



→ Success Story

Un service client performant et innovant pour le PMU



Premier opérateur de paris en Europe, le PMU (Pari Mutuel Urbain) affiche son existence depuis 1930 et a pour mission première de financer la filière cheval en France (dotation des courses, aménagement d'hippodromes, centres d'entraînement et construction de centres équestres,...) : un rôle capital dans le développement de ce secteur économique. Mais le PMU, c'est aussi et surtout 6,5 millions de clients parieurs, 10 400 points de vente, la possibilité de parier sur plus de 14 000 courses 7 jours sur 7 et 365 jours par an !

L'introduction des paris par télévision interactive puis l'usage d'internet et du mobile pour enregistrer les paris participent aux grandes innovations proposées par le PMU dans les années 2000. Une nouvelle identité visuelle, une offre de courses enrichie et un site internet incontournable vont ainsi profiter au client parieur qui fait l'objet de toutes les attentions de la part du PMU.

« Cette année 2010 est une année charnière : le PMU devient un opérateur global en se diversifiant dans le pari sportif et le poker en ligne. Dès l'ouverture du marché des jeux et paris en ligne le 7 juin dernier, nous nous devons d'être prêts ! », précise Pierre-Jean Alaux, Directeur des ventes directes du PMU.

Le site internet est alors refondu pour devenir le premier site de paris en ligne. La carte PMU, personnelle, nominative et sécurisée fait son apparition qui permet de parier dans tous les points de vente avec un compte unique. Et le service client quant à lui, est repensé pour accueillir l'ensemble des demandes sur une amplitude horaire élargie. Un dispositif complet pour fidéliser les clients et leur apporter une réelle qualité de service via le multi-canal, du point de vente au web.

Le service client PMU compte aujourd'hui 40 télé-conseillers basés en région parisienne et est accompagné par un prestataire pour répondre aux contacts (appels, mails, courriers) de niveau 1, (contacts simples traités par des réponses type). La plateforme interne gère tous les contacts de niveau 2 (contacts nécessitant une expertise et les VIP), elle traite également une partie réduite des contacts N1 pour conserver la maîtrise des process et du métier de la Relation Client du PMU.

Il s'agit là d'une évolution naturelle concrétisée par le regroupement du service à distance et du service clientèle gérant la réclamation. L'accès unique est accessible 7 jours sur 7 et propose aux parieurs l'ouverture de compte, la délivrance d'une carte privative, la réponse aux questions, la résolution de problèmes,...

« La mission complète consistant à la définition de notre service client et à sa mise en place a été confiée à Activevo qui a proposé un dispositif couvrant les aspects technologiques, métiers, processus et ressources humaines. Une approche à la fois qualitative et très concrète. Nous étions dans le faire et non pas le faire faire ! » Précise Pierre-Jean Alaux.

« Lancé en avril 2009 pour un déploiement en février 2010, le projet devait être effectif pour le lancement de la carte privative et l'ouverture du marché des jeux à la concurrence. Mission de conseil accomplie grâce au savoir-faire, à l'implication et à l'enthousiasme des équipes Activevo ! »

« Aujourd'hui l'ensemble des parieurs dispose d'un compte personnalisé quelque soit le canal utilisé. Ceci nous permet de mieux connaître les usages et les comportements de nos parieurs et d'enrichir la personnalisation de la relation avec ceux-ci. Cette volonté s'inscrit dans le développement de notre politique multi-canal et dans la diversification de notre offre via le on-line. Le rôle du service client est capital et s'inscrit dans notre démarche d'amélioration continue et ce, pour toujours mieux servir le client » poursuit Pierre-Jean Alaux.

23 Pour en savoir plus sur ce témoignage client

→ Parole d'Expert

De la juste qualité à la Relation Client du futur : récit d'un parcours auquel vous êtes tous conviés ! Par Emmanuel Richard – Directeur Business Consulting

L'idée d'écrire sur la juste qualité m'est venue, en cherchant un sens à tous les efforts que nous déployons tous les jours dans l'amélioration des services aux clients. Comme pour le client, nous ne ferons jamais assez, et que pour l'entreprise, ce sera toujours trop cher, comment trouver le point d'équilibre dans la qualité délivrée ? J'ai choisi de partir d'une page blanche, tout comme quarante auteurs que j'ai invités à illustrer comment jour après jour ils œuvrent avec leurs équipes auprès des consommateurs que nous sommes.

Le résultat est un ouvrage de référence de 140 pages à paraître le 4 octobre prochain, avec une première diffusion lors des Palmes de la Relation Client le soir-même, événement de la rentrée organisée par l'Association Française de la Relation Client. Cette initiative s'inscrit dans le cadre de la revue Télécom éditée par l'Association Télécom ParisTech Alumni, dont je suis le rédacteur en chef, le temps d'un numéro dédié à la Relation Client.

Nous avons bâti un plan permettant d'aborder tous les sujets d'actualité, décliné de la manière suivante :

- La Relation Client, un savoir-faire, un savoir-être
- La voix des consommateurs
- Stratégie Relation Client et organisation des services client
- Satisfaction et responsabilité sociale
- Méthodes et outils de la Relation Client
- Développement des territoires et Relation Client

Parmi les auteurs, nous avons sollicité six intervenants pour débattre de la relation client du futur dans le cadre de la plénière des Palmes : Nicole Notat, Présidente de Vigeo, Jacques Beslin, Directeur Général Délégué de l'Afnor, Abdou Tekri-Hassaine, VP Customer Experience de Metlife, Henri Kaufman, expert iconoclaste du marketing relationnel, ainsi que des dirigeants d'Orange et Microsoft qui partageront leur vision sur les outils du futur appliqués à la relation client. Venez donc nombreux aux Palmes de la Relation Client, pour une rencontre avec le futur qui se conjugue déjà au présent !

24 Ce sujet vous intéresse, vous avez une question, un commentaire, un témoignage à apporter ?

Agenda



Lundi 4 octobre 2010 – Paris Les palmes de la Relation Client

Organisé par l'AFRC, l'Association Française de la Relation Client, cet événement phare de la profession récompense les entreprises exemplaires en matière de relation client et réunit l'ensemble du secteur. Activevo apporte son concours à la création de contenu et de thèmes porteurs sur lesquels les participants à la table ronde devront apporter leur éclairage et retour d'expérience.

Information, programme et inscription : www.afrc.org



Jeudi 7 octobre 2010 – Paris Séminaire de formation « la marque NF Service Centre de Relation Client, les clés pour la certification »

A l'initiative d'AFAC-AFNOR Certification, organisme certificateur pour la marque NF Service « Centre de Relation Client » et co-animé par Activevo.

Information, programme et inscription : business.development@activevo.fr

Sommaire

- ↳ Editorial
- ↳ Success Story
- ↳ Parole d'Expert
- ↳ Agenda

→ Editorial



Par
Joseph Kort
Président & CEO

Une rentrée audacieuse

Une reprise haute en couleur pour Activevo qui participe activement à l'actualité de cette rentrée : Les Palmes de la Relation Client, l'événement de la profession qui récompense les initiatives les plus prometteuses, le magazine Telecom Paris qui réunit pour ce numéro spécial un parterre de rédacteurs spécialistes dans leur domaine de la relation client... deux nouvelles occasions pour nous d'apporter notre contribution au travers d'une expertise, d'un contenu, d'un point de vue ou d'une réflexion. Au-delà de ces initiatives médiatiques, c'est notre savoir-faire et notre conviction que nous souhaitons vous faire partager.

Un capital expérience allié à une maîtrise des environnements de centre de contacts nous permet d'intervenir aujourd'hui sur des sujets liés à la relation client dans son ensemble avec des différenciations à valeur ajoutée pour nos clients : une forte personnalisation, une méthodologie éprouvée et la garantie de résultats opérationnels mesurables, ... sans oublier notre participation à la dynamique d'innovation maintes fois saluée !

Ces différences que nous cultivons sont autant de points forts dont témoignent nos clients. A l'honneur dans cette édition, le PMU, une enseigne prestigieuse qui, au travers de ce retour d'expérience, pose son regard sur la relation client dans ce domaine qui s'adresse à une toute autre typologie de clients. D'autres témoignages tout aussi passionnants sont à découvrir sur notre site www.activevo.fr. Alors, profitez de cette rentrée pour nous lire et nous solliciter !



Tél : +33 1 47 86 17 17
Fax : +33 1 47 86 07 01
Email : info@activevo.fr
Web : <http://www.activevo.fr>