

Entreparticuliers.com répond mieux à l'appel de ses clients

Créé en 2000, **entreparticuliers.com** s'est imposé comme leader des ventes immobilières en ligne entre particuliers.

Dès 2008, le site dépasse le million d'offres publiées et les 500.000 transactions réalisées. En 2012, la société affiche un chiffre d'affaires de 7,5 millions d'euros. Entrepaticuliers.com dispose d'une équipe commerciale d'une trentaine de personnes et de son propre centre d'appel.

The screenshot displays the homepage of **entreparticuliers.com**. At the top, there is a navigation bar with categories like 'ANNONCES', 'FINANCEMENT', 'PRIX IMMOBILIERS', 'GUIDES & CONSEILS', and 'PASSER UNE ANNONCE'. Below this, the main content area is split into two columns. The left column is titled 'ACHETER UN BIEN IMMOBILIER' and contains a search form with fields for 'Situation' (France), 'Ville(s), Code(s) Postal, Département(s), Région(s)', 'Caractéristiques' (Appartement/Maison, Surface mini, N° pièces), and 'Budget' (Prix mini, Prix maxi). A 'RECHERCHER' button is at the bottom of the form. The right column is titled 'VENDRE UN BIEN IMMOBILIER' and features a large banner for '25 ans d'expérience et savoir-faire' with a 'PASSER VOTRE ANNONCE' button. A central section titled 'On cherche pour vous !' lists three steps: 1. Définir le bien que vous souhaitez acheter, 2. Nous vous proposons des biens correspondant à vos souhaits, 3. Mettez-vous directement en relation avec son propriétaire. Below the banner, there is a 'CRÉER UNE ALERTE' button and a 'Présentation du service' link. At the bottom, a section titled 'Notre sélection de biens immobiliers' shows a row of eight property images with labels like 'Maison à vendre' and 'Appartement à'. A 'Twitter' button with '164' is also visible.

Le projet d'évolution de son équipement informatique illustre parfaitement la manière dont les nouvelles technologies peuvent bénéficier directement aux métiers et contribuer aux résultats de l'entreprise, tout en soutenant la stratégie. Y compris pour une entreprise de taille modeste, et avec un investissement raisonnable.

Moderniser le centre d'appel

Fin 2011, le site souhaite améliorer la performance de son centre d'appel, élément capital de sa relation client qui permet aussi de faire la différence sur le Web. L'optimisation de son dispositif de réponse aux appels entrants vise à réduire le nombre d'appels non décrochés ou perdus, et à améliorer à la fois la satisfaction client et les conditions de travail des employés (alors moins confrontés à l'agacement des clients).

Début 2012, « la gestion de la relation client reposait sur un standard de marque Alcatel, proposant une gestion des appels téléphoniques très basique, et plutôt limitée, » explique **Fabian Lainé**, directeur des opérations chez entrepaticuliers.com.



Ayant déjà assuré la gestion de centre d'appels, ce spécialiste perçoit immédiatement les bénéfices que le site pourrait tirer d'une solution plus évoluée, avec un serveur vocal interactif (SVI), une distribution intelligente des appels en amont, une supervision évoluée des téléopérateurs et surtout un couplage téléphonie-informatique (CTI).

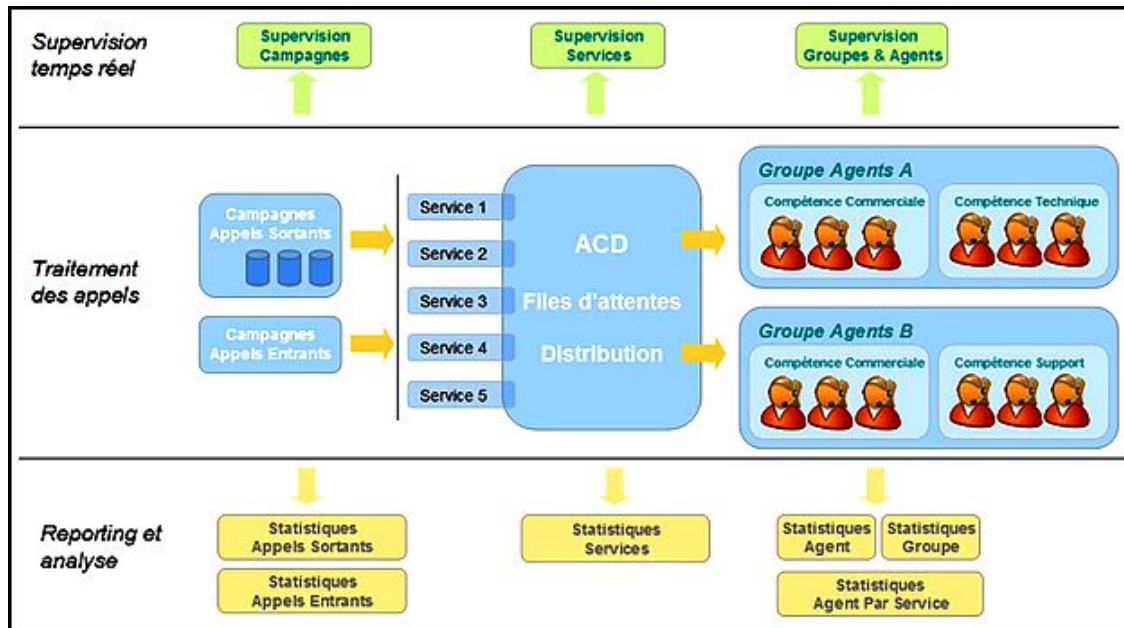
La simplicité avant tout

« Connaissant l'offre d'acteurs comme Alcatel ou Nortel à€" entre autres à€", je souhaitais également voir ce qui se faisait d'autre sur le marché. Et les solutions devaient s'adresser aux besoins d'une PME, avec une simplicité autant pour le déploiement que pour l'utilisation au quotidien, précise Fabian Lainé. Entrepaticuliers.com dispose d'une dizaine de téléopérateurs, et nous avons besoin d'une relation client plus évoluée. »

Finalement, la société fait appel à l'intégrateur télécom **NextiraOne** qui propose alors l'offre Kiamo de Conecteo. Une solution intégrée qui offre de multiples possibilités.

Au premier abord, la description séduit l'entreprise, et la solution semble avoir été conçue avec une flexibilité et une ouverture lui permettant de s'adapter aux besoins variables de l'entreprise.

« Avec Kiamo, il suffisait d'installer la solution comme une surcouche sur un serveur Microsoft et de la connecter à l'autocommutateur. Et le tout avec très peu de configuration. En tout cas, sur le papier, se souvient Fabian Lainé. Et cela s'est révélé exact sur le terrain. »



Auparavant, chaque téléopérateur était directement connecté à l'autocommutateur. Il était alors très fréquent d'avoir à se repasser les appels entre opérateurs. Autant de temps perdu et de mauvaise expérience client ! Sans oublier l'indisponibilité, l'agacement et la perte de productivité des téléopérateurs.

Prise en main et intégration à la hauteur

Le déploiement est réalisé en un mois, en aout 2012. Et la solution s'intègre simplement à la solution CRM maison.

« Un spécialiste de NextiraOne m'a formé sur le tas, pendant la phase de déploiement qui a duré 5 jours. Une initiation qui s'avère suffisante pour me rendre totalement opérationnel, » s'étonne encore Fabian Lainé.

Les 10 téléopérateurs et leurs managers ont été formés en deux vagues d'une demi-journée. La simplicité de l'interface Web rend l'utilisation très intuitive.

Désormais, il devient possible de définir de multiples scénarios, avec des routages liés aux compétences des téléopérateurs, avec le SVI pour acheminer précisément les appels après qualification de la demande. Et le couplage avec l'informatique permet au téléopérateur le plus pertinent de recevoir l'appel tout en voyant automatiquement la fiche du client à l'écran.

« En outre, nous avons pu mettre en place une politique efficace et respectueuse d'enregistrement et de recherche parmi ces enregistrements. Et des tableaux de bord affichent des indicateurs de performance précis en temps réel : appels reçus, taux de décroché, temps de réponse, etc. » ajoute Fabian Lainé.

Pour la conquête des clients, entraparticuliers.com utilise essentiellement sur la solution Hermes de Vocalcom, via des appels sortants. « Il était primordial de déployer une passerelle entre Kiamo et Hermes », souligne Fabian Lainé. « à€ cette occasion, nous avons été bluffés par la simplicité d'intégration, malgré la complexité de cet autre outil. Sans oublier la richesse fonctionnelle de Kiamo. »

Des bénéfices concrets et mesurables

Entreparticuliers.com se montre très satisfait de sa solution.

« Nous constatons clairement une plus grande disponibilité des équipes pour les clients », rapporte Fabian Lainé. « Aucun appel n'est rejeté aux heures normales. Auparavant, le débordement d'appel était redirigé vers une boîte vocale. Outre les abandons, le traitement en deux temps mécontentait tout le monde. Non seulement cela générait une surcharge pour les rappels et un plus grand encombrement ; mais surtout, cette attente inquiétait le client. »

Les diverses mesures et tableaux d'abord apportent plus de visibilité sur l'activité, favorisant l'optimisation des processus. Et la mesure de la qualité permet d'améliorer encore la relation client.

Aujourd'hui, le client est directement routé sur l'interlocuteur le plus pertinent, ce qui renforce sa confiance et l'interactivité positive. Cela facilite aussi la gestion des cas complexes et réduit l'agacement de tous. En effet, les discussions portent alors vraiment sur le problème du client, et en évitant les multiples allers-retours.

« Entreparticuliers.com gère ainsi tous les flux téléphoniques des clients. Nous souhaitons rapidement pouvoir gérer tous les médias via Kiamo : les e-mails, le tchat qui devient important, et les réseaux sociaux, » conclut Fabian Lainé.