

La vérité sur le cloud pour les petits centres de contact



Vous avez dû entendre parler du cloud. Mais a priori, le cloud est bien le dernier de vos soucis. Comme de nombreux dirigeants de PME, vous devez d'abord et surtout satisfaire des clients de plus en plus exigeants, maintenir la concurrence à distance et maîtriser vos coûts. Vous n'avez ni le temps, ni les budgets à consacrer à des solutions qui vous exposent à des risques, des coûts cachés ou des complications inutiles. À première vue, le cloud pourrait bien appartenir à cette catégorie. À moins que l'on puisse vous convaincre rapidement du contraire.

Et si un centre de contact dans le cloud pouvait améliorer radicalement votre expérience client, vos opérations et vos résultats ? Beaucoup d'entreprises ont déjà fait ce choix. Et elles ont de bonnes raisons. Selon une récente enquête réalisée par Frost & Sullivan auprès de 2 000 décideurs informatiques internationaux, 36 % ont déjà migré leurs applications d'expérience client vers le cloud, tandis que 50 % prévoient de franchir le pas dans les trois prochaines années.

Mais malgré une adoption globale en hausse, certaines entreprises doutent encore des avantages d'un centre de contact dans le cloud. C'est pourquoi cet eBook se propose de démonter les mythes entourant les centres de contact dans le cloud, en s'intéressant plus particulièrement aux petites structures de moins de 50 postes.

Sommaire

Introduction	2
Définition : Qu'est-ce qu'un centre de contact dans le cloud?.....	3
Qui utilise des centres de contact dans le cloud?	4
Pourquoi le cloud?	5
Le cloud et les petits centres de contact : la fin des idées reçues.....	6
Mythe n° 1 : Les données ne sont pas aussi sécurisées dans le cloud	6
Mythe n° 2 : La migration vers le cloud provoque trop de perturbations	7
Mythe n° 3 : Le cloud renferme des coûts cachés	8
Calcul du ROI d'un centre de contact dans le cloud.....	9
Critères de sélection d'un fournisseur cloud.....	11
Conclusion.....	12

Définition : Qu'est-ce qu'un centre de contact dans le cloud ?

Dans un modèle cloud, un prestataire fournit les fonctions et applications du centre de contact par Internet, sous forme de SaaS. Il s'agit plus précisément d'applications et services voix et données que les clients paient à l'usage, selon un modèle pay-as-you-go.

De fait, le fournisseur prend à sa charge les coûts d'achat et de maintenance de tous les équipements du centre de contact. Le client libère ainsi du capital à investir dans d'autres domaines de son activité. Au final, les entreprises peuvent réduire leurs coûts et gagner en simplicité, sans rien perdre en fonctionnalités. C'est pourquoi le cloud s'est si massivement imposé dans l'univers des centres de contact au cours des cinq dernières années.



Qui utilise des centres de contact dans le cloud ?



Le rapport de force a changé. Les clients exigent désormais que les entreprises aillent à leur rencontre sur le canal de leur choix. Certains privilégient le chat. D'autres ne voient que par les réseaux sociaux et exigent des réponses rapides. D'autres enfin gèrent tout depuis leur smartphone. Sans oublier les canaux plus traditionnels comme le téléphone ou l'email.

D'après l'étude « IDC FutureScape: Worldwide SMB 2017 Predictions » (prévisions 2017 pour les PME dans le monde) publiée en décembre 2016, le taux d'adoption du cloud par les entreprises de moins de 100 salariés a bondi, passant de moins de 20 % à plus de 70 % en seulement cinq ans. Par ailleurs, le nombre moyen d'applications et services cloud approuvés par la DSI (c'est-à-dire hors « shadow IT ») a considérablement augmenté.

À tel point qu'aujourd'hui, les petites entreprises utilisent en moyenne quatre applications et services cloud.

Pourquoi le cloud ?

Les entreprises se tournent vers le cloud notamment pour améliorer l'expérience client offerte, mais aussi pour gagner en performances et en compétitivité.

D'après les chiffres de l'enquête IDC 2016, les PME les plus performantes (qui déclarent une hausse de leur chiffre d'affaires sur l'année précédente) migrent vers le cloud. L'examen des données est révélateur :

- Ces PME les plus performantes sont 10 % plus nombreuses à privilégier le cloud pour déployer de nouvelles solutions IT.
- Aux États-Unis, les PME les plus performantes adoptent une vision stratégique de l'informatique dans le cloud. Elles considèrent que le cloud leur donne toute l'agilité nécessaire à leur compétitivité. A contrario, les entreprises les moins performantes assimilent le cloud à un coût plutôt qu'à un levier pour leur activité.

Le cloud agit également positivement sur l'expérience client. Un rapport Ovum de 2016 intitulé « United States SoHos and SMEs: Digital Skills and Needs » (Compétences et besoins digitaux des TPE et PME aux États-Unis) révèle que l'interaction clients représente l'axe d'amélioration n° 1 pour les petites entreprises. Dans tous les secteurs d'activité, l'expérience client est considérée comme un facteur de différenciation majeur.

Pour rivaliser avec les grandes entreprises, les PME misent donc sur leur plus grande proximité avec le client. Les grandes entreprises mobilisent des équipes et des moyens considérables pour donner l'illusion qu'elles connaissent chaque client individuellement, mais seules les petites entreprises en sont réellement capables. Pour elles, cette relation étroite et personnelle se traduit en une expérience véritablement individualisée, synonyme de clients plus fidèles et de chiffre d'affaires en hausse.

Frost & Sullivan estime que ces quatre avantages seront autant de moteurs de la transition des centres de contact vers le cloud ces trois prochaines années :

- Simplicité d'utilisation et vitesse de déploiement
- Réduction des coûts informatiques des centres de contact
- Évolutivité à la demande et agilité pour les métiers
- Bouquet fonctionnel enrichi pour des expériences clients omnicanal

Le cloud et les petits centres de contact : la fin des idées reçues



Mythe n° 1 : Les données ne sont pas aussi sécurisées dans le cloud

Les préjugés ont la vie dure : on entend encore souvent dire que les données stockées sur site sont mieux protégées que dans le cloud. La crainte d'une violation de sécurité constitue en effet l'un des grands freins à la migration d'un centre de contact vers le cloud. Pourtant, les experts en sécurité sont formels : la plupart des violations de sécurité découlent d'un accès physique non autorisé aux systèmes sur site.

Pour sa part, un fournisseur cloud doit se soumettre à des obligations très contraignantes pour sécuriser ses technologies, depuis les lieux physiques de ses data centers jusqu'aux politiques, procédures et mesures de protection des données.

Tout d'abord, les certifications obtenues par le data center méritent un examen minutieux. Les plus grands fournisseurs de solutions cloud utilisent des plateformes fiables et éprouvées comme Amazon Web Services (AWS) et ses data centers certifiés SSAE-16, PCI, HIPAA (Health Insurance Portability and Accountability Act), FedRAMP et bien d'autres encore.

Mais à elles seules, les certifications ne suffisent pas à repousser les attaquants. D'autant que de

nombreuses entreprises misent tout sur la prévention, mais sont mal protégées en cas d'intrusion. L'approche la plus efficace pour se prémunir des attaques consiste à crypter l'ensemble du trafic dans le cloud, ainsi que toutes les données au repos. C'est au fournisseur de centres de contact dans le cloud qu'incombe ce cryptage. De lui dépendent l'obtention des certifications nécessaires et la conformité aux différentes législations en vigueur. Les fournisseurs cloud devront également mettre en place des mécanismes automatiques de détection des intrusions et se soumettre à des tests réguliers de certification, réalisés par des spécialistes renommés des tests d'intrusion et du hacking éthique.

Si le cryptage de l'ensemble du trafic voix de votre réseau est une priorité absolue, recherchez un fournisseur de centres de contact dans le cloud qui propose cette option. Les leaders de ce marché peuvent en effet sécuriser vos communications internes et externes selon vos exigences et vos besoins.

Au final, la plupart des dirigeants d'entreprise et responsables IT admettent que les mesures draconiennes prises par leur fournisseur cloud dépassent tout ce que leur propre entreprise pourra jamais atteindre en termes de sécurité.

Le cloud et les petits centres de contact : la fin des idées reçues

Mythe n° 2 : La migration vers le cloud provoque trop de perturbations

Lorsque le service client représente un point central de votre activité, la migration de vos systèmes critiques vers le cloud peut dissuader par son côté perturbateur. Au stade de l'évaluation des fournisseurs cloud, vous pouvez donc vous heurter à certaines réticences au sein de l'entreprise. Souvent, les principaux intéressés en interne craignent que la consolidation autour d'une seule et même solution risque d'engendrer un processus d'implémentation fastidieux, compliqué et forcément perturbateur pour l'activité. D'autres s'inquiètent des interruptions de service et de leur impact. Enfin, nombreux sont ceux qui estiment que les utilisateurs boudent les nouvelles applications si elles ne sont pas suffisamment intuitives ou exigent une longue formation.

Pour lever tous ces doutes, les grands fournisseurs de centres de contact dans le cloud s'en remettent à une série de bonnes pratiques. Plutôt qu'une personnalisation approfondie, elles optent pour une configuration automatique. Les meilleures solutions sont créées spécialement pour le cloud, et non simplement adaptées au cloud. Cette approche garantit une plus grande simplicité d'utilisation et accélère les déploiements, non seulement lors de l'implémentation initiale mais aussi au fil des chan-

gements, qu'il s'agisse d'ajouter un nouveau site distant ou d'intégrer une entreprise rachetée. Rappelons à cet égard que les services accessibles par Internet évitent de dépenser du temps et de l'argent dans l'établissement de connexions MPLS.

Pour le service client, les systèmes cloud intégrés à d'autres applications de centre de contact et de back-office donnent aux agents une vue complète du parcours d'un client sur tous les canaux. Ils optimisent également la gestion des effectifs en offrant la possibilité de savoir qui fait quoi, où, quand et comment. Enfin, ces solutions facilitent la reprise et la continuité d'activité, dans la mesure où ils permettent aux agents et autres utilisateurs de travailler où ils veulent et quand ils veulent.

Avec un centre de contact omnicanal dans le cloud, les PME ont accès à des fonctions d'automatisation, de collecte de données et d'analyse autrefois réservées aux grandes entreprises. Elles peuvent ainsi jouer dans la cour des grands tout en préservant cette proximité du client qui a fait leur succès.

Autre avantage du cloud pour votre centre de contact : une nouvelle génération d'interfaces utilisateurs inspirées des applications grand public les plus répandues. Ces interfaces web et mobiles

Critère d'évaluation des solutions cloud de centre de contact:

- Fonctionnalités simples pour un déploiement rapide
- Configuration par pointer-cliquer de fonctions comme les plans de routage
- Gestionnaires de politiques pour les communications multimodales
- Simplicité d'achat
- Connectivité simplifiée aux réseaux télécoms
- Intégration transparente à l'environnement IT
- Interface web sans aucune empreinte sur le terminal client
- Bonnes pratiques intégrées

privilégiant l'ergonomie et l'expérience utilisateur, leur prise en main et leur utilisation s'opèrent aussi naturellement qu'avec des applications web de tous les jours. Et comme la plupart des applications cloud n'ont aucune empreinte sur les postes de travail, il suffit d'un simple navigateur web à jour (Chrome, Firefox, Safari, Internet Explorer ou Edge) pour les utiliser.

Le cloud et les petits centres de contact : la fin des idées reçues



Mythe n° 3 : Le cloud renferme des coûts cachés

Avec les solutions cloud, les entreprises connaissent exactement le coût mensuel de chaque poste. L'ajout de fonctionnalités est simple et économique, sans interruption de service coûteuse ni intervention des équipes IT. Vous vous abonnez et la fonctionnalité est activée. C'est aussi simple que cela. Comme le support technique est inclus dans la facture mensuelle, les utilisateurs ont directement accès aux équipes d'assistance du fournisseur.

Idem pour la maintenance et la gestion du système. Au final, non seulement les coûts internes diminuent, mais le département IT peut aussi se recentrer sur des initiatives plus stratégiques. En d'autres termes, les salariés rémunérés au prix fort n'ont plus à intervenir sur des problèmes ou changements mineurs, ni à effectuer eux-mêmes la mise à jour des systèmes.

Enfin, les solutions cloud ne nécessitent aucun investissement initial. Même s'il ne s'agit pas du principal motif de migration vers le cloud, la plupart des entreprises accordent de l'importance à ce facteur.

Calcul du ROI d'un centre de contact dans le cloud

Les contrats de service à long terme sont loin d'être la solution idéale pour les petits centres de contact. Les PME sont en effet soumises à une dynamique de marché différente de celle des grandes entreprises. Il leur faut plus de réactivité, de souplesse et d'évolutivité.

Les centres de contact de petite taille se divisent en deux grandes catégories.

L'un prend la forme d'une petite entreprise intégrant un pôle service client. Pour ce type de structure, le cloud sert soit à ajouter des fonctions de centre de contact qui coexistent avec le système de téléphonie en place, soit à remplacer l'ancien système de téléphonie par une plateforme cloud destinée à la fois au centre de contact et aux autres utilisateurs de l'entreprise.

Toutes les entreprises en prise directe avec le consommateur ont besoin d'outils et de technologies de centre de contact. Quelle que soit sa taille, une entreprise communiquant avec ses clients sur les canaux digitaux (mobile, réseaux sociaux, e-mail et chat) peut profiter des mêmes outils et avantages que les centres de contact de plus grande envergure.

Profils types d'entreprises sur ce segment :

- Sociétés de sécurité publique
- Agences immobilières
- Agences d'assurance
- Établissement de services de santé
- Services de livraison
- Concessionnaires automobiles
- Petits revendeurs ou magasins indépendants

L'autre grande catégorie est constituée de petits centres de contact rattachés à de grandes entreprises. Dans ce type de structure, les groupes d'utilisateurs ou les centres d'activité résident en dehors du centre de contact traditionnel, mais n'en partagent pas moins les mêmes besoins.



Calcul du ROI d'un centre de contact dans le cloud

Ces structures peuvent avoir du mal à justifier économiquement la mise en place d'une solution sur site pour si peu d'utilisateurs. D'un autre côté, l'adoption d'une solution cloud conçue pour les centres de contact de grande et moyenne taille, avec les coûts et fonctionnalités que cela implique, est tout aussi difficile à faire passer. Profils types d'entreprises sur ce segment :

- Agences/succursales
- Back-office
- Service commercial sédentaire
- Télémarketing
- Support technique interne

À ce propos, le rapport DMG Consulting intitulé « 2016-2017 Cloud-Based Contact Center Infrastructure Market » (marché des infrastructures de centres de contact dans le cloud 2016-2017) indique que les entreprises exploitant de grands centres de contact ne sont pas prêtes à migrer la totalité de leurs solutions sur site vers le cloud. Ils préfèrent procéder par petites touches sur les infrastructures existantes. Cette tendance est d'ailleurs appelée à se confirmer.

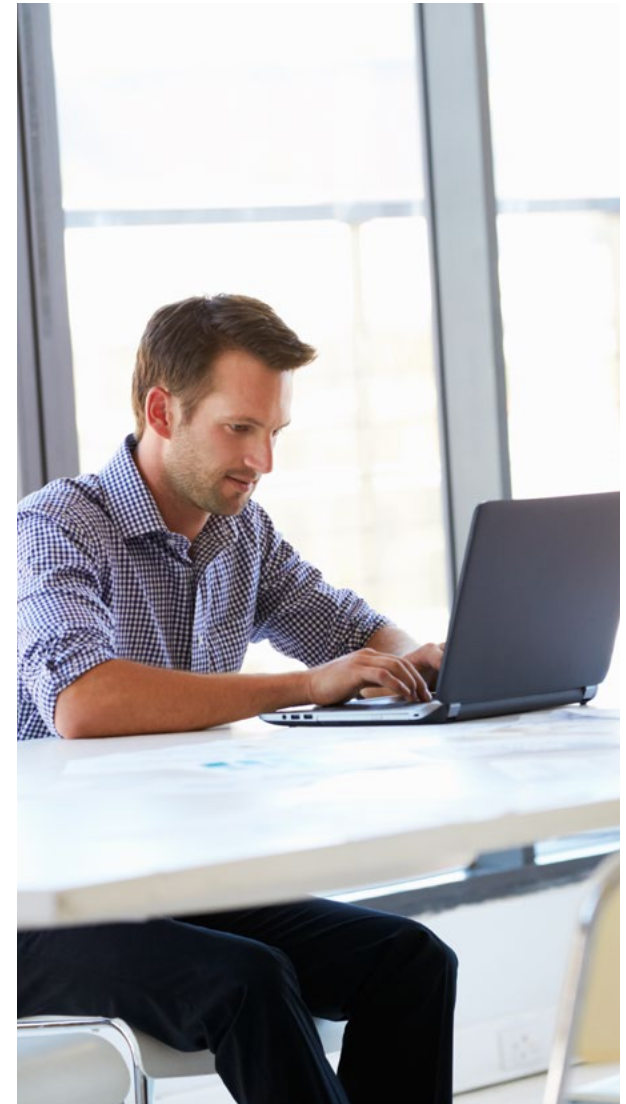
Certains petits centres de contact n'ont qu'un petit nombre de postes actuellement, mais nourrissent

des projets de croissance. Ils craignent d'être bloqués dans leur élan par un contrat rigide basé sur un nombre d'utilisateurs fixe. Dans ce cas, la flexibilité est le maître-mot. Il leur faut soit un contrat annuel simple, soit un abonnement mensuel. Une tarification claire, calculée sur les applications et services utilisés, est tout aussi importante.

En ce sens, l'un des autres grands avantages du cloud est de pouvoir ajouter ou supprimer des utilisateurs en un clic, au fil des variations d'effectifs. Les entreprises peuvent ajouter des agents en périodes de pointe – par mois, par jour et même par tranche horaire – puis les supprimer dès que le trafic décline.

Cette flexibilité est particulièrement utile pour les petites et moyennes entreprises, qui peuvent ainsi réagir rapidement aux évolutions du marché et saisir de nouvelles opportunités, sans aucun investissement lourd à engager. Elle permet aussi aux petites entreprises de grandir sans rien perdre de l'expérience client qui a fait leur succès.

DMG Consulting estime qu'avec une solution de centre de contact cloud bien adaptée, les petites entreprises peuvent amortir leur migration en seulement trois mois.



Critère de sélection d'un fournisseur cloud

Pour un centre de contact de petite taille, le choix d'un fournisseur cloud doit se baser sur un certain nombre de facteurs.



Analysez vos besoins actuels et futurs.



Évaluez le besoin d'une couverture internationale 24h/7j, notamment si vous prévoyez de conquérir de nouveaux marchés.



Étudiez vos différentes options pour le déploiement de la solution et l'intégration des utilisateurs. Combien de temps faut-il pour être opérationnel ? Comment le fournisseur cloud va-t-il gérer l'intégration à vos systèmes critiques d'entreprise ?



Évaluez la largeur et la profondeur du bouquet fonctionnel offert par le fournisseur cloud, tant sur les canaux traditionnels (voix, e-mail et SVI) que sur les nouveaux canaux digitaux (réseaux sociaux, mobile, chat web, self-service, vidéo et SMS).



Examinez ses capacités de résilience et de redondance pour assurer la continuité de votre activité en cas d'incident d'origine humaine ou naturelle.



Demandez à voir des preuves de déploiements concrets réalisés par le fournisseur. Combien d'interactions le fournisseur cloud traite-t-il chaque jour en totalité, au niveau de tous les centres de contact de ses clients ? Combien de clients le fournisseur a-t-il et qui sont-ils ? Certains ont-ils un profil semblable au vôtre (taille et secteur d'activité) ? Pouvez-vous essayer la solution avant de vous décider ? L'expérience utilisateur est-elle à la hauteur ?



Recherchez un fournisseur de solution cloud tout-en-un capable de fournir les fonctionnalités dont vous avez besoin, sans intégration complexe ou coûteuse.

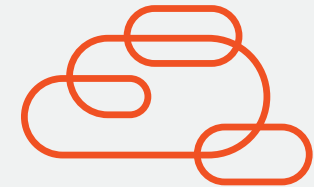


Interrogez votre fournisseur cloud sur sa politique de sécurité, et départagez clairement les responsabilités des deux parties dans la sécurisation des données.

Conclusion

Le cloud fait souffler un nouveau vent d'opportunités sur les petites entreprises. Il leur permet de recentrer leurs budgets et leurs forces vives sur leur cœur de métier – et non sur des missions technologiques d'appui. Avec le cloud, les centres de contact de petite et moyenne taille ont enfin accès aux performances et aux fonctionnalités avancées autrefois réservées aux grandes entreprises, pour un prix adapté à leurs budgets. Avec un centre de contact dans le cloud, les entreprises sont facturées à l'usage et bénéficient de toute la souplesse nécessaire pour réduire ou augmenter la voilure au gré de leurs besoins.

Vous pouvez désormais conjuguer puissance et simplicité de déploiement, de gestion et d'exploitation. Et vous accédez à des fonctionnalités évoluées sans le casse-tête habituel de la gestion des applications. Bien choisir son centre de contact dans le cloud, c'est assurer une parfaite traçabilité de toutes les interactions clients, mais c'est aussi mettre votre petit centre de contact à l'heure de l'omnicanal.



PureCloud™

[Essai gratuit](#)

[En savoir plus](#)



Genesys®, c'est un leadership mondial de plus de 25 milliards d'expériences clients chaque année et une approche 100 % orientée client. Chaque jour, nous aidons vos collaborateurs à dialoguer avec vos clients sur tous les canaux.

Plus de 10 000 entreprises dans plus de 100 pays misent sur notre plateforme d'expérience client n° 1 du marché. Sur site ou dans le cloud, les solutions Genesys misent sur le meilleur des technologies et de l'intelligence humaine pour promouvoir une communication fluide, instinctive et productive, à votre image.

Appelez le
+33 (0)1 84 88 49 52

ou rendez-vous sur
genesys.com/fr

Copyright ©2018 Genesys. Tous droits réservés. Genesys et le logo Genesys sont des marques déposées de Genesys. Tous les autres noms d'entreprise et logos peuvent être des marques, déposées ou non, de leurs détenteurs respectifs.

Suivez-nous via genesys.com/fr, les réseaux sociaux et le **blog Genesys**.

