

BearingPoint®

Europcar améliore les performances des centres de contact et l'expérience client

Dans le cadre de son programme de transformation axé sur le client, Europcar Mobility Group a entrepris la révision de son modèle d'exploitation, offrant une meilleure expérience client à chaque étape tout en améliorant les revenus et en optimisant les coûts d'exploitation. BearingPoint a soutenu le groupe dans la réorganisation de ses services à la clientèle grâce à un nouveau modèle d'exploitation, des processus rationalisés et améliorés, la mise en place de nouveaux outils et des méthodes de gestion des interactions avec les clients plus efficaces.

Europcar Mobility Group est une société de services de mobilité opérant dans plus de 140 pays. Elle compte environ 9 millions et demi de clients à travers le monde et élabore des offres et services de mobilité, ainsi que des solutions, qui sont des alternatives intéressantes à la possession d'un véhicule.

Se démarquer de la concurrence

Europcar Mobility Group s'est concentré sur l'amélioration de l'expérience client lors des interactions avec les centres d'appel. Le groupe a décidé de trouver de nouveaux procédés plus efficaces afin de mener à bien ses activités de service à la clientèle tout en répondant aux attentes des clients en termes de qualité et en intégrant de nouveaux canaux de contact.

Le but du groupe est également d'améliorer les opérations internes et d'optimiser les coûts, notamment en étudiant un nouveau modèle d'externalisation vers des régions compétitives, en réduisant le nombre de partenaires et en se concentrant sur ceux qui fournissent les meilleurs services et performances commerciales.

Standardisation des procédures et amélioration des approches des centres d'appel

BearingPoint a soutenu Europcar Mobility Group dans la création et la mise en place de son modèle opérationnel de service à la clientèle en réduisant le nombre de partenaires d'externalisation au niveau mondial, en rationalisant les processus et en automatisant les interactions sur le site internet par le biais de chatbots. De nouveaux postes et responsabilités ont également été définis entre le siège social du groupe et ses bureaux dans les différents pays où il opère, cela au niveau des principales fonctions de gestion telles que le suivi des performances, les prévisions et la formation.

Le client a également bénéficié d'une assistance pour la mise en œuvre de nouveaux outils de contrôle de la qualité, de sondages sur la satisfaction des clients et d'un soutien spécifique sur les réseaux sociaux. La solution existante pour la gestion de la relation client (CRM), basée sur Salesforce, a également été élargie pour prendre en charge l'ensemble du parcours client.

BearingPoint a défini de nouveaux scénarios de vente pour les agents du service clientèle ainsi que de nouveaux rapports de vente indiquant notamment les contributions du service clientèle et mettant en évidence la répartition du chiffre d'affaires entre les pays.

Offre d'un parcours client à la pointe du secteur

Europcar Mobility Group a ainsi abaissé de 9 % le coût global de son service clientèle, notamment en réduisant le nombre de partenaires d'externalisation de 11 à 3 et en optimisant les procédures et les rapports d'activité.

L'expérience client a été considérablement améliorée grâce à la mise en place d'une assistance 24H/24 et 7J/7 sur les sites internet via des chatbots et un support dédié sur les réseaux sociaux. Cela a permis de réduire les temps de réponse aux clients.

Le groupe a également enregistré une augmentation de 5 % des revenus générés par les centres d'appel en raison du taux de conversion plus élevé et de la croissance du panier moyen.

Contact

Pour plus d'information, merci contact Jean-Pierre Cartier, Partner à jeanpierre.cartier@bearingpoint.com