

Un **centre d'appels** en Tunisie

Trois mille personnes se rendent chaque année dans les centres de formation SPG.



Pour améliorer la qualité de son service, SPG s'est dotée d'un centre d'appels. Pour ce faire, la société a fait appel à l'éditeur Point Information Systems et au savoir faire en intégration de Novaxis. Mohamed Sahbi Gargouri gérant de SPG Services, nous en dit plus.

Software Productivity Group, plus connu sous le patronyme de SPG, s'est fait un nom dans le secteur du service informatique tunisien. La société agit pour ce faire selon trois axes d'activités : la formation, le support technique informatique tant logiciel que matériel entrant dans le cadre de sa propre distribution et enfin, l'assistance. Ses missions la conduisent également à renseigner aussi bien des grands comptes que des PME. Trois métiers donc, pour trois entreprises distinctes : SPG SA pour la distribution, SPG Multivision en ce qui concerne la formation et SPG Services à laquelle nous nous sommes plus particulièrement intéressés car cette dernière est en charge du projet que nous allons évoquer.

A la mode

Dès la fin d'année 1998, l'entreprise mène une réflexion globale sur la gestion des flux informationnels entre les trois entreprises du même

groupe, dans le secteur du service informatique où la concurrence est particulièrement rude, d'autant que la Tunisie a conclu un partenariat de libre échange avec l'Europe économique. La structure qui se construira sera donc commune aux trois entités, ce qui permettra aux clients de SPG Services de recruter ses clients sur le portefeuille des deux autres sociétés et inversement. SPG est en effet bien consciente que les nouveaux clients sont plus difficiles à aller chercher à l'extérieur et joue sur le tableau de la fédération : le client de SPG Multivision connaît forcément les autres activités de SPG, l'approche commerciale étant par ce biais à moitié engagée. Le centre d'appels lui apparaît alors comme un bon moyen de réaliser ses ambitions. Et malgré sa petite taille, l'entreprise se montre également bien décidée à prendre les devants du marché technologique et à s'équiper "à la toute dernière mode informatique".

Après la pluie...

En quête d'informations, l'entreprise s'intéresse de près aux événements salons traitant à la fois de relation client et de centres d'appels. Elle noue lors de l'année 1999 des contacts poussés avec l'éditeur Pivotal, une expérience qui avortera par la suite en raison de débordements de délais trop importants. « Mais il faut tirer la leçon de toute chose et cette épreuve nous a certainement aidé à mieux nous investir par la suite dans le projet » nous explique Mohamed Sahbi Gargouri. L'entreprise persiste dans sa démarche et remarque lors du dernier salon MVI Procom l'éditeur Point Information Systems. « Notre projet si petit soit-il a tout de même suscité l'intérêt de l'éditeur. Rapidement, nous avons eu un très bon relationnel avec Point dont la disponibilité nous est apparue comme un élément très positif. Les relations que nous avons entretenues se sont clairement positionnées sur le plan partenaire-partenaire » stipule notre interlocuteur.

Une décision

Forte de ce premier contact prometteur, SPG lance de façon tout à fait traditionnelle un appel d'offres à la fin du mois de mars. Elle reçoit par la suite les propositions de quatre éditeurs : Pivotal, Enéide (devenu Coheris), MOC Ingénierie et Point Information Systems. Le but que SPG se fixe est de mettre en place des process métiers et de ne pas se cloisonner sur un modèle en



Mohamed Sahbi Gargouri, gérant de SPG Services.

particulier : la société gère en effet une chaîne de services complète allant, par exemple, de la formation au contrat post-formation en passant par le traitement des inscriptions. Autre mission, aller très loin dans le processus de CRM et analyser précisément les points de satisfaction et de non satisfaction du client. « Nous nous sommes au final tournés vers Point Information Systems qui semblait combler tous nos desiderata. Les outils de MOC Ingénierie et de Enéide ressemblant plus à des solutions de scripting » complète-t-il.

Intégrateur habituel

Une fois son partenaire éditeur choisi, l'entreprise se pose alors des questions quant à l'identité de son futur intégrateur. « A deux mille kilomètres de distance, nous nous imaginions que les possibilités étaient restreintes. Cependant, nous souhaitons une société de services qui garde une taille humaine et avec laquelle il n'existerait pas de rapport de force. Du fait de l'importance du budget d'intégration alloué, nous étions particulièrement sensibles aux références que montrerait cette société dans des secteurs similaires au nôtre » expose Mohamed Sahbi Gargouri. Point Information Systems propose en fait son "intégrateur habituel" Novaxis qui réalise une partie du travail sur place et l'autre à Paris. Pour le bon suivi du projet, SPG dédie un consultant interne à

plein temps et forme un comité de pilotage dans lequel les trois entités concernées s'expriment sur leurs besoins, sachant que notre interlocuteur tient un rôle d'arbitrage. De son côté, l'éditeur répond aux besoins particuliers de SPG en fournissant une gestion des supports techniques et une vision multi-société, soit au total quatre modules (le noyau, la vente, le marketing et le support technique). Un CTI vient enfin compléter l'architecture en place.

Rapidité

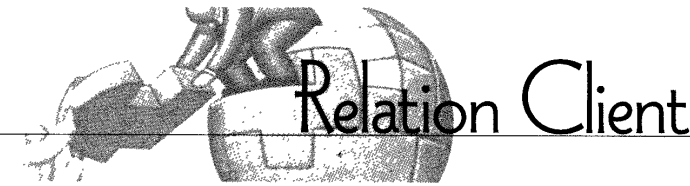
Une installation très rapide si on considère la prise de décision intervenue en mai, suivie de l'analyse fonctionnelle en juin et du paramétrage en juillet, pour un démarrage au 14 octobre. Cette performance, notre interlocuteur l'attribue en partie « au fait d'être soumis aux normes ISO et au facteur temps très important pour une petite entreprise ». Pour garder le principe de séparation des activités même si tous se retrouvent sur le même plateau, SPG sectorise son organisation : huit personnes sont ainsi en charge du support technique et huit autres de la télévente, le dix-septième poste étant occupé par le superviseur. De leur côté, les

décideurs bénéficient également de la solution, ce qui leur permet de réaliser des opérations commerciales appropriées. Mais pour en arriver là, un important travail de mise à jour et de qualification de la base de données contacts et clients aura été effectué. Une mission d'importance qui aura mobilisé six personnes.

Satisfecit

Une nouvelle organisation d'autant mieux appréciée que la société n'utilisait auparavant que les tableurs Excel pour le suivi de ses contacts. « Le jour et la nuit pour nos télévendeurs. Outre cette amélioration considérable, nous profitons désormais d'une meilleure synthèse des informations, d'une meilleure qualité de service et d'un reporting activité téléconseiller par téléconseiller. Même si peu de statistiques sur la clientèle ont été réalisées jusqu'ici puisque le centre d'appels n'accueille que depuis peu les appels entrants, nous jugeons notre installation très satisfaisante et ce, indépendamment de tout phénomène de mode. Il faut préciser que l'investissement alloué (3,5 millions de francs) est assez conséquent » conclut notre interlocuteur.

© Sylvie Druart



SPG SA emploie quarante-cinq personnes et réalise un chiffre d'affaires de 35 millions de francs.

