

■ Corrigé de l'exercice – Centre de Relation Client (CRC)

PARTIE 1 – Questions ouvertes

1. Expliquez la différence entre appels entrants et appels sortants dans un CRC.

Les **appels entrants** sont initiés par les clients. Ils visent à résoudre un problème, poser une question ou faire une réclamation.

Les **appels sortants** sont effectués par les agents pour des actions comme la prospection, les enquêtes ou la vente proactive.

2. Donnez un exemple concret d'utilisation de la gestion des données dans un CRC pour améliorer l'expérience client.

Un CRC utilise les données issues du CRM pour identifier que plusieurs clients achètent un produit spécifique pendant les soldes. Il adapte alors ses campagnes marketing et offre des promotions ciblées, ce qui améliore l'engagement client et la satisfaction.

PARTIE 2 – Questions supplémentaires

3. Pourquoi l'intégration d'un CRC directement au sein de l'entreprise peut-elle être plus avantageuse que l'externalisation ?

L'intégration permet :

- Un **meilleur contrôle de la qualité**,
- Une **réactivité accrue**,
- Une **cohérence plus forte avec la culture d'entreprise**,
- Et une **personnalisation plus fine** des services offerts aux clients.

4. Citez deux outils digitaux essentiels pour un téléconseiller et expliquez leur utilité.

- **CRM (Customer Relationship Management)** : il permet d'accéder à l'historique client, de suivre les interactions et de personnaliser les réponses.
 - **Chat en ligne / Chatbot** : ces outils permettent de répondre rapidement aux questions fréquentes ou de guider les clients en temps réel sur les sites web.
-

PARTIE 3 – Mise en situation

5. Quels profils allez-vous recruter (3 rôles) et pourquoi ?

- **Téléconseiller** : pour gérer les appels, chats et emails clients.
- **Analyste de données** : pour analyser les comportements clients et améliorer les campagnes.
- **Community manager** : pour interagir avec les clients sur les réseaux sociaux et gérer la réputation en ligne.

6. Quels deux indicateurs de performance clés suivrez-vous les trois premiers mois ? Justifiez.

- **Taux de résolution au premier contact** : il montre l'efficacité immédiate du service et réduit les rappels.
- **NPS (Net Promoter Score)** : il reflète la satisfaction globale et la probabilité que les clients recommandent l'entreprise.