



Le Futur des Appels Sortants

Quel avenir pour vos campagnes de télémarketing?

Introduction.....	3
Une nouvelle technologie d'appels: Les Activités Sortantes Nixxis	5
Fonctionnalités Générales.....	5
Le concept de Campagnes & Activités	5
Affectation Multi-campagne: Le « blending » sortant	6
Les activités multi-vagues	7
Profilage et segmentation de la base de données.....	7
Contrôle du taux d'appels abandonnés maximum.....	8
Gestion des Listes Noires.....	9
Règles de rappels.....	9
« Blending » entrant & sortant sur tous les médias	10
Planning de fonctionnement	10
Gestion des fichiers d'appel.....	10
Le Futur des Appels Sortants.....	18
Quelques Références.....	19
Nous Contacter	20

Introduction

De tous les canaux de ventes, le télémarketing est encore aujourd'hui le moyen le plus efficace de vendre ou louer un produit ou un service. Et ceci est d'autant plus vrai, que le marketing digital tout en augmentant la précision du ciblage, augmente sensiblement le prix d'un « leads » (prospect en anglais). Il est donc important de parler à vos futurs clients afin de les « convertir » et dès lors d'augmenter votre taux d'appels décrochés.

Ainsi, au fil des ans, les centres d'appels spécialisés ont essayés d'optimiser leurs campagnes d'appels sortants. L'un des principaux stimulants de la productivité de ces campagnes sortantes a été l'introduction du « **dialer** » **prédicatif** (composeur en anglais). Ce dialer est basé sur des algorithmes mathématiques complexes qui tentent de limiter au strict minimum le temps d'attente d'un agent entre deux appels.

Comme tout médicament puissant, bien que ces dialers optimisent la performance de l'agent, ils peuvent avoir de sérieux effets secondaires:

- Afin de minimiser l'impact sur les performances du dialer, le nombre de campagnes pouvant être **exécutées en parallèle** est souvent limité à quelques-unes voire une seule.
- Les agents ne peuvent se connecter que sur **une seule campagne sortante** à la fois. S'ils ont besoin de travailler sur une autre campagne, ils doivent se déconnecter et se reconnecter à la bonne campagne.
- Le **problème de la fin du fichier d'appel**: à la fin d'une campagne, il devient très difficile d'adresser la fin de la base de données; La campagne ralentit et la productivité globale des campagnes s'effondre.
- Le **brûlage des fiches client**: le dialers et les fichiers d'appel deviennent difficiles à administrer et beaucoup de fiches clients sont "brûlées" par le dialer ; elles ne sont jamais transmises à un agent.
- Un **Taux d'abandon élevé**: beaucoup de dialers ne vérifient pas le taux maximal d'appels abandonnés ou alors, trop tard. La plupart des pays ont fixé des limites légales à ces taux afin de limiter le «spam» et permettre la «protection des consommateurs».
- La **segmentation des fichiers d'appel/des profils clients** n'est pas possible. Il faut diviser la campagne en plusieurs petites campagnes avec chacune son propre fichier d'appel afin de faciliter la segmentation des fichiers/le profilage des clients.
- Les **petits fichiers d'appel** entraînent de **mauvaises performances**: les dialers utilisent des algorithmes mathématiques qui ne donnent des résultats corrects que lors de l'utilisation de «gros fichiers d'appel» (plusieurs centaines de fiches), un nombre suffisant d'agents liés à ces campagnes et des centaines d'appels à composer avant qu'ils ne fonctionnent correctement.
- Impossible de travailler sur **plusieurs "listes noires"**: une liste noire est une base de données avec des numéros de téléphone de personnes qui ne veulent pas être contactées. Une liste n'est certainement pas suffisante. La liste légale est bien évidemment nécessaire, mais qu'en est-il des mauvais payeurs et de ceux qui sont déjà clients.
- Gérer des **campagnes à étapes multiples**: dans ces campagnes, le résultat d'une première étape définit la prochaine étape de l'interaction client. Les systèmes simples ne peuvent pas l'implémenter et la solution consiste à diviser la base principale en plusieurs bases de données et à effectuer d'importantes et coûteuses manipulations de base de données.
- Les campagnes à étapes multiples **comprenant des appels entrants**, c'est-à-dire lorsque le client vous appelle avant que vous ne l'appeliez, sont difficile sinon impossible à mettre en œuvre.

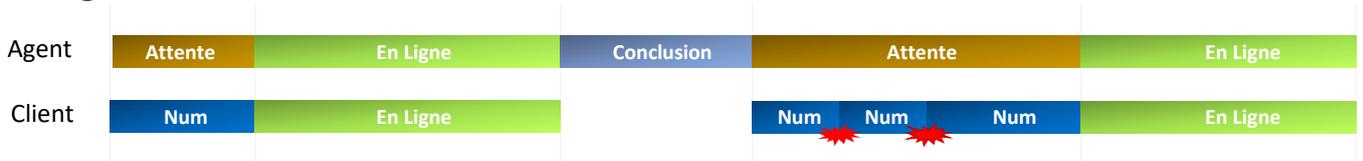
Ces effets secondaires entraînent généralement des campagnes sortantes mal gérées et beaucoup de frustration. De nombreuses plaintes des clients et une mauvaise image des activités de télémarketing ont obligé de nombreux gouvernements à élaborer des directives afin de contrôler ces activités sortantes.

À l'heure actuelle, de plus en plus de pays transforment ces directives en lois semblables à celles de la Loi sur la protection des consommateurs « TCPA » (Telephony Consumer Protection Act) mise en place en 1991 aux États-Unis.

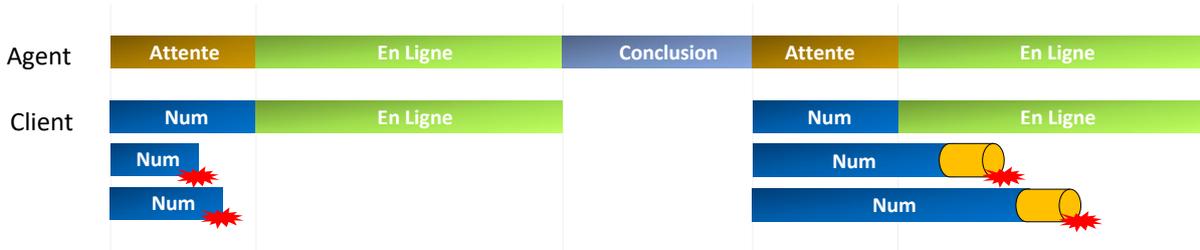
Prévisualisation



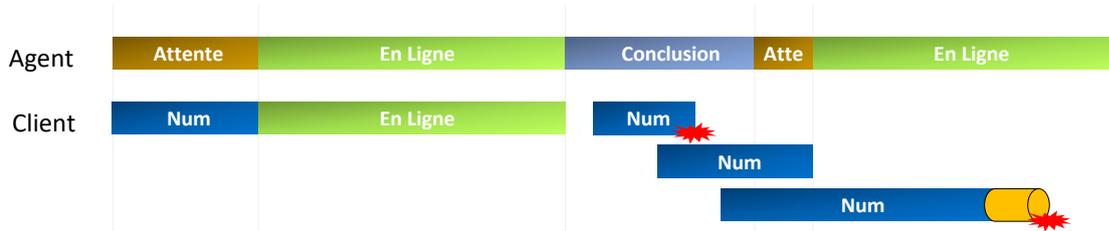
Progressif



Power



Prédicatif



Un Dialer Prédicatif peut diminuer le temps d'attente mais pouvez-vous gérer les effets secondaires?

 : L'appel n'est pas décroché.

 : L'appel est décroché mais aucun agent n'est disponible pour parler au client qui raccroche au bout d'un certain temps et donc, l'appel est abandonné.

Une nouvelle technologie d'appels: Les Activités Sortantes Nixxis

Dans notre recherche afin de trouver une solution aux effets secondaires énumérés ci-dessus, Nixxis a mis en place un certain nombre de nouvelles technologies avec les principaux objectifs suivants:

- *Améliorer les performances de l'agent.*
- *Réduire le coût des campagnes.*
- *Obtenir plus de contacts positifs à partir d'une même quantité de fiches clients*
- *Etre prêt pour toute nouvelle législation et directives gouvernementales.*

Cette section explique les différentes fonctionnalités qui ont été ajoutées au dialer classique. Ces fonctionnalités sont directement liées aux objectifs ci-dessus et donnent des réponses claires et précises aux inconvénients que nous venons de voir.

Fonctionnalités Générales

Le dialer Nixxis peut travailler avec un nombre illimité de campagnes actives au même moment. Il dispose d'un ensemble très complet de modes de numérotation.

- **Numérotation avec prévisualisation**: affiche la fiche du client avant de composer.
- **Numérotation progressive**: Compose le prochain numéro dès que l'agent est disponible.
- **« Power Dialing »**: Compose sur un nombre maximum de lignes afin de ne pas avoir de temps d'attente quand l'agent devient disponible.
- **« Power Dialing » Restreint**: Comme le « Power Dialing » mais avec un contrôle de qualité sur le taux maximal d'abandon d'appel.
- **Numérotation prédictive**: algorithme avancé qui prédit quand un agent sera disponible et lorsque le dialer doit commencer à composer sur un nombre de lignes défini afin de diminuer au maximum le temps d'attente entre deux appels.
- **SVI inversé**: regroupement d'un SVI (« Serveur Vocal Interactif ») et du dialer pour la diffusion de messages sans l'intervention d'un agent.
- **Rappel uniquement**: Le dialer se limite à composer uniquement les rappels qui sont encore programmés dans le système, aucune autre fiche n'est composée.
- **Mode recherche**: l'agent effectue une recherche sur la base de données afin de trouver la fiche du client dont le numéro est à composer.
- **Mode Workflow**: Le dialer est alors totalement sous le contrôle du moteur de « workflow » Nixxis qui est sélectionné pour la campagne permettant des fonctionnements complexes (plus d'information sur la moteur de workflow Nixxis dans la note de référence concernée).

Les modes de numérotation peuvent être modifiés sans que les agents ne doivent se déconnecter du système. De la même manière, un administrateur ou un superviseur peut ajouter ou supprimer des agents des différentes équipes affectées à campagne donnée. Les modifications sont immédiatement prises en compte; Les appels suivants sont distribués instantanément et conformément aux paramètres modifiés.

Le concept de Campagnes & Activités

Chez Nixxis, au lieu de voir une campagne comme une opération unique et temporaire sur une base de clients, nous préférons la considérer comme **un ensemble d'interactions client** liées entre elle par votre propre logique « business ». Elle comprendra donc un certain nombre d'étapes qui doivent être réalisées afin d'atteindre les objectifs de votre campagne. Donc, si votre objectif est d'obtenir 250 contacts clients et 160 rendez-vous à la fin de la journée, ce sont **ces objectifs de campagne** clairs et précis qui définiront les étapes et via quel chemin votre campagne va progresser.

Les différentes étapes entreprises dans une campagne pour atteindre ces objectifs sont appelées **activités**. Chaque activité a ses configurations et paramètres propres et peut être soit une activité entrante, soit une activité sortante et s'exécuter sur **un ou plusieurs canaux multimédias** (téléphone, email, chat, SMS, Fax, courrier, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Instagram, etc...).

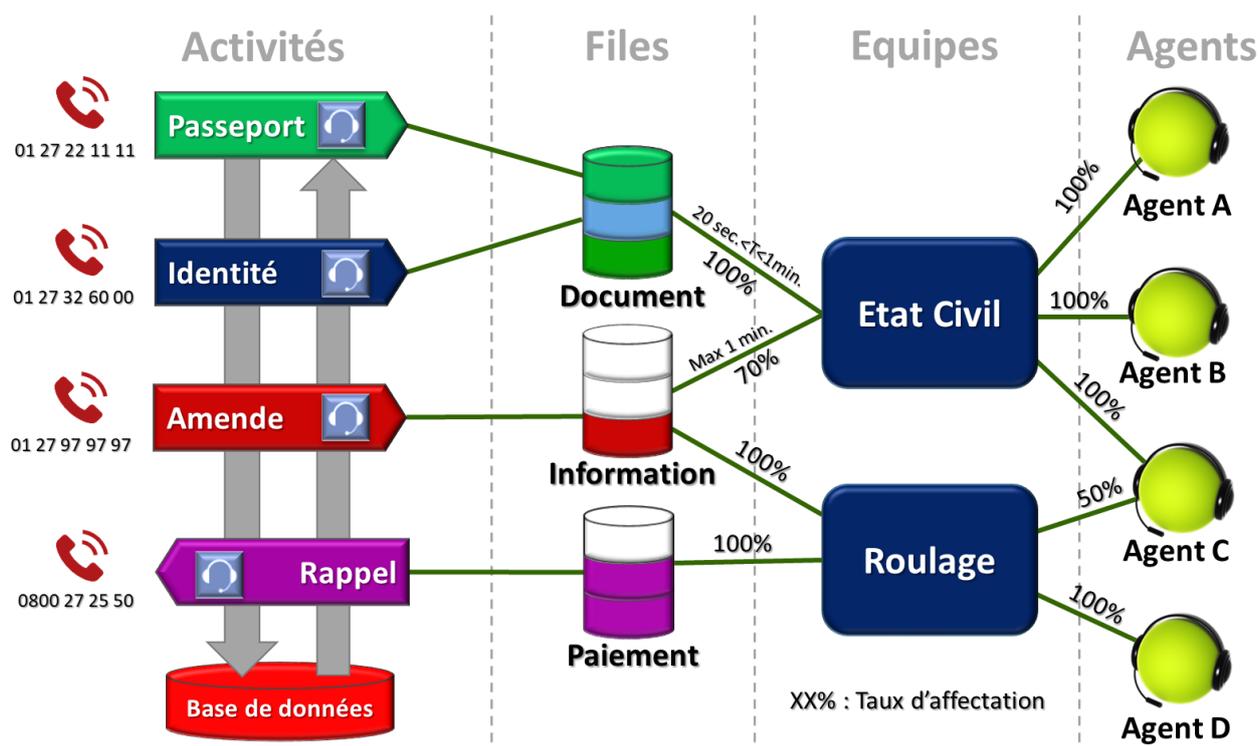
Chaque activité définie dans le cadre global d'une campagne enregistrera ses informations dans la même **base de données globale de campagne**.

Par ailleurs, chaque campagne dans Nixxis Contact Suite dispose de sa propre base de données.

Les **résultats issus des interactions** entre les différentes activités d'une même campagne sont consolidés de manière simple et immédiate dans la base de données globale de la campagne. Les résultats de chaque activité peuvent influencer la prochaine étape qui sera entreprise dans l'approche globale du client. La **qualification de l'appel par l'agent** ou **automatiquement par le script** peut définir l'étape suivante qui suivra dans cette interaction client spécifique (par exemple : arrêter d'appeler cette fiche client ou encore rappeler la fiche dans la même activité ou dans une autre activité, etc...).

De plus, le puissant **moteur de workflow intégré** peut également effectuer diverses tâches complexes (branchement conditionnel, modification des paramètres, etc...) afin d'atteindre les objectifs fixés.

Au final, l'objectif est de transposer votre logique « business » en **étapes structurées** afin que le système puisse les réaliser de la **manière la plus efficace et efficiente possible**.



Les Activités « nourrissent » la base de données tout au long de la vie d'une campagne.

Affectation Multi-campagne: Le « blending » sortant

Tout le monde comprend que lorsque vous multipliez les campagnes et les activités, vous allez à un moment donné vous retrouver avec un certain nombre de petits «jobs» devant être effectués par différentes personnes afin d'atteindre vos différents objectifs de campagne.

Afin de réaliser cela de manière efficace, le dialer Nixxis permettra aux agents de travailler sur plus d'une campagne et sur plus d'une activité au même moment. C'est ce que nous appelons le « **blending** » sortant (venant de « mélange » en anglais).

Le(s) Superviseur(s) ou Administrateur(s) décideront ensuite **d'affecter les équipes d'agents** sur telles ou telles activités et, par conséquent, sur quelles campagnes ils travailleront.

Grâce à la distribution statistique, le mélange des agents sur plusieurs activités sortantes plus petites **améliorera grandement leur productivité** ainsi que leur efficacité en augmentant le nombre de résultats positifs pour la même quantité de fiches clients. En plus de cela, cette façon de travailler améliorera grandement la **motivation et la concentration de vos agents** en leur donnant un travail varié au lieu de la même campagne ennuyeuse pendant des heures interminables.

Les activités multi-vagues

À côté des activités qui alimenteront la base de données commune, les différentes activités définies dans une campagne peuvent également **s'influencer mutuellement**. La qualification d'un appel peut en effet entraîner un « *changement d'activité* » pour la fiche client. Ce changement d'activité définira par quelle activité le prochain contact client sera effectué. Une qualification d'appel peut également définir qu'une fiche client spécifique ne sera plus composée, et ceci, pas uniquement pour nourrir la "liste noire". Prenons le cas d'un prospect que vous prévoyez d'appeler et qui vous contacte préventivement sur l'un de vos numéros entrants, il ne serait pas très professionnel d'appeler à nouveau ce prospect quelques jours plus tard parce que son numéro est encore lié à une de vos activités sortantes.

Profilage et segmentation de la base de données

La combinaison puissante des **filtres par activité** et des **plannings de fonctionnement** permet d'effectuer un **profilage et une segmentation aisée** de votre base de données. Différentes activités peuvent ainsi être définies sur la même base de données, mais chacune d'entre elles ne prendra en compte qu'un **nombre défini de fiches clients**. Les différentes activités peuvent ainsi être liées à **différentes équipes d'agents** avec à chaque fois **des profils spécifiques**.

Vous pouvez donc dès maintenant arrêter d'appeler le mauvais client au mauvais moment et commencer dès aujourd'hui à réaliser un profilage et une segmentation intelligents de votre base de données aussi simplement qu'en un clic de souris.

Utilisation des Filtres

Sur chaque activité (donc « sous-campagne »), des filtres spécifiques peuvent être mis en œuvre. Ceux-ci permettront de **sélectionner les fiches client "à composer"** de la base de données globale.

Nous pouvons en fait distinguer les **filtres basés sur les paramètres système** (par exemple : le dernier numéro de téléphone, le dernier agent qui a traité la fiche, la dernière qualification, etc....) et les filtres basés sur les champs de la base de données. Les **filtres de la base de données** fonctionnent sur tous les champs utilisateur qui ont été définis lors de la configuration de la campagne ou ajoutés à la base de données en cours de route.

Différents filtres peuvent être liés entre eux à l'aide **d'opérateurs logiques**. Ces filtres peuvent également être utilisés afin que différents agents ou équipes travaillent sur différents segments de la base de données sans avoir à diviser la base de données sur plusieurs campagnes et éviter ainsi de fragmenter l'information.

Campagne, activité et filtre de données

Spécifiez les nouveaux paramètres des filtres...

Nom:
User field CP (Code postal)

Opérateur:
Est égal à

Operand:
75000

- User field CONTACT
- User field COUNTRY (Pays)
- User field CP (Code postal)
- User field CRM
- User field CUSTNUMBER (Id Client)**
- User field ECHEANCE
- User field EMAIL
- User field FAX

Les filtres permettent de sélectionner uniquement la partie de la base de données sur laquelle vous voulez travailler.

Contrôle du taux d'appels abandonnés maximum

Le dialer Nixxis respecte les directives européennes et américaines sur la numérotation sortante mais pas seulement. Pour le mode « Power » restreint et la numérotation prédictive, le **taux maximal d'appels abandonnés** peut être défini. Dès que le dialer risque de dépasser ce taux d'abandon maximal, il ralentira automatiquement. Un taux d'abandon maximal peut être défini pour chaque activité et peut être modifié pendant la production. Le dialer s'adaptera immédiatement aux nouvelles consignes.

Mode de numérotation:
Prédicatif

Taux d'abandon (en %):
2

Absolute maximum abandon rate (in %):
5

Abandon rate interpretation:
Standard

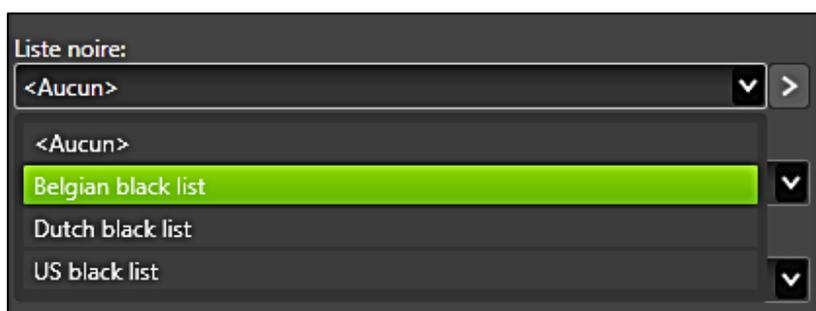
- Standard**
- Répondeurs inclus
- Tous les appels inclus

Le dialer Prédicatif Nixxis permet de spécifier les taux d'abandon objectif et maximum par activité.

Gestion des Listes Noires

Plusieurs catégories de listes noires peuvent être maintenues par le dialer Nixxis. Des listes noires valables pour toutes les campagnes ou pour des **campagnes spécifiques** peuvent également être définies. Si un numéro de téléphone est inclus dans la liste noire sélectionnée, celui-ci ne sera pas composé et sera qualifié automatiquement en «liste noire».

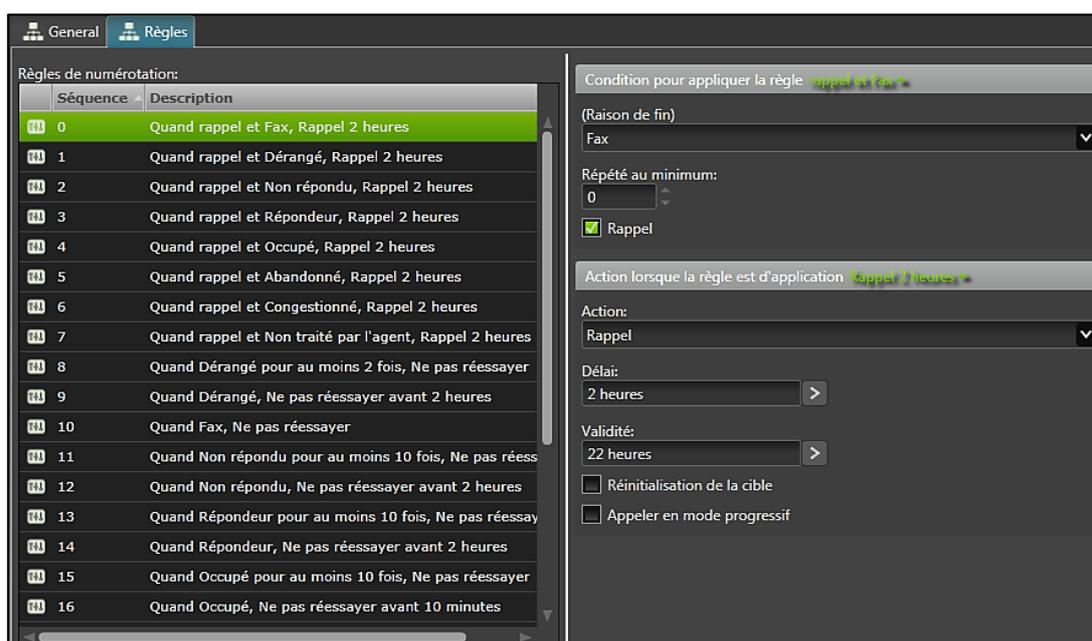
A noter que comme à ce jour, aucun mécanisme de téléchargement automatique des listes Bloctel/Opposetel n'existe en France et que d'ailleurs, celui-ci fonctionne sur le principe de la liste « blanche » (confirmation de l'autorisation d'appeler), d'autres mécanismes sont proposés par Nixxis pour la mise en œuvre tels que le filtrage et la segmentation (voir plus loin dans ce document).



Des listes noires multiples basées sur les différentes législations peuvent être gérées en parallèle et automatiquement.

Règles de rappels

Un nombre illimité et complets de règles de rappel peuvent être définies dans NCS. Les règles de rappel peuvent être définies sous forme d'ensemble (« set ») qui définiront activité par activité comment le **dialer doit réagir** lors de la prochaine tentative de numérotation en fonction du résultat de la numérotation précédente. Ces règles peuvent être basées sur le résultat de la tentative précédente (par exemple, le dialer peut agir différemment si la tentative précédente était "pas de réponse" ou lorsqu'il était "occupé") et sur le nombre d'essais déjà exécutés. Chaque activité pourra ainsi avoir son propre ensemble de règles de rappel. Cela garantit une **flexibilité totale** dans la manière dont le dialer rempli sa tâche.



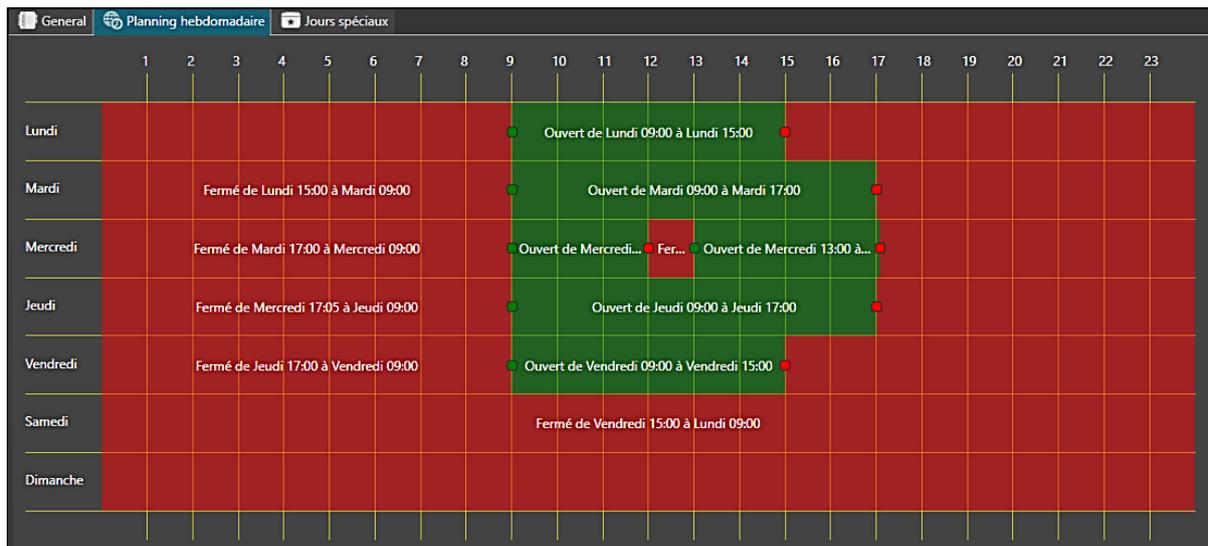
Un ensemble complet de règles de rappel fera en sorte que le dialer se comporte de la manière attendue.

« Blending » entrant & sortant sur tous les médias

Afin de renforcer encore plus la productivité de vos agents et en plus du « blending » sortant déjà expliqué plus haut, les agents peuvent également traiter **diverses activités entrantes** sur différents canaux média. NCS permet de définir le nombre de **sessions simultanées** qu'un agent peut gérer par média.

Planning de fonctionnement

À côté des horaires d'ouverture traditionnels pour les campagnes ou activités entrantes, vous pouvez également définir les **plannings de fonctionnement pour les activités sortantes**. Cela empêchera le dialer de composer des fiches clients en dehors du planning sélectionné.



Lancez vos activités sortantes quand cela fait le plus de sens afin de maximiser votre taux de décroché.

Vous pouvez également définir des **changements de mode de numérotation** (disons de « Prédicatif » à « Progressif ») basés sur le planning.

Gestion des fichiers d'appel

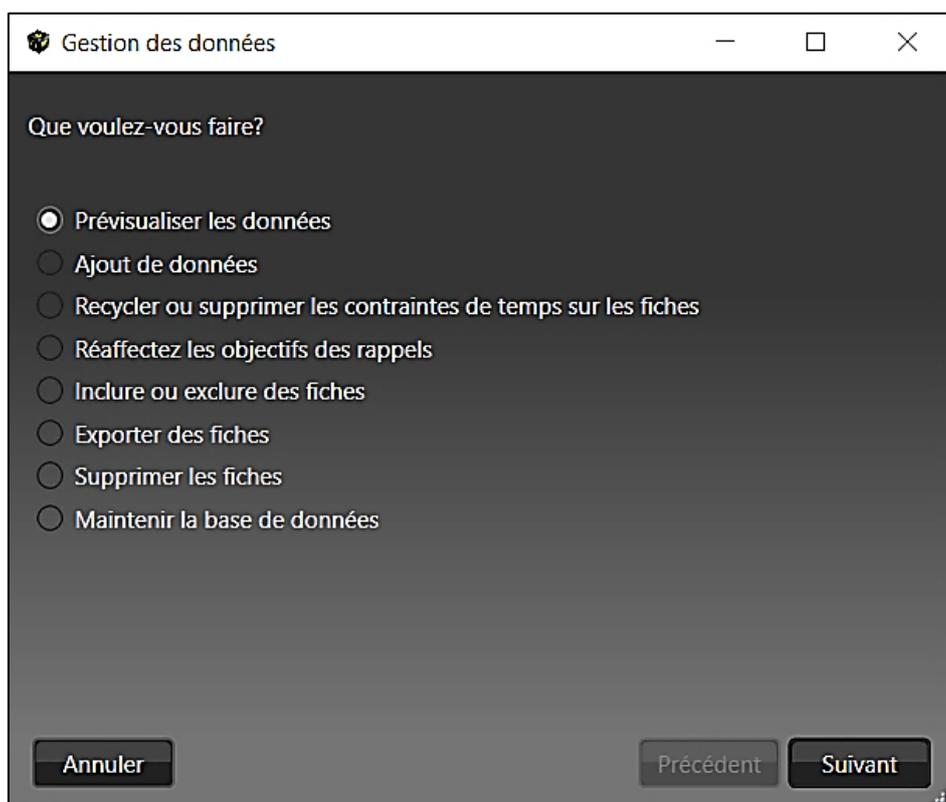
Un ensemble complet de fonctionnalités de **gestion des bases de données** est disponible au niveau de la campagne. Ils permettent entre autres :

- de visualiser les données/fiches clients
- d'ajouter/importer des fiches
- de recycler des fiches
- de réaffecter des fiches à différents agents
- d'exclure/inclure des fiches
- d'exporter des fiches
- de supprimer des fiches
- d'affecter des fiches clients à une activité précise
- de modifier le nombre maximal de tentatives fiche par fiche.
- et bien d'autres choses encore...

La réaffectation est par exemple un outil puissant qui permet par exemple, dans le cas des rappels personnels, de réaffecter des rappels prévus pour un agent qui est malade vers les agents présents ce jour-là.

L'assistant de gestion

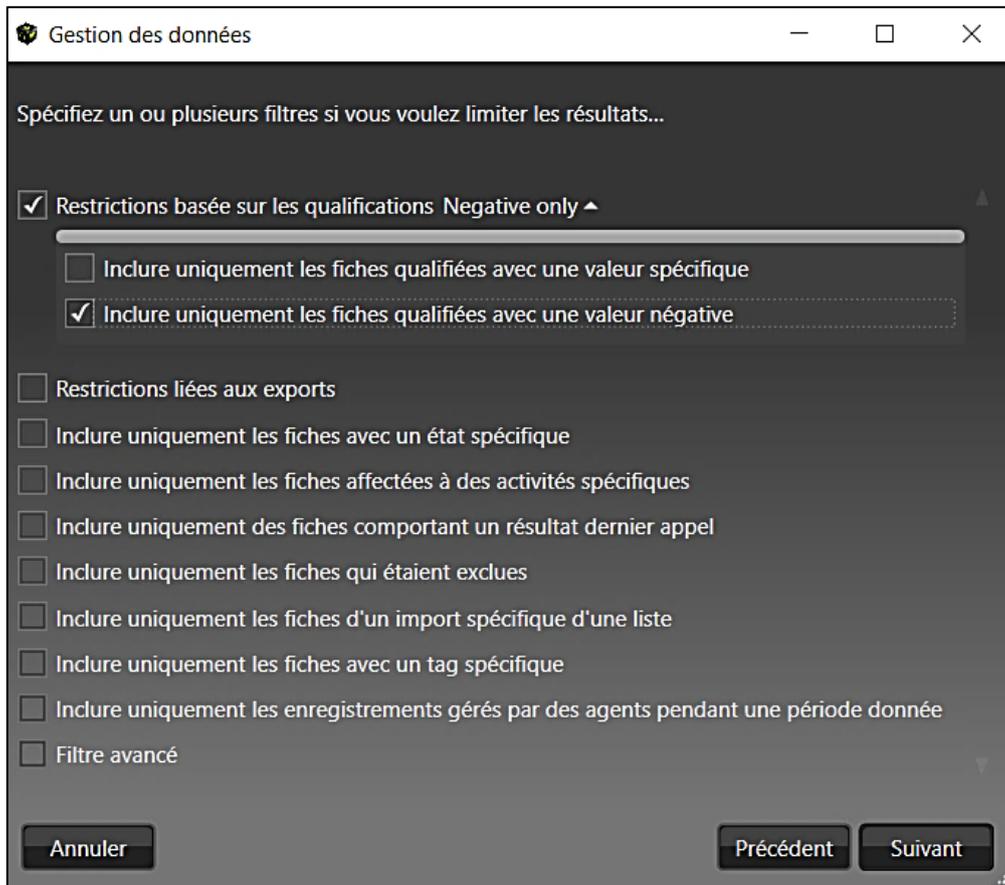
Lorsque vous décidez de travailler sur les bases de données, le système vous propose un assistant de gestion de base de données extrêmement avancé permettant à un personnel non-technique d'effectuer des tâches complexes sur les bases et sur les fiches clients.



L'assistant intégré permet de réaliser des opérations complexes sur les données de manière sûres et contrôlées.

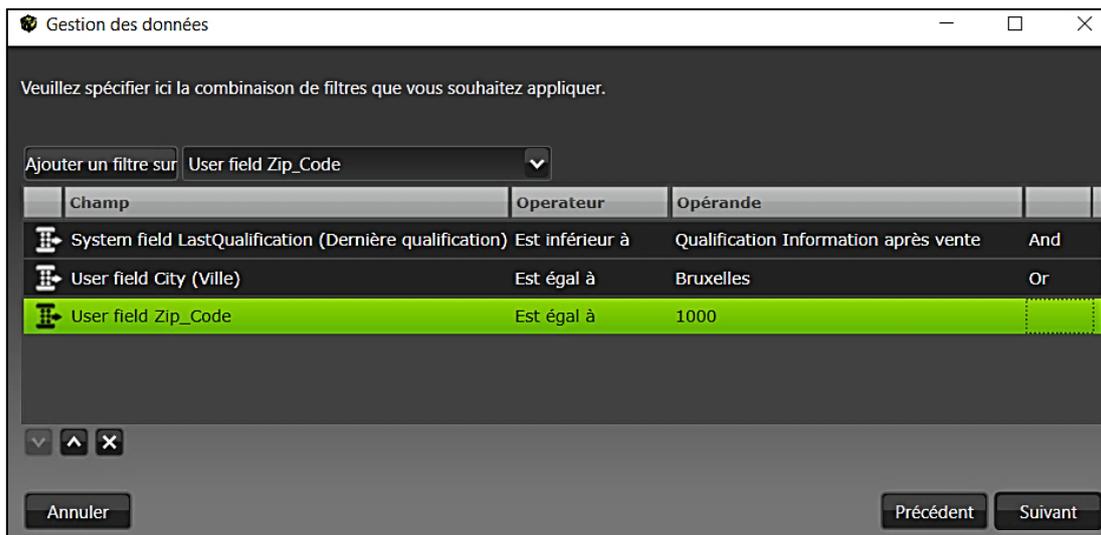
Les filtres d'action

Toutes actions qui est entreprise sur la base de données peut être bornée par l'utilisation de filtre qui permettront de définir les segments de la base de données qui seront touchés par cette action.



Les filtres sont combinables entre eux afin de ne concerner que les fiches choisies de la base de données.

Les filtres avancés vous permettent de construire des expressions complexes tenant compte de condition combinable en « Et » ou en « Ou », non seulement sur les champs système mais également sur les champs utilisateurs de la base de données.



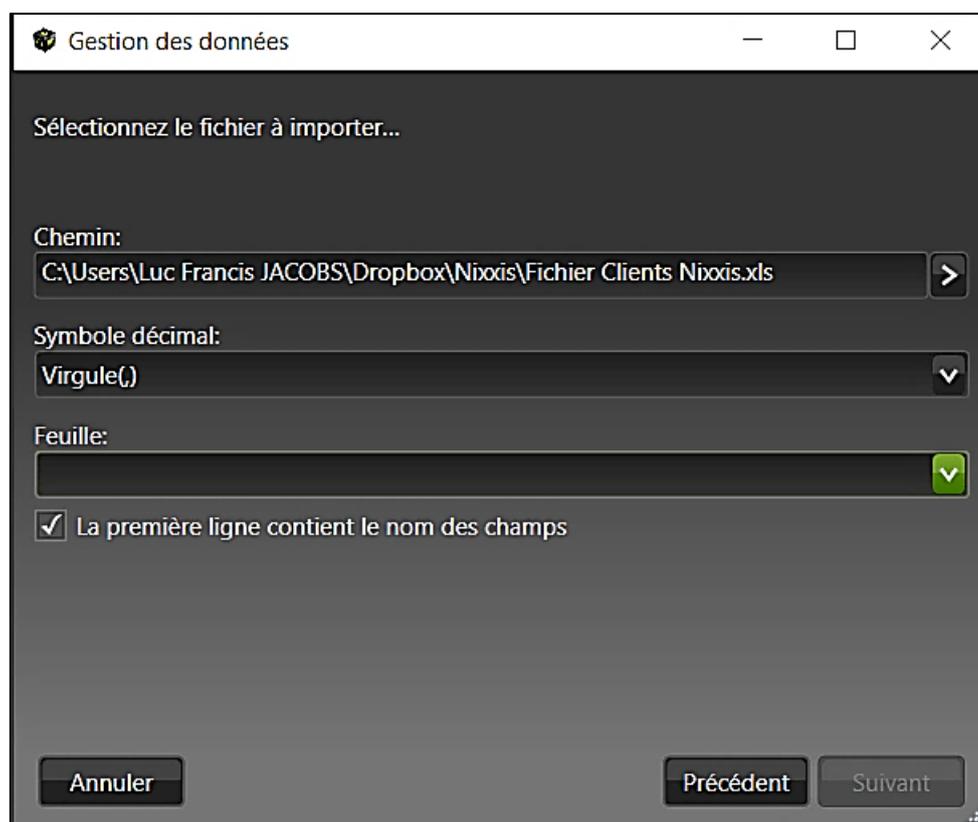
Les filtres avancés permettent de définir des expression logique complexes.

Il est donc très facile de suivre le guidage de l'assistant fin non seulement d'ajouter de fiches à la production mais également de réaffecter des rappels, d'inclure ou d'exclure des fiches, voire de recycler ou supprimer les contraintes de temps.

L'importation de fiches

A côté de l'injection automatique des fiches dans la base de données ou de la synchronisation avec votre CRM ou ERP, il est également possible d'ajouter manuellement des fiches à la base de données système en utilisant l'assistant « importation de données ».

Le format de fichier que vous pouvez utiliser est de type .xls ou .csv selon vos choix. Vous n'avez dès lors plus qu'à spécifier l'emplacement de ce fichier.



Premier écran de l'assistant pour « l'ajout de données ».

Si vous indiquez que la première ligne contient le nom des champs, le système va automatiquement affecter cette ligne à tous les champs qu'il trouvera dans le fichier importé.

Vous obtenez alors un premier écran où vous pourrez visualiser les 50 premières lignes de données qui seront importées dans la base afin de vous assurer qu'il s'agit bien du bon fichier.

Gestion des données

Le fichier contient 23 fiches. En voici un aperçu:

SOCIETE	CONTACT	FONCTION	TELL	TEL2	EMAIL	ADRESSE_1	ADRESSE_2	ADRESSE3	NUM_TVA	SEC
ATERNO	Jean-François RIVAS	DIR SYS ORG	0032 475929981		JFRIVAS@ATERNO.COM	3, rue des Hérons		67960 ENTZHEIM	FR 51 392 131 728	Ind
ATERNO	Eric RAZNY	DIR GEN	0033 3 88 55 11 27		E.RAZNY@ATERNO.COM	3, rue des Hérons		67960 ENTZHEIM	FR 51 392 131 729	Ind
B-CONNECTED	Marc PONNET		0032 2 519 22 11	0032 478 79 22 00	marc.ponnet@b-connected.be	6, RUE G.PETIT		1080 Bruxelles	BE 0466 663 040	Out
B-CONNECTED	Jimmy SELS		0032 2 519 22 11		jimmy.sels@b-connected.be	6, RUE G.PETIT		1081 Bruxelles	BE 0466 663 041	Out
SIPRACOM	Nazim ATALLAH		0033 6 13 94 95 87		nazim@sipracom.com	70, Rue Léon BLUM			FR 94 501 654 701	e-C
Me Manger	Michel ZAPICO		0032 87 68 05 10		zapico.michel@memangercestlesaider.be	9, rue du Midi		4800 Petit-Rechain	BE 0827 416 829	Che
c'est les Aider	Alex CANUETO		0032 87 68 05 29	0032 477 45 80 37	canueto.alex@memangercestlesaider.be	9, rue du Midi		4801 Petit-Rechain	BE 0827 416 830	Che
CCA/ICC	Laurent BALONCHARD	DIR INF TEL	0033 3 22 82 02 02	0033 6 82 39 15 90	l.balonchard@ccainternational.com	42-46, rue RIOLAN		80000 AMIENS	FR 07 409 709 342	Out
CCA/ICC	Sylvain LAURENT	Manager IT	34 3 22 82 02 02		s.laurent@ccainternational.com	42-46, rue RIOLAN		80000 AMIENS	FR 07 409 709 343	Out
CCA/ICC	Geoffrey Cuyaubère	Responsable des Achats	+33 1 53 05 75 12	+33 6 33 15 13 81	g.cuyaubere@ccainternational.com	77 avenue de Ségur		75015 Paris - France		Out
DYNAFIX	toujours des licences	mais plus client								
FOX ONLINE	Olivier GOULEAU		0033 2 47 95 34 34		ogouleau@fox-online.fr	ZI RICHELIEU TECHNOLOGIE 1, Gustav-Stresemann-ring		65189 WIESBADEN	FR 17 449 691 161	Out
HOMESERVE	Mme F. van de nadort	Project Mgr	0033 4 26 99 81 41	0033 6 19 87 72 03	frederiek.van-de-nadort@domoio.fr				DE 278 34 94 62	Ser
4DMC	Marc RUYGT	DIR	0031 30 850 18 43	0031 6 188 088 09	m.ruygt@4dmc.nl	3-5, Lorentzlaan		3401 MX ISSSELSTEIN UT	NL 823 20 95 68 801	Fun
ASTRID	Gaëtan HORLIN	DirCMgr	0032 2 500 67 96	0032 471 90 00 96	gaetan.horlin@astrid.be	54, bd du Régent		1000 BRUXELLES	BE 0263 893 151	Gov
MEDIACALL	Wulfran JAMILLIOUX		00230 202 00 80	00230 258 90 59	wulfran.jamilloux@mediaserv.com	5, rue Labourdonnais		PORT LOUIS Ile Maurice		Out
MULTICOM	Christophe Depireux	Sales DIR	0032 4 225 80 00		christophe.depireux@multicom-europe.com	37, rue WIERTZ		4000 LIEGE	BE 0431 894 973	
RISC GROUP	toujours des licences	mais plus client								
SPARTEL	Sam Hamid EL MEJJAD		0033 1 48 89 73 56	0033 6 14 29 38 22	sam@spartel.fr	10, rue de la Digue		94210 LA VARENNE	FR 11 482 52 37 19	Out
TALK FUNDRAISING	Jean GRARE				jean@talkfundraising.fr	110, rue Jean Jaures		62240 DESVRES	FR 70 497 72 46 41	Fun
TELEPRO-MARKETING	Jean-Marie FRITSCH	DG	0033 3 88 06 79 98	0033 6 98 94 28 59	jfritsch@tryba.fr	rue des Saules		67110 GUNDERSHOFFEN	FR55 450 228 101	Out
TELEPRO-MARKETING	Sophie WILLEM		0033 3 88 06 79 91		swillem@telepro-marketing.com	rue des Saules		67110 GUNDERSHOFFEN	FR55 450 228 102	Out
TRB	Michel PETRE	DG	0032 2 349 41 17	0032 477 87 11 00	m.petre@taxis.be	54-56, rue des Carburants		1190 Bruxelles	BE 0457 504 062	Tax

Annuler Précédent Suivant

Vous pouvez visualiser les 50 premières lignes du fichier à importer.

Ensuite, vous pouvez effectuer un mapping (cartographie) des champs à importer avec les champs existants afin de définir ce qui va où et dans quel format. Vous pouvez décider de ne pas importer, d'importer dans un champs existant ou de créer un nouveau champ avec le même nom ou un nom différent que vous aurez choisi.

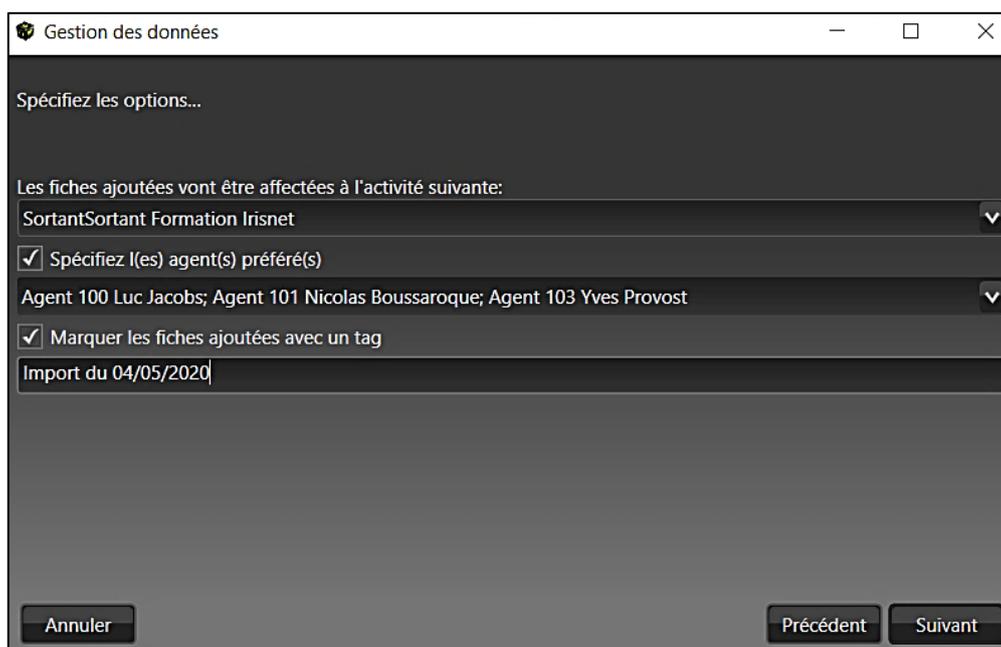
Sélectionnez les champs à importer...

Champ	Import	Nom du champ de destination	Nom initial du champ de destination	Type du champ de destination	Longueur du champ de destination
SOCIETE	Créer un nouveau champ	SOCIETE	SOCIETE	Chaîne	-1
CONTACT	Importer dans le champ	Name	Name	Chaîne	-1
FONCTION	Ne pas importer				
TELL	Importer dans le champ	Tel_1 (N° de portable privé)	Tel_1	Chaîne	20
TEL2	Importer dans le champ	Tel_2 (N° de téléphone privé)	Tel_2	Chaîne	20
EMAIL	Créer un nouveau champ	EMAIL	EMAIL	Chaîne	-1
ADRESSE_1	Importer dans le champ	Rue	Rue	Chaîne	-1
ADRESSE_2	Importer dans le champ	Zip_Code	Zip_Code	Chaîne	10
ADRESSE3	Importer dans le champ	City (Ville)	City	Chaîne	50
NUM_TVA	Créer un nouveau champ	Numero_de_TVA	Numero_de_TVA	Chaîne	-1
SECTEUR	Ne pas importer				

Le mapping des champs permet de créer de nouveaux champs au même moment.

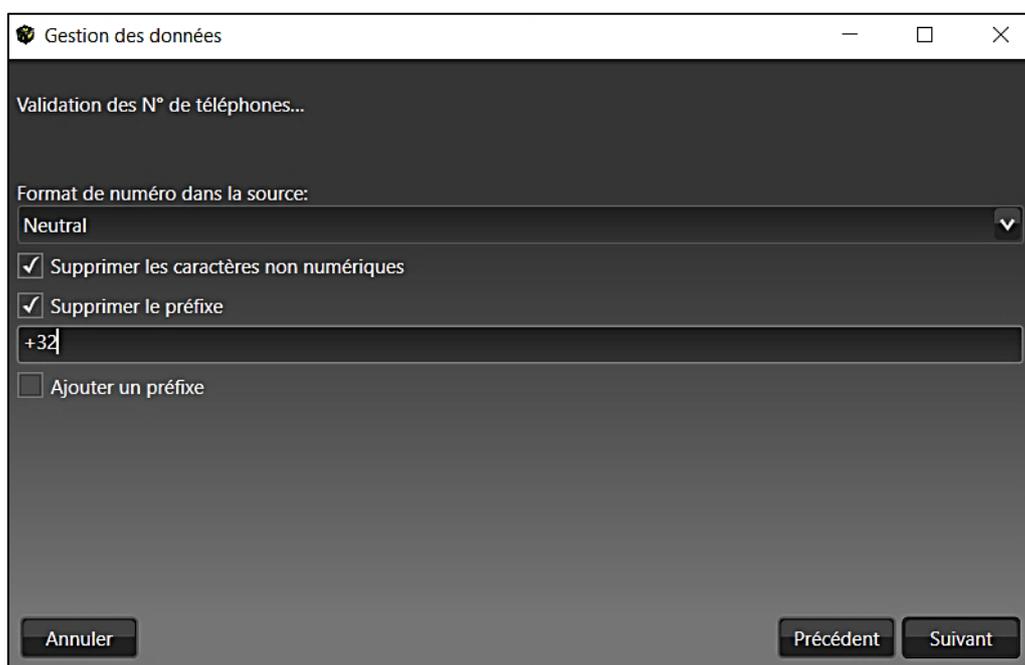
Il est possible ensuite dans l'écran suivant de déjà affecter les fiches importées à une activité spécifique et également les agents qui peuvent traiter ces interactions.

Un « tag » ou une étiquette spécifique peut ensuite être associée à cet import afin de pouvoir rapidement isoler les fiches importées et éventuellement les utiliser pour d'autres actions.



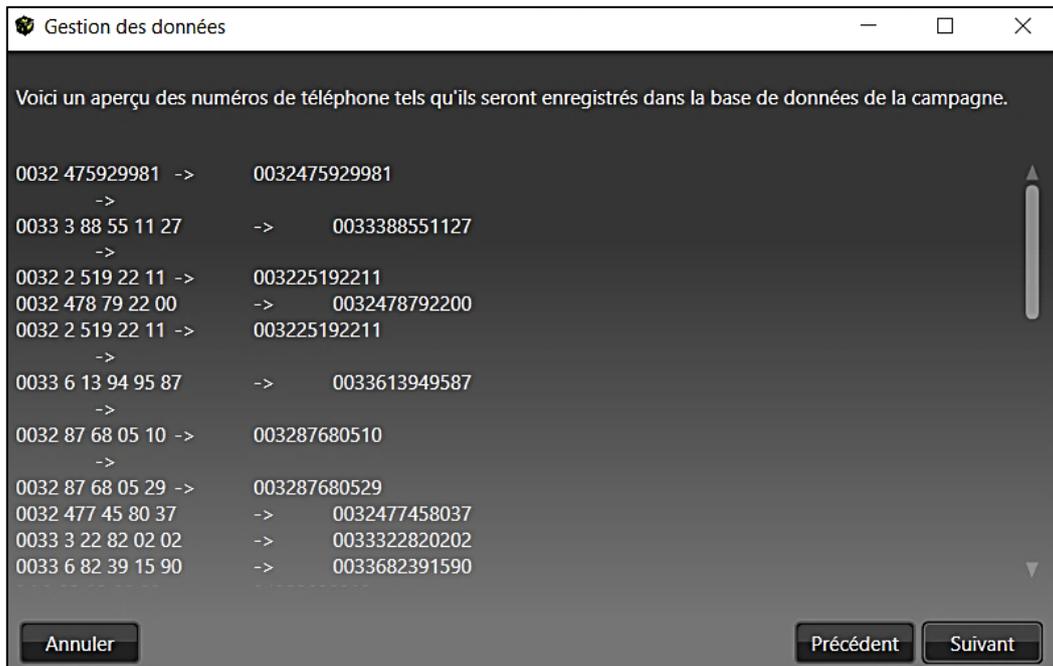
Les fiches peuvent être ajoutée à une activité spécifique, associés à certains agents ou être marquées d'un tag.

Si les format de numéros de téléphone doivent être modifié pour des raisons opérationnelles ou de fonctionnement de la partie télécom (voir les desideratas de l'opérateur), vous pouvez également effecteur des opérations de groupe sur ceux-ci.



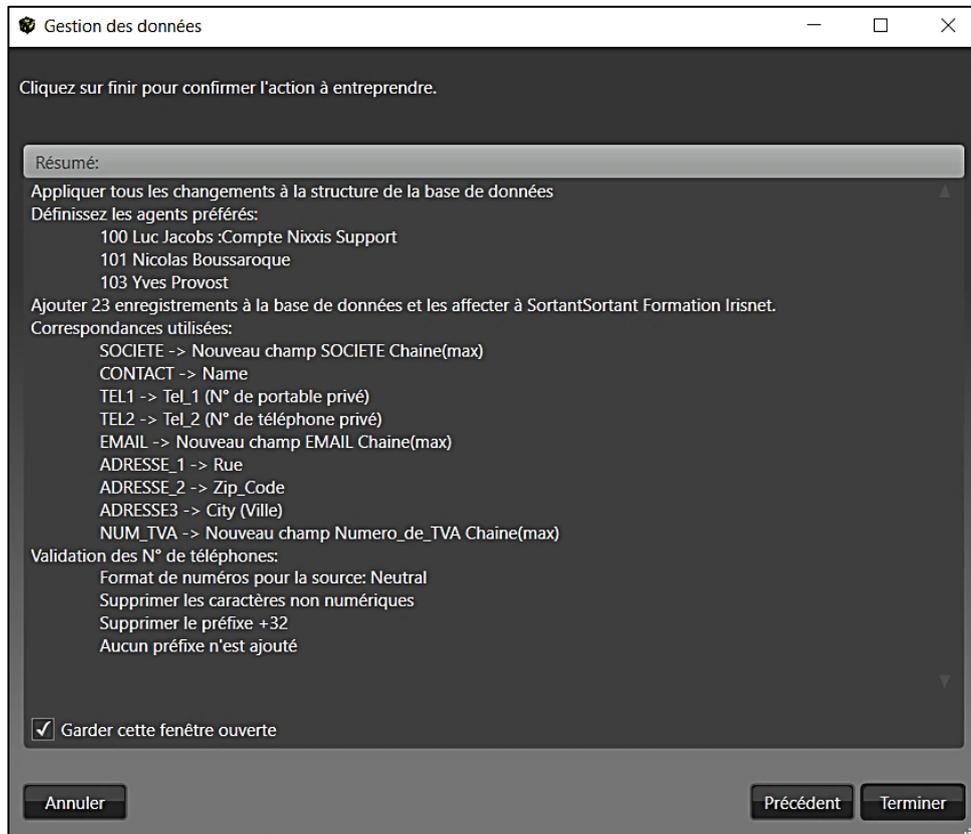
Des actions de groupe peuvent être définies sur les numéros de téléphone.

Le système vous indique alors dans un écran spécifique les actions qu'il va entreprendre sur les numéros de téléphone afin de vous permettre de la validé ou non. A chaque moment, il est d'ailleurs possible de cliquer sur « Précédent » pour corriger chacune des actions depuis le début.



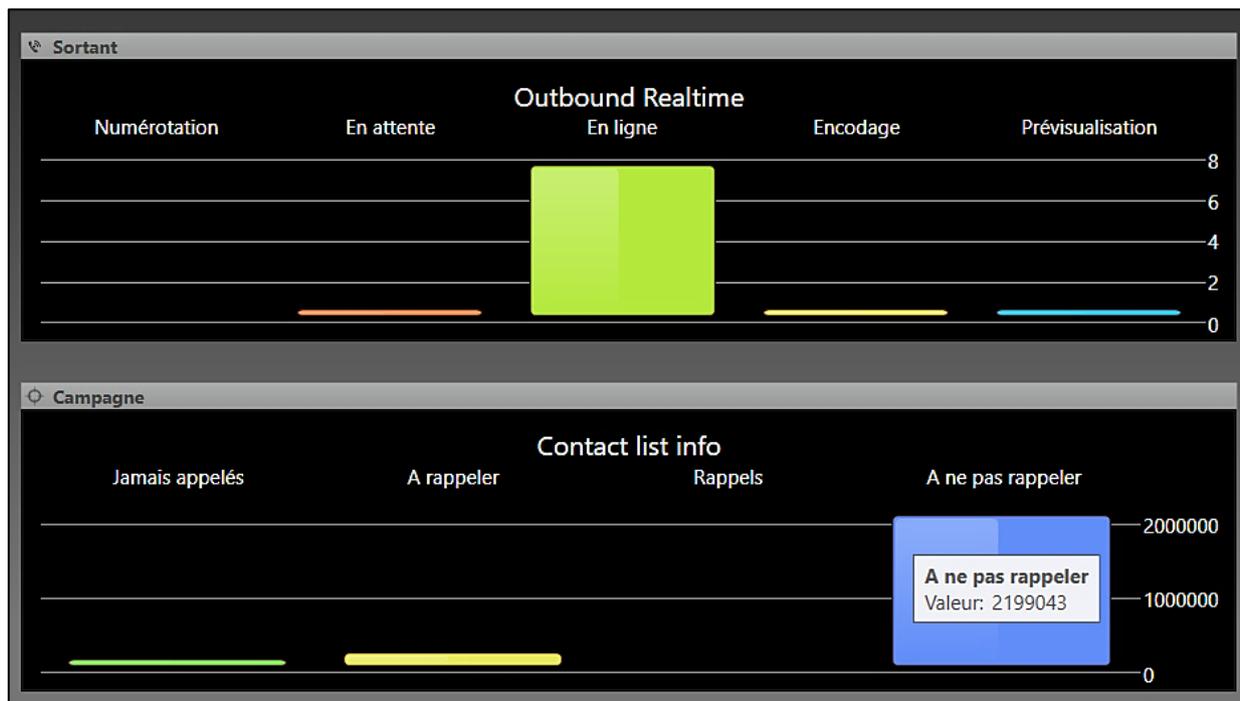
Les actions sur les numéros de téléphone vous sont montrées à l'écran.

Enfin, le système va vous indiquer dans un écran résumé, ce qu'il va effectuer comme actions sur les fiches à importer et là aussi, vous pouvez par le bouton « Précédent », corriger chacune de ces actions afin d'arriver au résultat désiré.



Résumé des actions que le système va entreprendre afin d'arriver à un résultat parfait.

Toute action sur les données est immédiatement prise en compte par le dialer et permet d'influencer la situation de la production en temps réels.



Les superviseurs ont une vision temps réel de la situation des bases de production.

Les superviseurs disposent en temps réels des tableaux de suivi permettant de surveiller non seulement l'état de la production mais également la situation des fichiers d'appel. Cela leur permettra de donner l'alerte suffisamment rapidement lorsque les fiches du jour commencent à manquer.

Le Futur des Appels Sortants

Les fonctionnalités proposées et futures offertes par le dialer Nixxis se concentreront toujours sur **l'optimisation des performances de l'agent et des campagnes** tout en respectant les nouvelles réglementations et directives gouvernementales. Les performances des agents peuvent être stimulées en utilisant un **« blending » intelligent des activités sortantes** et les performances de la campagne seront stimulées par les concepts **d'activités, de filtres, des plannings de fonctionnement et d'affectation d'agent/équipe par activité**.

Le principe de segmenter et de profiler les fiches clients deviendra encore plus important dans le futur.

Les restrictions légales limiteront davantage les activités sortantes. Le contrôle des taux d'abandon et les restrictions basées sur les listes noires limiteront la vitesse de numérotation des futurs dialers. Il deviendra de plus en plus critique d'obtenir des **résultats identiques - voire supérieur** - avec des **fichiers d'appel de plus en plus petits et coûteux**.

Le profilage et la segmentation de ces fichiers d'appel seront essentiels pour optimiser les performances de la campagne tout en restant conformes aux lois actuelles et à venir.

Les dialers devront adapter leur **stratégie de numérotation selon les objectifs** de la campagne et ajouter ou retirer des agents automatiquement en fonction de ces objectifs.

De plus, le dialer devra **analyser les résultats des appels** et la **productivité des agents** et **segmenter la base de données** en fonction de cette analyse. Les agents seront profilés également et travailleront sur des profils clients comparables. Le dialer adaptera sa stratégie automatiquement à mesure que la campagne se déroule.

Ces étapes sont déjà possibles dans la version actuelle du dialer Nixxis en utilisant notre **moteur de workflow** de manière intelligente afin d'éviter d'entrer ces paramètres manuellement dans le système. On peut gagner beaucoup de temps et de productivité des campagnes en automatisant ce travail. Comme le dialer adapte son fonctionnement de manière continue, le gain sur la performance de la campagne augmente considérablement.

Très bientôt, **l'analyse vocale** permettra de détecter l'état émotionnel des clients qui seront appelés. Sur base de ces états émotionnels, le dialer pourra sélectionner les agents qui sauront comment gérer ces états émotionnels des personnes contactées.

Chez Nixxis, nous croyons en la **qualité dans le monde des centres d'appels** en tant que philosophie derrière tout ce que nous faisons, que ce soit un simple développement de script ou la mise en œuvre d'une fonctionnalité technique complexe. Nous espérons qu'il en est de même pour vous.

N'hésitez pas à nous faire part de vos expériences et à nous aider à améliorer ce document par courrier électronique à info@nixxis.com.

Nous vous souhaitons un avenir en centre d'appel agréable, fructueux et couronné de succès.

Quelques Références



Nous Contacter



Siège social

54 Avenue Louise
B-1050 Bruxelles

Belgique	+32 2 3070000	Italie	+39 06 94803617
Afrique du Sud	+27 21 3002432	Japon	+81 3 45209652
Allemagne	+49 30770191489	Maroc	+212 660297945
Argentine	+54 11 53528223	Mexique	+52 55 36877100
Australie	+61 261 452465	Pologne	+48 22 3072165
Autriche	+43 720 884020	Portugal	+351 30 8803633
Bahreïn	+973 16198075	Roumanie	+40 316 300642
Brésil	+55 61 37172952	Afrique du Sud	+27 21 3002432
Bulgarie	+359 2 4925088	Espagne	+34 91 1238668
Canada	+1 613 6999163	Suède	+46 8 52500440
Chili	+56 3 5332619	Suisse	+41 31 5280514
Danemark	+45 89881909	Pays-Bas	+31 33 763 03 03
Espagne	+34 91 1238668	UK	+44 203 6086734
États-Unis	+1 202 3791191	U.S.A.	+1 202 3791191
Finlande	+358 9 42450470	Vietnam	+84 4 73014512
France	+33 7 50430373		

www.nixxis.com
sales@nixxis.com