

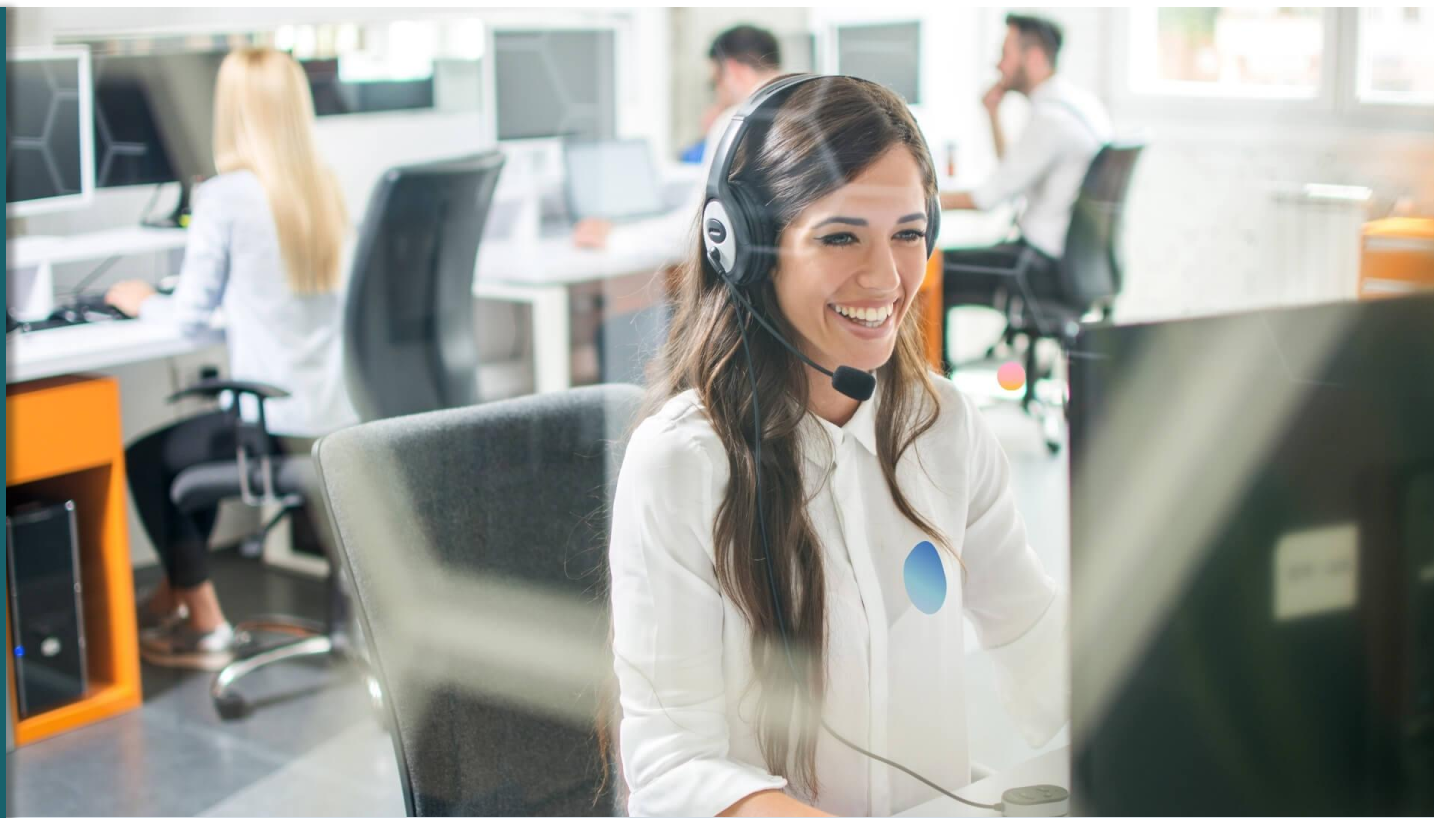


Le Centre d'appels Call Maker

Patrick BENSIMON

Directeur du Centre d'Appels

Environnement Méthodologie Call Center





Un positionnement sur mesure avec des prestations à fortes valeurs ajoutées

- Orienté sur de la relation B to B et B to C

Des équipes stables travaillant depuis 10 ans

- Un turn-over très faible
- 95% des ressources en CDI, garantes de la qualité de nos prestations et la fidélisation de nos équipes

Une organisation par pôle d'expertise et de compétences

- Une équipe dédiée au pôle « Développement commercial ». Commerciaux sédentaires experts sur des missions de ventes, détection de besoins, etc...
- Une équipe dédiée au pôle "service clients".
- Chargés de clientèles en réception et émission d'appels pour des missions de vente de premier niveau pour dispensation d'informations ou orientation vers d'autres niveaux...

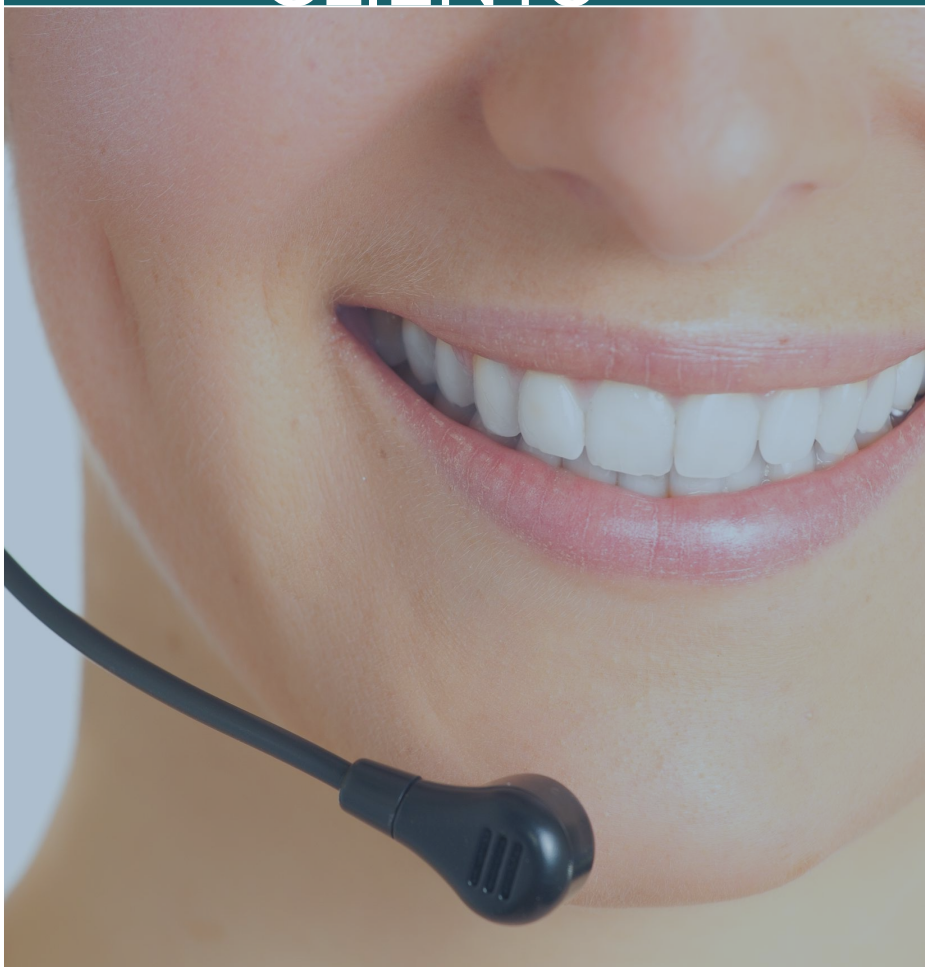
Un centre d'appels à taille humaine de 70 positions de travail, près d'Orléans réparties sur 4 salles de production isolées pour une superficie de 1 020 m².

Une activité de conseil et d'accompagnement en formation et conduite de



LA PLATEFORME RELATION CLIENTS

Dynamisation du Selling
Appels Sortants & Entrants



TELEVENTE

- Lancement de nouveaux produits
- Push sur offres de saison
- Accélération de l'entrée de génériques
- Couverture des Secteurs Vacants
- Ouvertures de contrats de Marchés
- Ventes de produits Génériques / Ethiques
- Renfort et ventes sur cibles couvertes par les DP
- Ventes pour animation de Flux grossistes

DEVELOPPER / FIDELISER

- Animation et Dynamisation de Contrats de Marché
- Animation de Groupements
- Recherche de DN
- Débordement de Services Clients/Gestion de crise

PRISE DE RENDEZ-VOUS

- Prise de rdv pour DP/formateurs
- Présentation de nouveaux services...
- Recrutement d'offices pour Groupements ou Formations...

FORMER / INFORMER

- Formations par téléphone
- Sur Pathologies / Sur Produits
- Retraits de lots...
- Relais des plans médias

EVALUER / MESURER

- Etudes post lancements produits
- Etudes de positionnement d'offres
- Etudes Post Formation
- Baromètres de Satisfaction



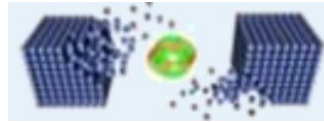
LE CENTRE DE CONTACTS : PROCESS



- 1 Chargement de la base de données du laboratoire client. : Qualitatif sur la base de données en donnant du relai aux clients/Prospects
- 2 Archivage des outils de développement commun au laboratoire et à Call Maker
- 3 Descriptif des missions des encadrants
- 4 Description du process de mise en place de la cellule appels entrants/appels sortants
- 5 Encadrement et qualité
- 6 Animation de l'activité commerciale : Trade via emailing BDC, Push relais de plan média, animation e comptes groupement
- 7 KPI Hebdomadaires/mensuels

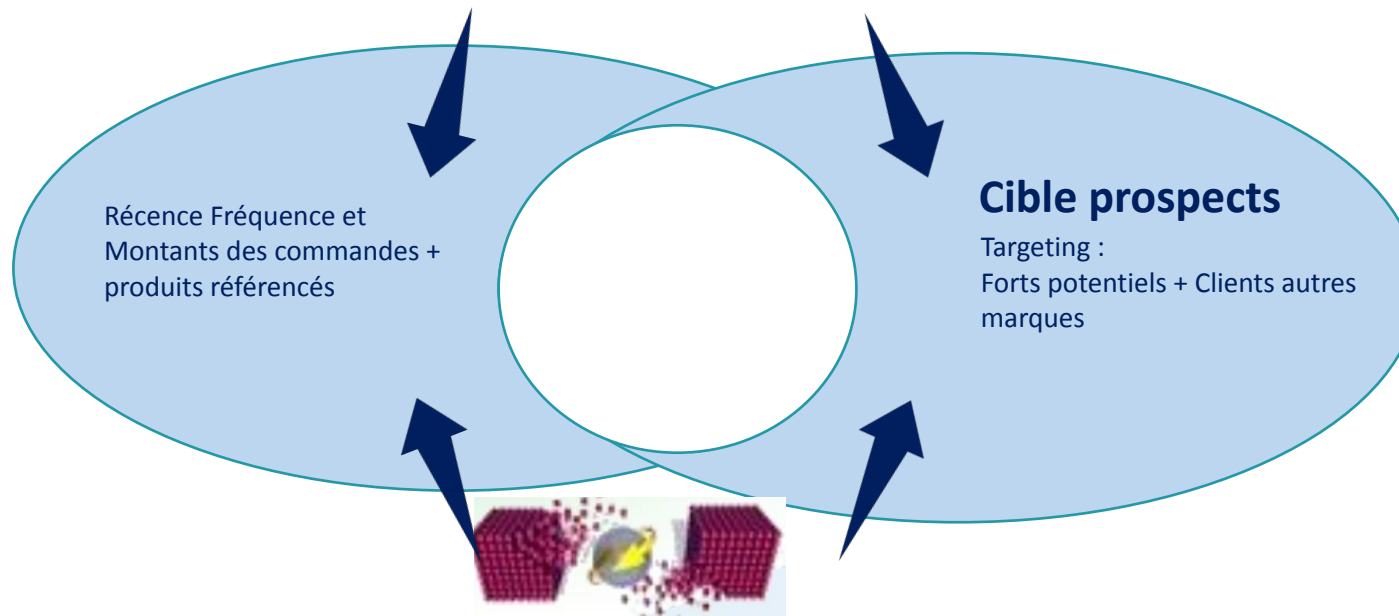


BASES DE DONNEES : CIBLE CALL A DEFINIR



Base de données Clients

Données issues du scoring GERS



Base de données Call Maker

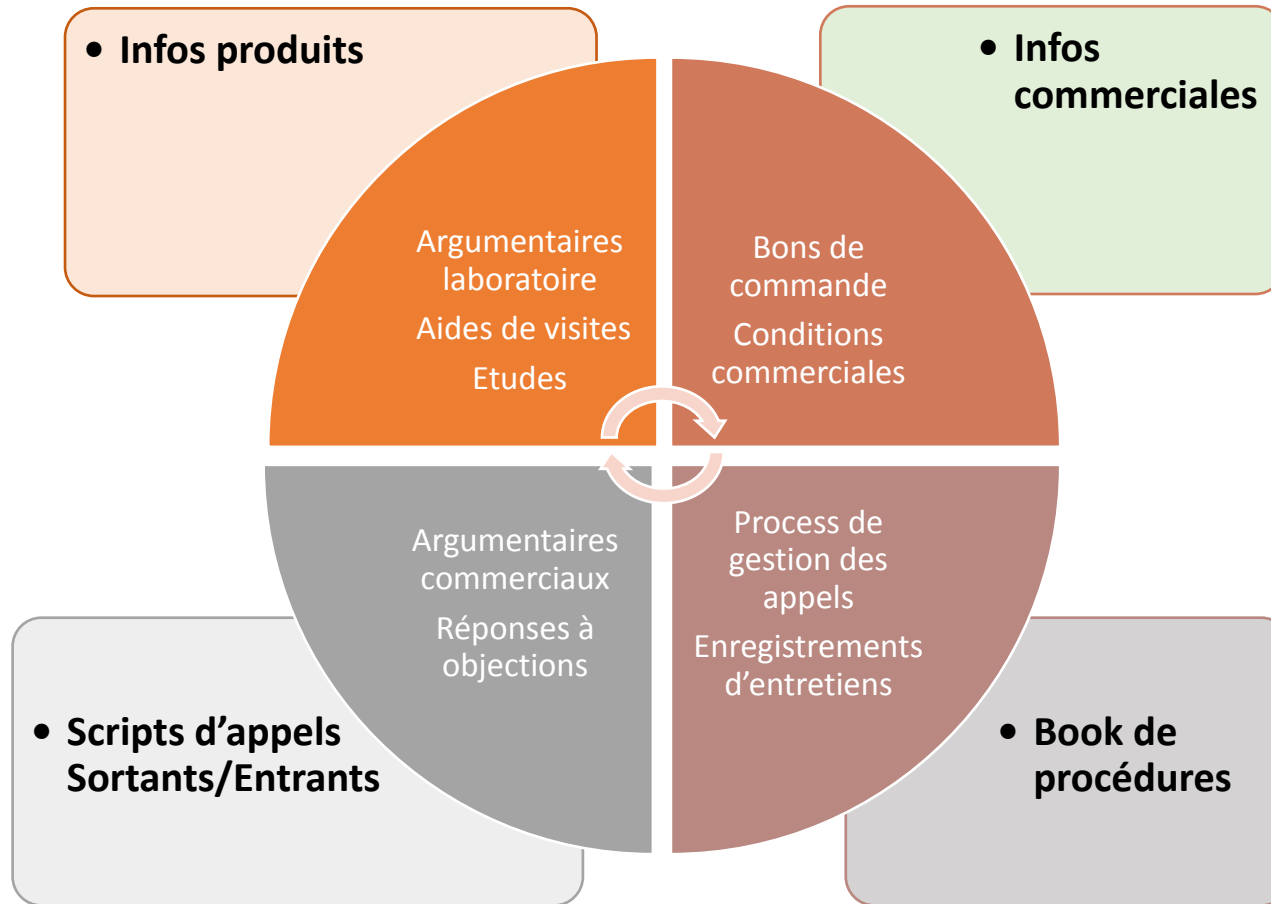
Typologie IQVIA/GERS
Implantation
Chiffre d'affaires
Profils patients

Connaissance client
Collecte et analyse **des informations**

Segmentation
Ciblage
Scoring



ARCHIVAGE ET OUTILS DE DEVELOPPEMENT CLIENTS/CALL MAKER





DESCRIPTIF DES MISSIONS DES ENCADRANTS CLIENTS/CALL MAKER

Un **travail collaboratif gage de transparence** avec nos clients et générateur de partenariats actifs et pérennes



Chef de projet Call Center Pharmafield/ **LABORATOIRE** :

- Lien commercial avec le laboratoire
- Force de proposition sur la stratégie commerciale.
- Identification et analyse des besoins
- Adaptation des KPIs et reporting en fonction des besoins du laboratoire.
- Business Développement.

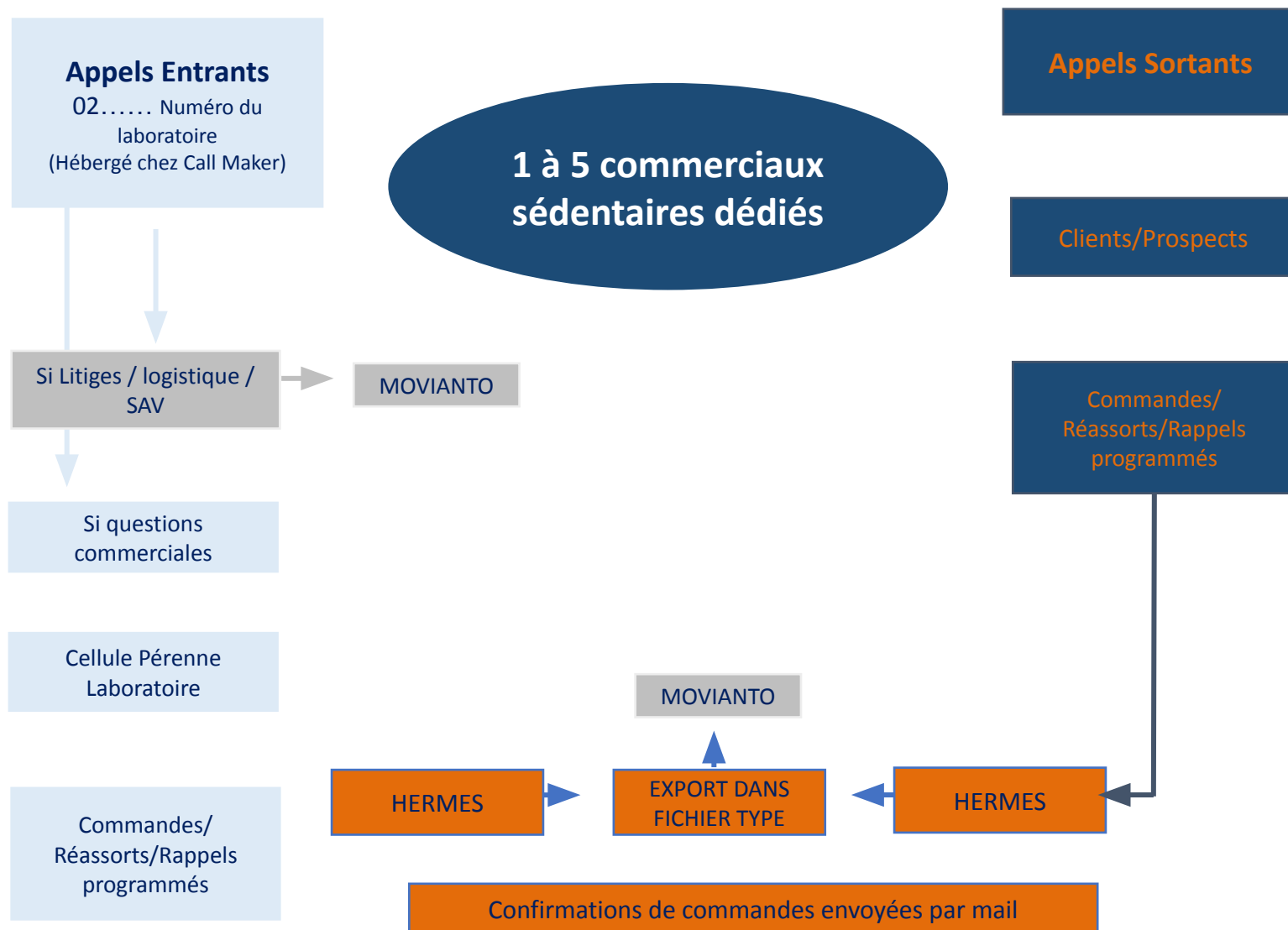


Responsable Call Center pour **le laboratoire**:

- Interface opérationnelle.
- Coaching des équipes commerciales sédentaires
- Double écoute / Réajustement des discours
- Analyse d'impacts / résultats.
- Envoi de reporting sur une base hebdomadaire, mensuelle et trimestrielle.
- Suivi des KPIs équipes et individuels



DESCRIPTION DU PROCESS



Paramétrage de la campagne du LABORATOIRE dans Hermès

- SDA dédiée
- Création adresse mail dédiée ou accès adresse mail du laboratoire via TOKEN
- Intégration du fichier d'appels
- Scripts entrants/sortants
- Conditions commerciales par mail / Bons de commande
- Confirmation automatique de commande avec contact commercial



ENCADREMENT ET QUALITE

RELATION QUALITE AVEC LE LABORATOIRE SUBSTIPHARM

Expert des spécificités du secteur pharmaceutique, Call Maker soutient par la formation et accompagne la montée en compétence de ses effectifs tout au long de leur mission.

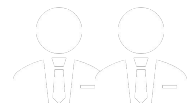
Equipe 90% en CDI, renfort CDD cas de volumétrie d'appels importante.

EQUIPES SEDENTAIRES

- Formation initiale sur l'environnement pharmaceutique et ses particularités
- Communication des actualités de l'industrie pharmaceutique
- Formation continue
- Sessions de training organisées afin de rendre efficient et fluide le discours commercial
- Contrôle de connaissances sanctionnant chaque formation
- Evaluation régulière du discours commercial

ENCADREMENT

- Chef de Plateau, Chefs d'équipes, Responsable Relation Clients.
- L'encadrement suit le comportement des opérateurs et assure une écoute et un suivi pour :
 - ° soutenir les opérations.
 - ° rééquilibrer le management.
 - ° proposer des actions commerciales.



QUALITE

- Enregistrement des entretiens
- Double écoute supervisée
- Cellule validation
- Dimensionnement selon les campagnes / Mobilisation rapide
- Adaptation / ajustement de la stratégie commerciale en cours de campagne.





KPI MISSION SEDENTAIRE : EXEMPLE DE KPI APPELS ENTRANTS

FACTICE

Statistiques des Appels Reçus

Campagne : XXX

DATE

Nombre Total d'Appels Reçus

291

Appels pendant Heures de Fermeture

0

Appels Abandonnés pendant Diffusion Prédecroché
probleme technique

2

6

Appels Utiles

283

Appels Traités en direct

232

82%

Appels Traités sans Attente

12

5%

Appels Traités avec Attente

220

95%

Rappels traités sur abandon suite à l'attente

0

0%

Rappels sur abandon pendant l'attente

0

0,00%

Rappels sur Stratégie de débordement

0

0,00%

non rappelé (appels multiples)

51

18%

Autres Rappels Traités

2

1%

Rappels sur appels en fermeture

0

0,00%

Rappels sur abandon

2

100%

non rappelé (appels multiples)

8

3%

Qualifications des Contacts

STATUTS DES APPELS TRAITES

QUANTITE

%

DEMANDE INFORMATION

107

0,00%

Conditions commerciales

38

38,00%

Caractéristiques produits

49

0,00%

Tarifs

12

0,00%

Cde envoyée par FAX

0

0,00%

Coordonnées DP

5

500,00%

Demande rappel DP

3

60,00%

RECLAMATIONS

19

8,19%

Périmés

1

0,00%

Problèmes facturations

3

1,29%

Logistique Livraison

12

0,00%

Mauvaise saisie produit

3

0,00%

Insatisfactions nouvelles conditions

0

0,00%

COMMANDE

100

43,10%

FAUX NUMERO

1

0,00%

APPEL INTERROMPU / RELANCE

5

0,00%

TOTAL

232

Temps Moyen d'Attente.

00:00:49

Temps Moyen de communication

00:07:14

Temps Moyen d'Attente avant abandon

00:00:59

Temps max de communication

00:54:04

Temps Min d'Attente.

00:00:00

Temps Max d'Attente.

00:04:51

Nombres de transferts suite à l'appel

00:00:00



KPI MISSION SEDENTAIRE : EXEMPLE DE KPI APPELS ENTRANTS/SORTANTS/JOUR/CIBLE

FACTICE

CIBLE TELEVENTE PRIORITAIRES	Pharmacies										SUIVI PAR CIBLE		CA HT		
	Pharmacies chargées	Nb Appels	Commandes	REFUS	A SUIVRE					contacts argumentés	Taux de transformation	Nb pharmacies différentes contactées	Taux sur Pharmacies chargées	Total CA HT	Panier Moyen en CA
				Ne plus appeler	refus momentané	réclamations	informations	transfert	rappel						
Base fichier TELEVENTE PRIORITAIRES SORTANTS	3683	164	18	4	11	0	17	0	114	50	36,00%	48	1,30%	4 824,04 €	268,00 €
Base fichier TELEVENTE PRIORITAIRES ENTRANTS	3683	15	8	0	0	2	4	0	1	14	57,14%	11	0,30%	2 009,16 €	251,15
Base total TELEVENTE chargée	3683	179	26	4	11	2	21	0	115	64	40,63%	57	1,55%	6 833,20 €	262,82 €

CIBLE DP CHARGEE	Pharmacies										SUIVI PAR CIBLE		CA HT		
	Pharmacies chargées	Nb Appels	Commandes	REFUS	A SUIVRE					contacts argumentés	Taux de transformation	Nb pharmacies différentes contactées	Taux sur Pharmacies chargées	Total CA HT	Panier Moyen en CA
				Ne plus appeler	refus momentané	réclamations	informations	transfert	rappel						
Base fichier DP SORTANTS	5597	8	2	0	5	0	0	0	1	7	28,57%	6	0,11%	718,07 €	359,04 €
Base fichier DP ENTRANTS	5597	2	1	0	0	0	1	0	0	2	50,00%	1	0,02%	154,20 €	154,2
Base total RS chargée	5597	10	3	0	5	0	1	0	1	9	33,33%	7	0,13%	872,27 €	290,76 €

CIBLE TELEVENTE NON PRIORITAIRES	Pharmacies										SUIVI PAR CIBLE		CA HT		
	Pharmacies chargées	Nb Appels	Commandes	REFUS	A SUIVRE					contacts argumentés	Taux de transformation	Nb pharmacies différentes contactées	Taux sur Pharmacies chargées	Total CA HT	Panier Moyen en CA
				Ne plus appeler	refus momentané	réclamations	informations	transfert	rappel						
Base fichier TELEVENTE NON PRIORITAIRES SORTANTS	12726	49	2	0	10	0	5	0	32	17	11,76%	12	0,09%	713,84 €	356,92 €
Base fichier TELEVENTE NON PRIORITAIRES ENTRANTS	12726	4	1	0	0	0	3	0	0	4	25,00%	2	0,02%	172,90 €	172,9
Base total TELEVENTE NON PRIORITAIRE chargée	12726	53	3	0	10	0	8	0	32	21	14,29%	12	0,09%	886,74 €	295,58 €

TOTAL	Pharmacies										SUIVI PAR CIBLE		CA HT		
	Pharmacies chargées	Nb Appels	Commandes	REFUS	A SUIVRE					contacts argumentés	Taux de transformation	Nb pharmacies différentes contactées	Taux sur Pharmacies chargées	Total CA HT	Panier Moyen en CA
				Ne plus appeler	refus momentané	réclamations	informations	transfert	rappel						
SORTANT	22006	221	22	4	26	0	22	0	147	74	29,73%	66	0,30%	6 255,95 €	284,36 €
ENTRANT	22006	21	10	0	0	2	8	0	1	20	50,00%	14	0,06%	2 336,26 €	233,63 €
Total	22006	242	32	4	26	2	30	0	148	94	34,04%	76	0,35%	8 592,21 €	268,51 €



CONTACTS

Call Maker

Patrick BENSIMON

patrick.bensimon@callmaker.fr

Tel: 06.29.36.47.61

WMC Conseil

Wahiba MERAANE

wahiba.meraane@wmc-conseil.fr

Tel: 06.95.02.82.76