et vous proposons un concept soigneusement élaboré et compréhensible: en nous concentrant toujours sur le respect du cadre temporel et budgétaire imposé.

GLOSSAIRE

- But: amélioration de la joignabilité des individus et des équipes consistant à éviter les interruptions et les perturbations (par l'affichage des mentions « do not disturb », « in a meeting », « in a call », etc.)
- Prise de décision intelligente à l'aide des états actuels et déclenchement d'actions

Session Initiation Protocol (SIP)

Le Session Initiation Protocol (SIP) est un protocole de réseau destiné à établir, modifier et terminer des liaisons de communication entre des participants. SIP est un protocole fréquemment utilisé dans la téléphonie sur IP.

Skype

Skype est un portail de communication gratuit avec fonction de messagerie instantanée, transmission de données et visiophonie (vidéotéléphonie). Il permet aux clients de Skype de se téléphoner gratuitement entre eux par l'internet. Les liaisons vers le réseau fixe et les téléphones mobiles sont payantes (« SkypeOut »).

Social Media

Les médias sociaux désignent les médias et technologies numériques permettant aux utilisateurs de communiquer entre eux et d'élaborer des contenus séparément ou conjointement. Les moyens de communication utilisés pour ce faire sont le texte, l'image, les supports audio ou la vidéo. Les plus connus sont p. ex. Facebook, Xing, Youtube, Twitter.

VoIP

Le VoIP, ou voix sur IP en français, également appelé téléphonie sur internet, consiste à téléphoner par l'intermédiaire de réseaux d'ordinateurs structurés selon les standards de l'internet. Pour ce faire, les informations typiques de la téléphonie, à savoir la voix et les informations de commande nécessaires à l'établissement de la liaison, sont transmises par un réseau également utilisable pour la transmission de données. Au niveau des participants, la liaison peut être établie aussi bien par un ordinateur, sur des terminaux IP que sur des téléphones classiques raccordés par l'intermédiaire d'adaptateurs.

Chaque vin est un original

Schuler Caves St-Jacques depuis plus de 300 ans

« Lorsque nous faisons entrer un vin dans notre gamme de produits, nous le faisons en qualité de famille de vigneron et maison de négoce de vin forte de plus de 300 ans d'expérience. Et vous pouvez avoir l'assurance que nous connaissons son origine et que nous portons garants de son authenticité et de sa qualité. Et ce depuis des générations et des générations. »



C'est à l'apogée du baroque, sous le règne de Louis XIV, le Roi-Soleil, que nos ancêtres rapportèrent pour la première fois en Suisse du vin d'Italie en passant par le col du Saint-Gothard. C'est alors, en 1694 pour être précis, que commence l'histoire de l'actuelle maison de négoce Schuler Caves St-Jacques à Seewen-Schwyz. Ce qui commença à l'époque par le commerce d'étoffes précieuses, d'uniformes et de vêtements monacaux se développa vite pour s'étendre aux transactions bancaires, au commerce du fromage, des épices et du vin. La passion du vin est restée – c'est le moins que l'on puisse dire.

Depuis toujours, le vin est l'expression de son époque, il laisse des traces dans les chroniques de l'histoire du monde et se retrouve aussi dans les lignes douces-amères des journaux intimes. Mais c'est de son origine que le vin tire sa force. Dans le monde entier, on cultive plus de 10 000 cépages différents qui sont ensuite transformés en breuvages précieux. Avec plus de 400 vins à maturité, Schuler offre non seulement une gamme fascinante de produits originaires du monde entier, mais il entend aussi jouer son rôle dans la transmission de la culture du vin et de la gastronomie et propose toute une série de voyages œnologiques, dégustations et visites guidées ainsi que des séminaires œnologiques dans le cadre de son Forum du vin.

T&N

IT & COMMUNICATION SOLUTIONS



Une histoire mouvementée

Subissant le contrecoup des tourmentes que connut l'Europe sous Napoléon mais aussi plus tard, dans l'entre-deux-guerres, la maison de négoce Schuler eut une histoire tout sauf rectiligne. Mais à chaque secousse, des têtes innovantes dotées d'une grande intuition permirent à l'entreprise de changer de cap. Vers 1820, la société abandonna le négoce des étoffes. La branche du textile était en crise, et dans la famille, personne ne souhaitait prendre en charge ce domaine. Ceci s'explique peut-être par l'immense succès dont Johann Jakob Castell et Josef Anton Schuler, son gendre, jouissaient dans le commerce du fromage suisse en Italie du Nord. Chaque année, les voitures et les animaux de trait passaient le col du Saint-Gothard en transportant 17 000 meules de fromage pour ensuite ramener vers le Nord du vin, du riz, des châtaignes, de l'eau-de-vie, du miel, du salami, des volailles et d'autres marchandises encore. Au début du XIXe siècle, le négoce du vin connut un essor important. La région de vente principale était le nord de l'Italie, mais on introduisit bientôt des vins originaires de France, de Rhénanie, du Bris-

gau et de Hongrie. Comme le secteur bancaire, le négoce du vin fut repris par les frères Anton et Theodor Schuler, qui firent construire une vaste cave en 1893 à Seewen, non loin de la nouvelle gare de la ligne du Saint-Gothard, ouvrirent en 1891 une succursale à Lucerne et firent en 1895 l'acquisition d'un chai dans la Kesselgasse à Lucerne.

Réinventer le négoce du vin

Durant l'entre-deux-guerres, les difficultés économiques débouchèrent sur une concurrence acharnée entre les fournisseurs de Suisse centrale. Les prix baissèrent, les impôts augmentèrent, et dans les années qui suivirent, l'entreprise accusa de lourdes pertes. Parallèlement, le comportement des consommateurs évolua. Ainsi, Theodor Schuler notait-il en 1923 dans ses livres comptables : *Étant donné que la consommation de vin se déplace de plus en plus des restaurants vers*

les foyers, nous devons à l'avenir accorder plus d'attention aux particuliers, que ce soit par des visites ou en les approchant par écrit. Suite à cela, le traitement des clients particuliers s'intensifia et l'idée des clubs permit de transporter la culture de la dégustation de vin sur de grandes distances. De plus en plus de personnes se mirent à s'intéresser au vin et à participer aux présentations de nouvelles trouvailles dans des sets de dégustation attrayants.

Une communication en pleine évolution

Si la communication reposait autrefois sur les contacts personnels au domicile des clients, elle fut progressivement complétée par des mailings, des contacts téléphoniques puis par l'internet. Pour rester malgré tout physiquement proche du client, l'entreprise a mis en place sur tout le territoire suisse des magasins de vin Caves St-Jacques. Outre le commerce du vin, ceux-ci offrent toujours également des connaissances sur le vin, les régions viticoles et l'art de la dégustation. Les médias sociaux tels que Facebook et Twitter ont eux aussi une importance croissante. Afin de





SCHULER : DATES ET CHIFFRES

Avec ses quelque 190 salarié-e-s, Schuler Caves St-Jacques fait partie des plus grands cavistes de Suisse. Mais nous ne nous contentons pas de vendre des vins. Nous organisons aussi sur demande des séminaires œnologiques ou créons tout un univers de découverte. Et nous sommes joignables en permanence : nuit et jour par internet. Ou en un clin d'œil par téléphone. Et nous vous attendons personnellement dans nos caves et magasins de vins avec plus de 400 crus exclusifs prêts à boire, originaires du monde entier, des spécialités exquises, des accessoires, des idées de cadeaux dans des emballages splendides, des dégustations, des vins servis au verre et des mets fraîchement préparés. Dans tous les cas, vous bénéficierez toujours du conseil compétent de notre personnel qualifié. www.schuler.ch

pouvoir assurer à tout moment la joignabilité de l'entreprise mais aussi d'intégrer au mieux les nouveaux canaux, Schuler s'appuie sur un système Avaya Aura Contact Center. Celui-ci permet de soutenir encore mieux et de façon plus individualisée le service clientèle en utilisant les données en temps réel, et les données anciennes. Grâce à une communication aisée passant par les canaux vocaux et multimédias, l'entreprise est en mesure de communiquer avec ses clients de la manière qui leur convient le mieux. Le résultat est un centre de contact offrant en permanence à tous les clients un service unifié, efficace et très personnalisé – un centre de contact qui contribue à renforcer la marque et à fidéliser la clientèle.

Une évolution permanente

Schuler avait voici déjà longtemps opté pour une plateforme Avaya et pour T&N comme partenaire – avec, pour l'un et l'autre, une évolution permanente à la clé. La modularité, le maniement aisé et la sécurité d'investissement sont des facteurs de décision essentiels pour l'utilisation dans un environnement où le contact avec le client joue un rôle décisif pour le succès de l'entreprise.

Performances et étendue du projet

- Mise à niveau de l'installation existante
- Implémentation d'un système d'enregistrement de la voix pour 15 agents
- Implémentation d'Avaya AACC (Avaya Aura Contact Center) pour la téléphonie sortante
- Adaptation des masques client à l'enregistrement des commandes
- Adaptation des analyses et rapports selon les directives données par les vins Caves St-Jacques
- Formation du superviseur
- Formation des agents

Avantages pour Schuler

- Amélioration de l'efficacité par la possibilité de conduire des campagnes sortantes
- Stimulation ciblée des collaborateurs s'appuyant sur la mesure personnalisée de leurs résultats
- Augmentation de la productivité des équipes grâce à des rapports informatifs
- Coaching des agents à l'aide du module de contrôle de la qualité (QM) avec enregistrement vocal

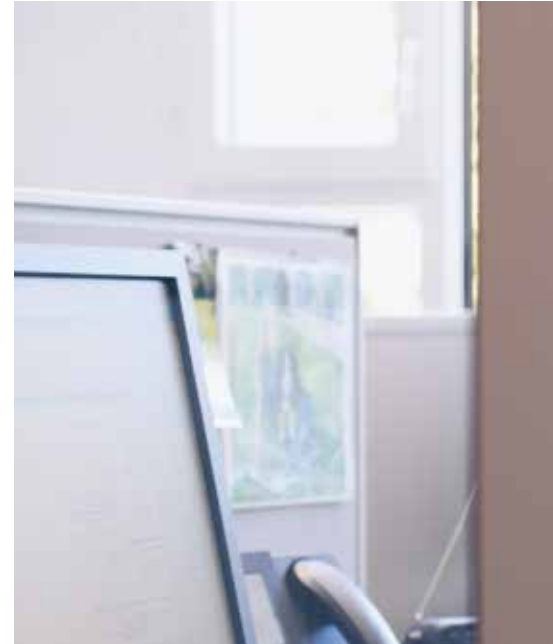
T&N

IT & COMMUNICATION SOLUTIONS

Le simulateur d'appels révolutionne

Comment améliorer la flexibilité, la sécurité et la compétence en s'en

« J'entends et j'oublie.
Je vois et je me souviens.
Je fais et je comprends. »
Confucius, 551 – 479 a. Chr.



Pourquoi seule l'expérience du succès est source de motivation, comment nous pouvons surmonter des barrières par nos actions et pourquoi l'acquisition passive de savoir ne suffit pas pour mobiliser les collaborateurs des centres de contact : notre article s'intéresse aux effets bienvenus de la nouvelle formation pour centres de contact, dans le simulateur d'appels.



Les travaux de recherche confirment régulièrement que s'ils sont combinés avec l'action, les apprentissages restent en mémoire et sont employés de manière ciblée dans des situations concrètes. C'est précisément la raison pour laquelle lors de leurs nombreuses situations de formation professionnelle et continue, les pilotes s'entraînent si souvent dans un simulateur de vol, jusqu'à ce qu'ils aient intégralement assimilé tous les cas de figure possibles.

C'est en s'appuyant sur le même principe que Matthias Meyer, CEO d'intueri ag, à Winterthur, a mis au point un simulateur d'appels – un instrument de coaching vocal pour les collaborateurs des centres de contact. « La ressource la plus chère, ce sont les collaboratrices et collaborateurs », s'entendent souvent dire les partenaires et les clients. « C'est vrai, mais nous voyons

ceux-ci en premier lieu comme des personnes qui ont le potentiel de s'améliorer en permanence. Avec le simulateur d'appels, les agents de centres d'appel, pour prendre un exemple, s'intègrent plus rapidement parfaitement aux processus, sont plus performants au téléphone et, grâce à la réussite de leurs entretiens, sont plus durablement satisfaits de leur emploi », explique Matthias Meyer.

Apprendre en jouant

La démarche de cet innovateur se concentre sur les exercices pratiques, le principe de l'apprentissage par la pratique et donc sur l'acquisition de compétences des collaborateurs : « Le simulateur d'appels est un instrument d'apprentissage ludique. Lorsqu'on joue, on est actif, on expérimente de nouvelles stratégies et on approfondit ainsi son savoir-faire, et ne pas uniquement ses connaissances », précise cet expert en formation. Tout comme avec un simulateur de vol ou un jeu vidéo, les collaboratrices et collaborateurs développent l'ambition de toujours s'améliorer. Les résultats du simulateur sont facilement mesurés.



la formation

trainant



rables et comparables. En dépit – ou peut-être justement à cause – de cela, ces facteurs « jeu » et « divertissement », éléments essentiels, se transforment en facteur d'apprentissage.

Améliorer ses compétences en s'entraînant avec un serveur vocal interactif

L'entraînement sur le simulateur d'appels permet de se passer des jeux de rôles, souvent longs et difficiles à mettre en place. Le chef d'équipe et les cadres peuvent se concentrer sur les questions de leadership et ont du temps pour les approfondir avec leurs collaboratrices et collaborateurs. Le simulateur d'appels permet de s'entraîner de manière optimale pour acquérir de l'assurance dans les nouveaux thèmes et maîtriser les situations répétitives. L'entraînement dans le simulateur d'appels est objectif : dans le cas de la simulation vocale d'entretien, ce n'est jamais « la faute » du coach ni du client. Le simulateur s'en tient aux faits et reste neutre, le collaborateur influence le résultat par son comportement. Le collaborateur améliore ses compétences de façon ludique, interactive, individuelle et active.

Voilà comment fonctionne le simulateur d'appels

Le simulateur d'appels est un système de serveur vocal interactif permettant aux collaborateurs d'exercer de manière individuelle et dans des conditions proches de la pratique leur compétence au dialogue. Tout ce dont on a besoin pour s'entraîner avec le simulateur d'appels est un téléphone et un accès internet. Le simulateur d'appel, qui ne nécessite aucune installation, est disponible à tout moment, partout et immédiatement. Ceci permet de bénéficier d'un coaching à des heures décalées ou à partir de son domicile. Le simulateur d'appels rend la formation flexible: si leur niveau de service l'autorise, les collaborateurs s'entraînent sans que cela ne nécessite aucune planification des ressources en locaux ni en personnel.

intueri et le simulateur d'appels

Un décollage réussi et un atterrissage dans le cœur du client – avec son simulateur d'appels, intueri vous offre des sessions de formation de base à la communication pour les personnes en formation ou les nouveaux collaborateurs ainsi que des projets en mode d'apprentissage mixte (Blended Learning) destinés à l'entraînement

pratique à un processus ou à un savoir-faire produit spécifique, afin d'avoir à coup sûr et indépendamment du site, des connaissances et des modes de travail unifiés mais aussi des expériences gratifiantes avec les clients. L'équipe est à votre entière disposition pour vous assister: au niveau de la conception de la formation, de la simplification des processus en matière d'orientation client et de l'augmentation de l'efficacité dans le cadre de la formation professionnelle et continue.

CE QUI RAPPROCHE INTUERI ET T&N



Matthias Meyer, CEO, Intueri AG

« La durabilité de T&N est un exemple à suivre. Depuis le stage pratique que j'ai fait pendant mes études, Hermann Graf et son équipe sont restés fidèles à leurs valeurs, et T&N n'a cessé de croître », raconte Matthias Meyer. Comme Hermann Graf, le fondateur et CEO d'intueri considère que le travail de qualité et les innovations techniques sont une grande chance. Cet innovateur, qui n'hésite pas à penser à contre-courant et est un adepte de la mentalité « Vas-y et fonce ! », s'est donné pour objectif de révolutionner la question de la formation professionnelle et de l'apprentissage pour en faire une expérience amusante et ludique fermement ancrée dans la pratique. C'est dans cet esprit que l'équipe d'intueri a mis au point le simulateur d'appels, qui s'appuie sur le dernier cri en matière de technologie vocale, un instrument de formation et d'entraînement destiné aux collaborateurs ayant des contacts avec les clients. Cette simulation ciblée de situations pratiques permet de réaliser une formation efficace, de mettre en place rapidement de nouvelles compétences et de garantir des normes unifiées mêmes dans les organisations dispersées géographiquement. www.intueri.ch

IT & COMMUNICATION SOLUTIONS

La fièvre du diamant

Entretien avec Daniel Spring, co-président de Microdiamant AG



Microdiamant AG a élu domicile il y a quelques années dans la bucolique bourgade de Lengwil, non loin du lac de Constance. Les deux frères Daniel et Martin Spring incarnent la troisième génération à diriger l'entreprise créée par leur grand-père, fort d'un remarquable esprit pionnier, voici de cela soixante ans. La zone d'accueil de ce bâtiment de bureaux moderne témoigne elle seule déjà de la détermination avec laquelle les deux frères ont décidé de s'engager pour l'excellence de leurs solutions dans le domaine des produits diamantaires de haute qualité. C'est grâce à cette philosophie qu'ils sont parvenus à propulser leur entreprise au niveau de leader mondial. Les abrasifs de Microdiamant sont utilisés dans pratiquement tous les secteurs où l'on a besoin de surfaces polies avec haute précision, comme les industries horlogère et joaillière, le domaine médical, le secteur de l'électronique mais aussi pour les écrans de téléphones mobiles.

Daniel Spring, êtes-vous d'humeur festive?

Oui, effectivement, on peut le dire. Nous fêtons le 60e anniversaire de Microdiamant et sommes fiers d'être restés jusqu'à ce jour une entreprise familiale. L'âge respectable de notre société n'a en rien entamé notre motivation, ni notre fougue et notre énergie, en un mot notre désir de continuer à nous développer afin que l'histoire à succès de Microdiamant continue à s'écrire pendant de longues années encore. Qui plus est, nous avons eu l'agréable surprise de remporter le Prix de l'Entreprise 2012 du Swiss Venture Club. Ceci nous a donné un élan supplémentaire. Étant une entreprise active à l'échelon mondial ayant pour clients des entreprises spécifiques, nous sommes très peu connus en Suisse et à l'échelon local. Nous avons profité de l'occasion pour montrer au grand public ce que nous faisons ici. Le prix a donné aux collaboratrices et collaborateurs beaucoup de confiance en eux, et aussi un brin de fierté.

Comment faites-vous pour résister à cette fièvre permanente?

(En riant) Vous voulez dire à notre fièvre du diamant? Mais c'est pour ainsi dire l'élixir de vie de Microdiamant. J'entends aussi par ce terme que l'entreprise consacre tous ses efforts à développer des produits de haute qualité et des services spécifiques axés sur le client. Si nous voulons conserver notre succès sur le long terme, ce ne sera



qu'en offrant des performances de très haut niveau, et ce du stade du briefing, de la première idée du produit fini et des prestations de services correspondantes jusqu'à l'implémentation dans les processus de production du client.

Vous continuez à générer la plus grande valeur ajoutée en Suisse. Est-il possible de se maintenir à un pareil niveau à long terme?

Mon frère et moi sommes ingénieurs, et ce que j'appellerai des maniaques de l'optimisation des processus. Nous investissons sans cesse dans de nouvelles étapes d'automatisation, afin de rester aussi concurrentiels au niveau des prix. Nous devons en premier lieu notre croissance de ces dernières années d'une part à notre proximité client et de l'autre à notre capacité d'optimiser nos produits avec une grande flexibilité en fonction des exigences de nos clients. Nous avons ainsi réussi à croître continuellement, y compris en rachetant des entreprises concurrentes.

Vous avez donc une opinion positive de la Suisse comme site de production?

La précision, fiabilité et flexibilité que nous continuons à trouver dans ce pays sont en elle-même un atout formidable de la Suisse. Il nous permet d'occuper qualitativement la place de leader mondial, ce qui est une condition sine qua non pour la survie de notre entreprise. Naturellement, la parité monétaire actuelle est toute sauf idéale. À cet égard, nous sommes clairement défavorisés par rapport à nos concurrents asiatiques et américains. Sans l'introduction du taux de change plancher de l'euro institué par la BNS, la situation serait devenue critique, et pour nous, et pour de nombreuses autres entreprises exportatrices suisses. De ce point de vue, avec le franc fort, la Suisse a été victime de son propre succès.

Comment êtes-vous arrivé là où vous êtes aujourd'hui?

Tout a commencé dans les années 50, quand mon grand-père, qui travaillait chez Escher Wyss, s'est vu chargé d'un projet de recyclage d'abrasifs. Il s'agissait alors de séparer les résidus de dia-



Daniel et Martin Spring lors de la remise du prix d'entreprise 2012 Swiss-Venture-Club

mants des outils de meulage et de les recycler. À l'époque, on travaillait encore exclusivement avec des diamants naturels. Une fois le projet – pourtant réussi – terminé, Escher Wyss a refusé de le commercialiser. Mon grand-père a saisi la chance au vol et s'est mis à son compte. Depuis, nous avons développé des procédés permettant de produire de manière synthétique un matériau encore bien meilleur que le diamant naturel. Plus de 90 pourcent des diamants utilisés aujourd'hui dans l'industrie sont des diamants synthétiques. En tant qu'ingénieurs, nous sommes toujours avides de découvrir de nouvelles solutions et désireux d'obtenir une précision toujours plus grande.

Quelle est votre recette du succès en tant que directeur?

Nous sommes comme une grande famille. Mon frère et moi travaillons jour après jour en très étroite collaboration avec les employés. Les hiérarchies sont très plates et les échanges d'autant plus rapides et directs. Et la formation professionnelle et continue est chez nous un thème crucial. Pour les emplois que nous avons à offrir, on ne peut véritablement bien se former que sur place. Par ailleurs, nous demandons à nos collaborateurs de donner le meilleur d'eux-mêmes et de fonctionner comme des co-entrepreneurs. La liberté d'organisation et la prise de responsabilités sur le lieu de travail sont donc très grandes, et chacun est infecté par le virus de la fièvre du diamant. Les résultats moyens ou la médiocrité n'ont pas leur place chez nous.

Vous avez repris les fonctions de CEO à l'âge de 27 ans, comment cela s'est-il passé à l'époque?

J'ai terminé mes études d'ingénieur, ai suivi une formation continue en gestion d'entreprise aux USA et ai dans un premier temps travaillé dans le secteur des finances. Lorsque la question du changement de génération a été à l'ordre du jour et que mon frère et moi avons repris les rênes de l'entreprise, nous étions un peu intimidés par les responsabilités liées à cette tâche. Notre père s'est retiré dès le départ des processus de décision, mais il est toujours resté à notre disposition pour répondre à nos questions ou nous donner son avis. Pour la transition, il s'est avéré capital que nous commettions nos propres erreurs pour pouvoir en tirer des leçons. Nous avons entre-temps bien appris à gérer ces responsabilités et nous sentons à l'aise dans ce rôle.

Avec toutes ces obligations, vous reste-t-il du temps pour vous-même?

Les premières années, je dois reconnaître que cela a été difficile. Mais entre-temps, je me suis aménagé des espaces de liberté et aime passer du temps avec ma toute jeune fille et ma compagne. J'aime être dans la nature à conduire mon VTT ou à faire de la voile, j'adore qu'on me serve de bons petits plats, et je cuisine du reste moi-même avec passion. Durant la saison froide, je lis beaucoup et aime aussi aller au théâtre.

Quels seront à votre avis les points forts à venir?

Nous avons l'intention de mettre encore plus l'accent sur la recherche et le développement de solutions spécifiques. Parallèlement, nous sommes en train de développer un réseau de distribution mondial et voulons continuer à améliorer la qualité du suivi offert à nos partenaires. Lorsque cela fait sens du point de vue de la technologie ou des procédés, nous sommes également prêts à procéder à des acquisitions. Bref, le suspense perdure.

Monsieur Spring, un grand merci pour cet entretien passionnant. Nous sommes heureux d'avoir la chance de vous accompagner en tant que partenaire TIC. Nous vous félicitons, vous et votre équipe, à l'occasion du 60e anniversaire de l'entreprise et souhaitons que le succès continue toujours à être au rendez-vous.

