

Orange Business Services remet à plat sa relation clients

Grosse machine de guerre, Orange Business Services (OBS), la filiale Entreprises de France Télécom a parfois été critiqué pour son manque de souplesse et de réactivité. Il faut dire que l'opérateur compte 130.000 clients entreprises de plus de 20 salariés et une part de marché d'environ 80%...

Dans une logique de service de plus en plus prisée par les entreprises, le groupe a décidé de remettre à plat sa relation clients. Comme ses concurrents, OBS a très vite cerné deux exigences des entreprises : la proximité et la simplicité. C'est autour de ces deux axes que l'opérateur a remodelé ses services.

« Accompagnement, réactivité et proximité sont essentiels. Nous comptons 1.000 commerciaux, une force de frappe importante qui permet à chaque clients d'être en relation avec un contact unique », explique Denis Simsek, directeur commercial.

Ce qui n'empêche pas quelques ratés. La montée en charge unilatérale [en juin dernier](#) de l'anti-spam fourni à ses clients a provoqué une belle pagaille car personne n'avait été prévenu. L'exemple qui confirme la règle sans doute.

« En terme d'expertise technique, nous avons également adopté un discours orienté usages et non pas technologique. Il s'agit de rentrer dans la logique business de l'entreprise et de démontrer les bénéfices qu'elle peut tirer d'une nouvelle technologie », poursuit-il.

Dans le même temps, et c'est le point le plus important, OBS a décidé de renforcer et de simplifier sa relation client en ligne. *« De nombreux clients veulent bénéficier d'un canal de relation en ligne pour leurs opérations simples, pour gérer leurs services de mobilité, voix ou Internet. 45% des entreprises françaises souhaitent pouvoir activer des services en ligne, selon une étude que nous avons réalisé », souligne Denis Simsek.*

Déjà très fréquenté (300.000 transactions par mois), le site a été refondu pour plus de simplicité. Il donne accès à des outils d'administration (création de comptes, de boîtes mail...) en temps réel grâce à un accès direct à la plate-forme de services d'OBS. On peut également y effectuer des commandes, accéder aux factures, à la maintenance (alertes), aux tableaux de bord du réseau à des informations... Une page spécifique pour la gestion des mobiles est également présente. A noter néanmoins que les grands comptes, dont les besoins sont plus complexes, auront droit à un espace spécifique, qui sera lancé au premier semestre de l'année prochaine.

L'objectif est de pousser de plus en plus d'entreprises à utiliser cette plate-forme. A ce jour, 40% des clients d'OBS ont un compte en ligne.

Une chose est sûre, la satisfaction client est au coeur de la démarche d'OBS. Elle est désormais continuellement mesurée et impacte la partie variable des salaires des commerciaux. L'opérateur cherche même à mesurer si cette satisfaction pousse les clients à recommander ses solutions auprès de son écosystème. Mais sur cette question, Orange Business Services reste encore discret.