

GDF SUEZ



LES RENDEZ-VOUS

de la Relation Client

2^{ème} ÉDITION

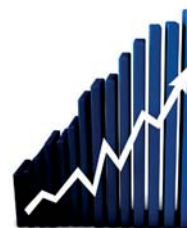
Organisés par la Mission Nationale de la Relation Client
En partenariat avec

LE FIGARO
économie

DU 6 AU 15 DÉCEMBRE 2011

- Des événements régionaux
- Conférence web sur la qualité du service client
- Conférence sur la Responsabilité Sociale des entreprises
- Présentation de la 2^{ème} vague du

LE LIVRET DE L'OBSERVATOIRE de la Relation Client



édition décembre 2011

L'accord Cadre National pour le Développement de l'Emploi et des Compétences dans la filière des Centres de Relation Client



Signé le 28 juillet 2009 à l'initiative de la Mission Nationale de la Relation Client, l'accord cadre prévoit un ensemble de mesures destinées à développer l'emploi et la formation des salariés des centres de relation client.

Cet accord a été signé par :

L'Etat (Laurent Wauquiez, Secrétaire d'Etat à l'Emploi auprès du Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi),
Les donneurs d'ordres (EDF, ORANGE, CANAL +),
Les organisations professionnelles (l'Association Française de la Relation Client (AFRC), le Syndicat Professionnel des Centres de Contact (SP2C)),
Les organisations syndicales de Salariés (CFE/CGC, CFDT, CFTC, FO),
L'Association du Label de Responsabilité Sociale de la Relation Client (ALRS),
La Mission Nationale de la Relation Client pour la coordination de l'Accord, et l'**AGEFOS PME** en qualité d'organisme relais.

L'accord organise à cette fin, jusqu'en 2012, la coopération entre les acteurs de la filière ainsi que la coordination des actions à mener.

Parmi ces actions, l'accord prévoit la création d'un Observatoire des métiers de la Relation Client.

L'observatoire des métiers et des compétences de la relation client

Inscrit dans l'accord cadre, la construction de cet observatoire a été lancée fin 2009. Il est piloté par un comité technique, composé des signataires de l'accord-cadre du 28 juillet 2009.

L'observatoire s'est fixé pour principal objectif de dresser, d'ici à 2012, une cartographie de la filière afin de déterminer précisément son poids dans l'économie, la réalité des emplois et des compétences dans les entreprises, les évolutions et besoins qui leur sont liés.

Les Chantiers de l'Observatoire



Suivi au quotidien par la Mission Nationale de la Relation Client et AGEFOS PME avec l'assistance à maîtrise d'ouvrage de Ernst & Young, l'Observatoire de la Relation Client s'appuie sur plusieurs axes de travail :

Référencement des entreprises	<p>Objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Constituer une base de données des centres de contacts à distance en France, à partir du critère suivant : présence d'un centre de contact supérieur à 10 personnes avec une organisation technique et RH dédiée.
Analyse des métiers et des formations	<p>Objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborer une nomenclature des métiers de la filière et décrire les activités et compétences présentes • Identifier, référencer l'ensemble des formations diplômantes, qualifiantes, certifiantes existant sur les métiers et analyser l'offre de formation • Identifier et analyser les besoins prévisionnels de formation des entreprises
Veille sur l'emploi	<p>Objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recenser sectoriellement et territorialement les besoins en recrutement des entreprises
Baromètre de la Relation Client	<p>Objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suivre en tendance des indicateurs clés de la filière (activité, recrutements, problématiques et attentes)

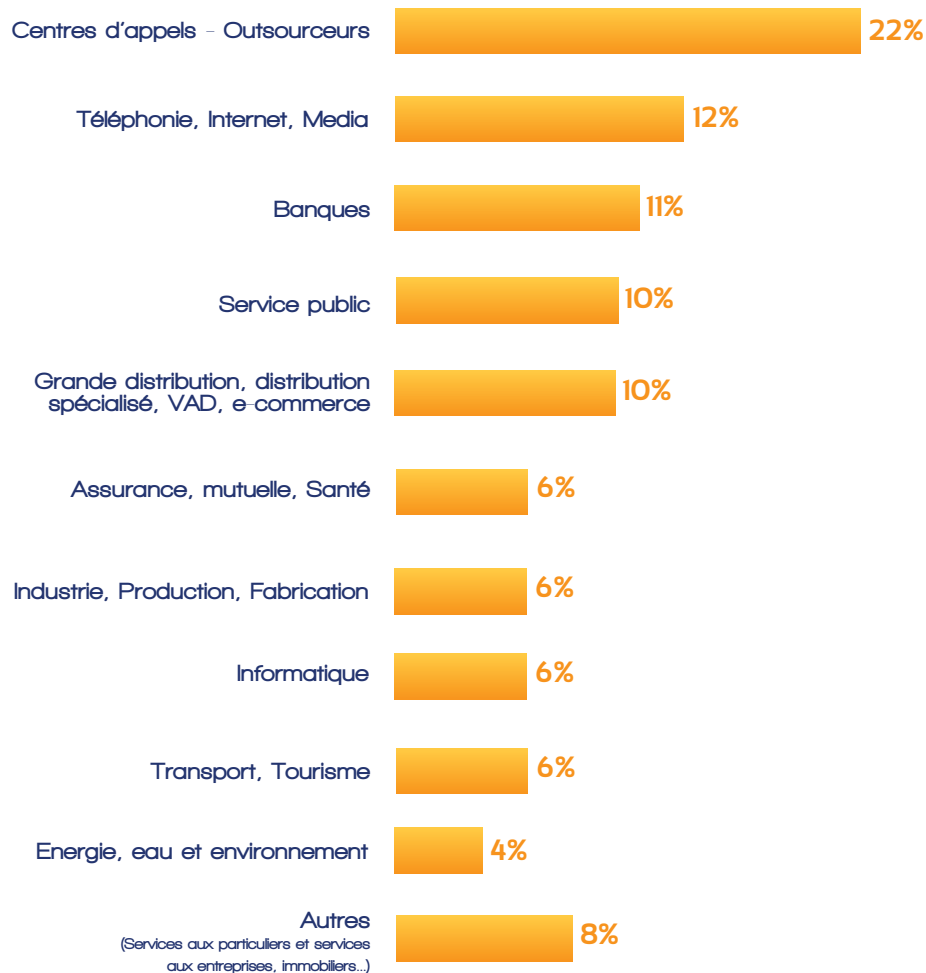
Présentation de la Filière Relation Client



L'observatoire a une démarche scientifique de recensement individuel auprès d'établissements disposant de centre de contact de plus de 10 salariés (avec une organisation matérielle et RH dédiée)

Quelques données clés sur la filière

Répartition par secteur d'activités



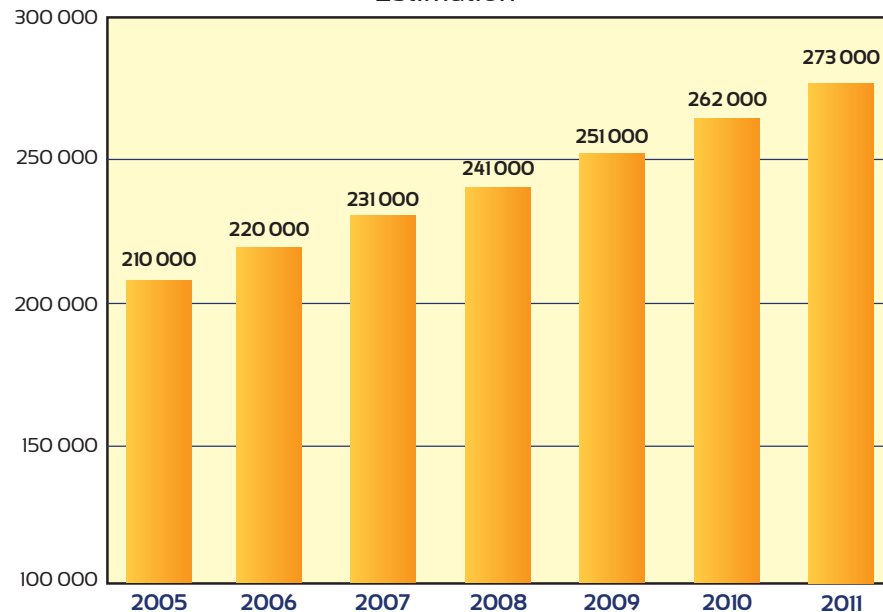
Copyright Observatoire Relation Client : Mission Nationale Relation Client - AGEFOS PME

273 000 emplois et + de 20 000 créations de postes depuis 2009

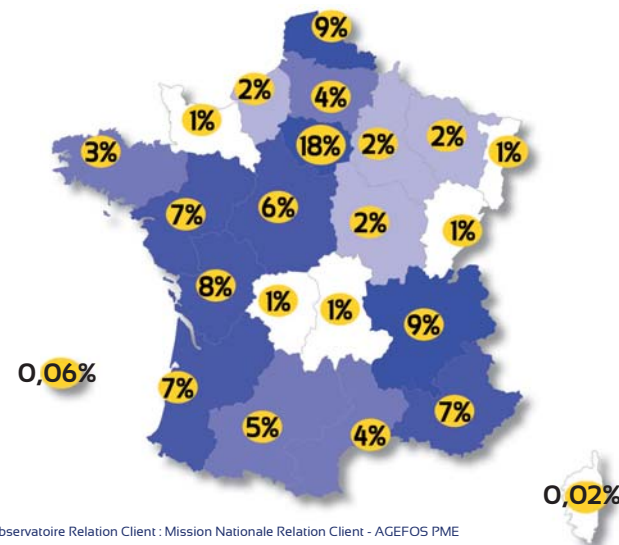


Evolution du nombre de salariés dans la filière CRC

Estimation

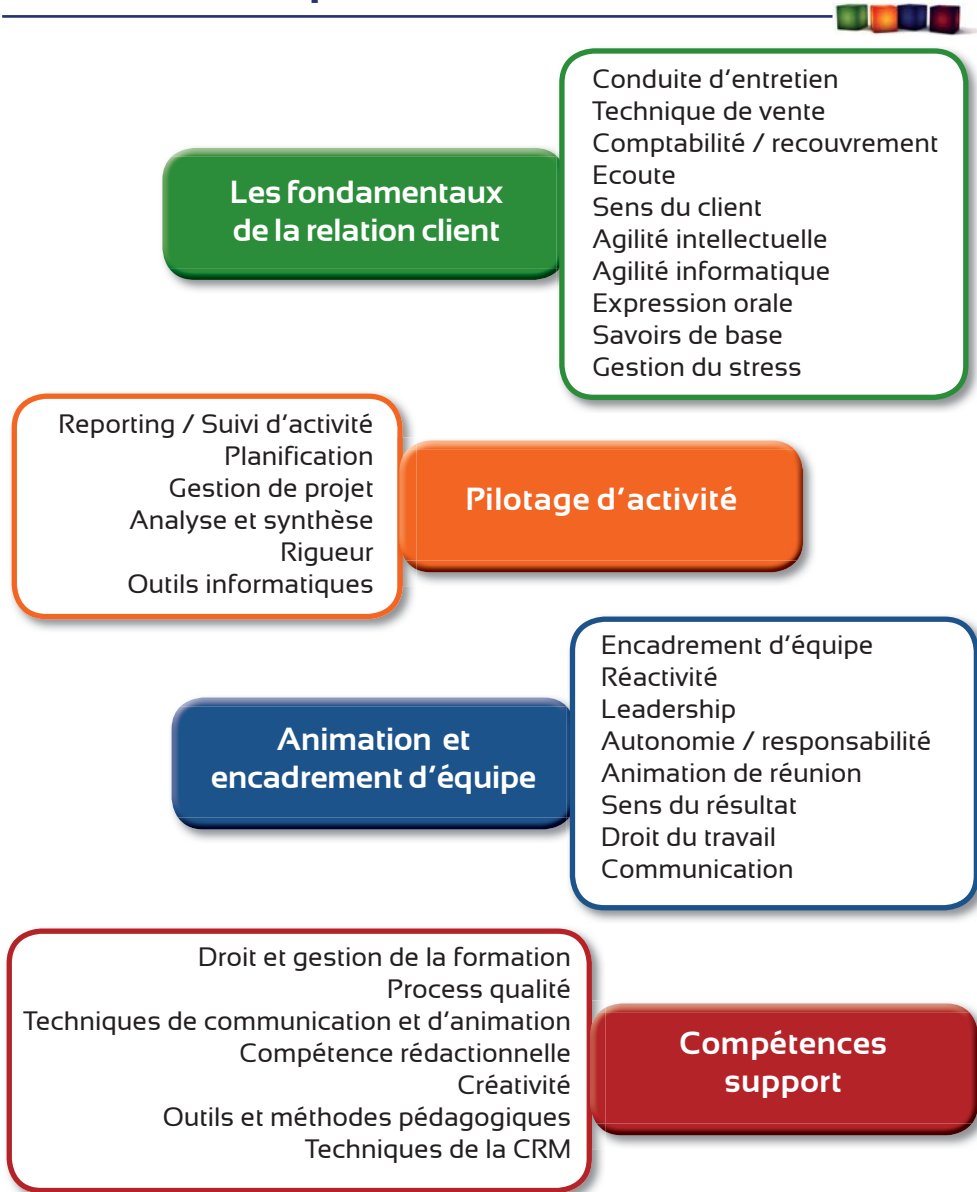


Copyright Observatoire Relation Client : Mission Nationale Relation Client - AGEFOS PME



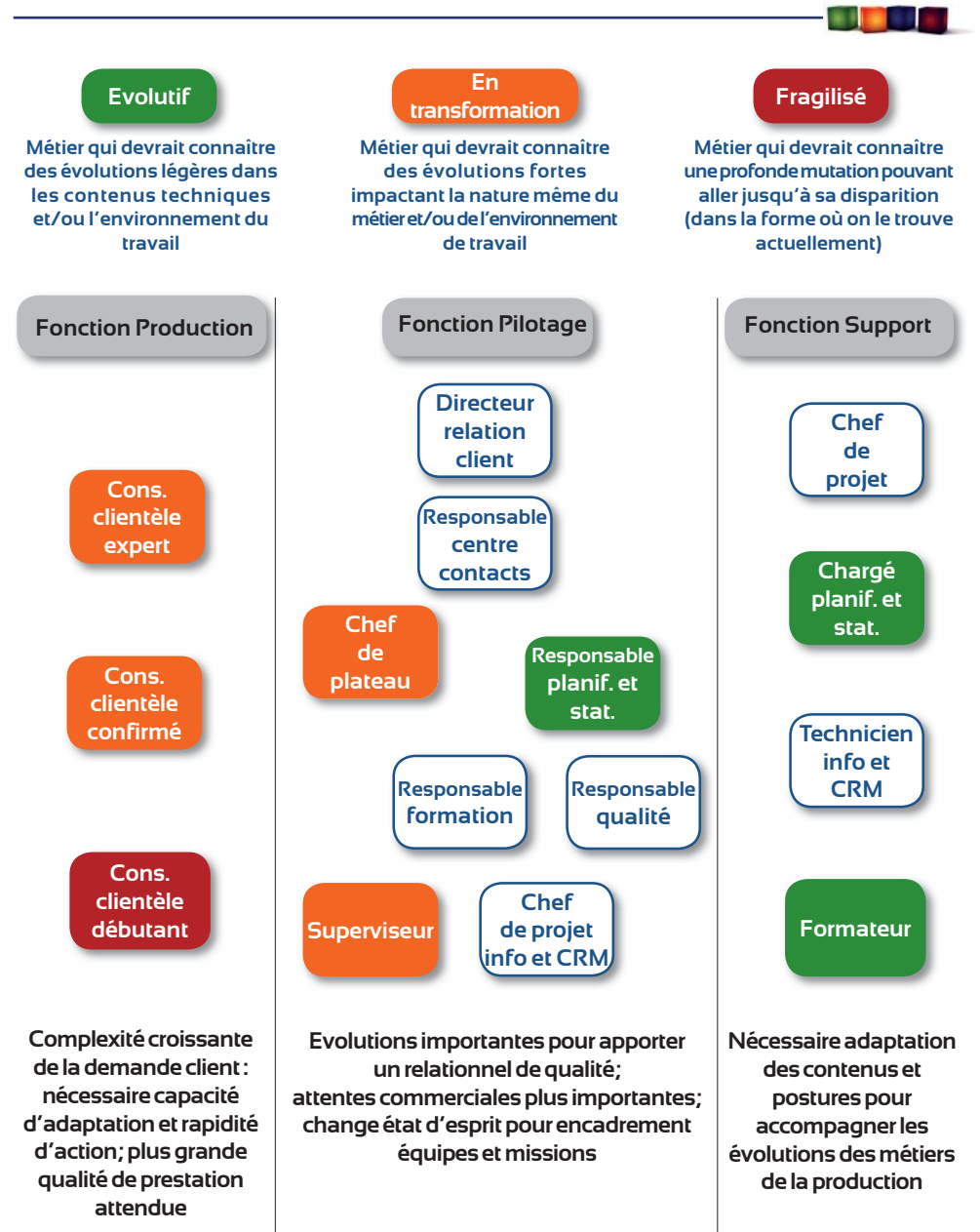
Copyright Observatoire Relation Client : Mission Nationale Relation Client - AGEFOS PME

Les métiers de la filière sont organisés autour de 4 pôles de compétences qui constituent les piliers du référentiel



Copyright Observatoire Relation Client : Mission Nationale Relation Client - AGEFOS PME - Alixio

Impact des évolutions pressenties sur les métiers



Copyright Observatoire Relation Client : Mission Nationale Relation Client - AGEFOS PME - Alixio

Une offre de formation certifiante inégale selon les lieux



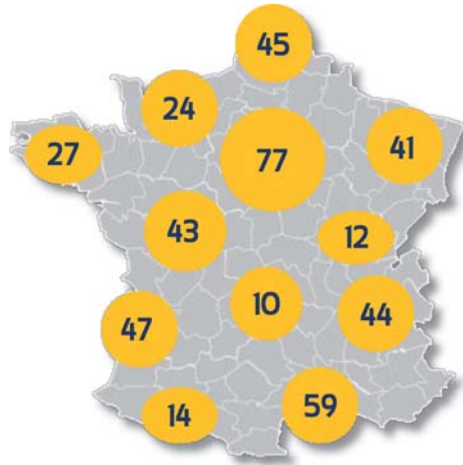
BTS MUC

627 établissements recensés



BTS NRC

449 établissements recensés



TP Conseiller Relation Client à distance

47 établissements recensés



TP SRCD

11 établissements recensés



Une offre de formation diplômante importante



Exemple sur l'offre de formation certifiante (BTS MUC / NRC, Titre CRCD et Superviseur) qui couvre le territoire avec des inégalités. En dépit de l'existence de ce type de diplômes, l'offre de formation est peu adaptée aux besoins des entreprises et les seules formations spécifiques sont mal réparties sur le territoire.

	Projet de recrutement	Nombre de places en BTS MUC/NRC et MC	Ratio places en formation / projets de recrutement
Île-de-France	1910	3796	2,0
Aquitaine	1441	1160	0,8
Nord-Pas-de-Calais	1400	1636	1,2
Rhône-Alpes	1142	2208	1,9
Midi-Pyrénées	917	880	1,0
Pays de la Loire	764	1132	1,5
Poitou-Charentes	757	820	1,1
Bourgogne	702	372	0,5
Centre	695	992	1,4
PACA	593	1780	3,0
Picardie	516	560	1,1
Champagne-Ardenne	394	420	1,1
Lorraine	374	952	2,5
Alsace	229	660	2,9
Bretagne	211	1080	5,1
Languedoc-Roussillon	207	1060	5,1
Basse-Normandie	157	580	3,7
La Réunion	96	12	0,1
Franche-Comté	88	200	2,3
Limousin	86	120	1,4
Haute-Normandie	39	500	12,8
Corse	35	80	2,3
Auvergne	22	440	20,0
Guadeloupe	12	0	0,0
Martinique	4	0	0,0

Note importante : la source statistique des chiffres « Projets de recrutement » est l'enquête Besoins de Main d'Œuvre conduite par Pôle Emploi en 2011 pour le métier « Télévendeur »*

*(ne représente pas l'ensemble des emplois de la filière)



réalisé avec



Méthodologie

Enquête réalisée par téléphone **du 20 au 28 octobre 2011** pour la phase quantitative, et **du 31 au 10 novembre** pour la phase qualitative.

Pour la phase quantitative

Ont été interrogés **150 dirigeants d'établissements** de la relation client, sélectionnés sur la base d'un échantillon raisonné en termes de secteur d'activités et de taille.

Secteur	Taille
44 centres «externes» (code NAF8220Z)	59 entreprises de 10 à 49 salariés
75 centres intégrés du secteur service	53 entreprises de 50 à 499 salariés
31 centres intégrés du secteur commerce / industrie	38 entreprises de 500 salariés et plus

Pour les résultats d'ensemble, chaque catégorie d'établissement a été ramenée à son poids réel.

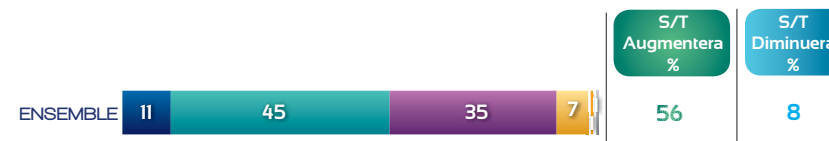
Cette deuxième vague du Baromètre confirme la santé économique de la filière, sa recherche de l'innovation, notamment en matière de canaux de communication, et sa volonté d'investir dans ses salariés. Il reste que le travail de valorisation du métier doit être poursuivi, afin de combler son déficit d'image et faciliter ainsi les embauches de nouveaux salariés.



Question :

Pour les 6 prochains mois, diriez-vous de votre centre de contact à distance que son activité...

- Augmentera de manière importante
- Augmentera de manière modérée
- Restera stable
- Diminuera de manière importante
- Diminuera de manière modérée
- Ne se prononce pas



Rappel Février 2011



Copyright Observatoire Relation Client : AGEFOS PME - Mission Nationale Relation Client - IPSOS

Des responsables de centres optimistes en ce qui concerne l'activité de leur entreprise

La majorité des dirigeants de centres de relation client (56%) considère aujourd'hui que l'activité de leur établissement va augmenter au cours des six prochains mois. Un peu plus d'un tiers pronostique une stabilisation de la situation (35%) et seulement 8% se déclarent pessimistes sur ce point. L'optimisme des responsables des centres est certes modéré (11% seulement tablent sur une forte hausse de l'activité) et se tasse légèrement par rapport à il y a six mois (-5 points), mais il reste clairement majoritaire, et ce, malgré le durcissement de la conjoncture et des perspectives économiques en France. Notons que ces résultats sont une nouvelle fois très largement supérieurs à ceux observés dans les enquêtes réalisées par Ipsos auprès de chefs d'entreprises d'autres secteurs d'activité. Le changement progressif de culture dans les entreprises françaises, de plus en plus conscientes du rôle de la relation client dans leur développement, peut expliquer la santé économique et la confiance dans l'avenir de la filière.

Evolutions des effectifs : Recrutements - Départs

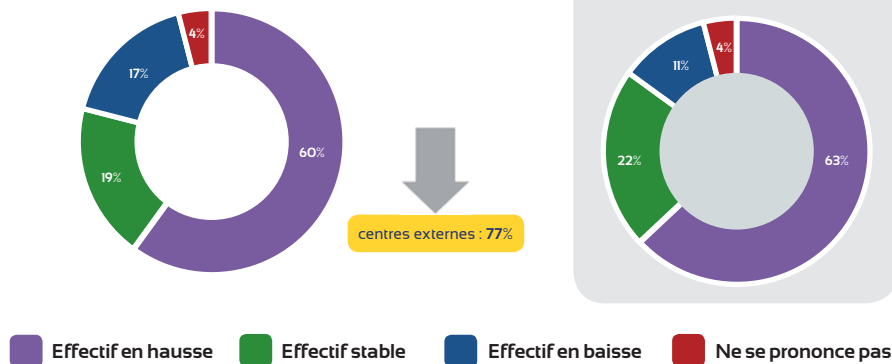
Question :

Depuis 6 mois, combien de salariés ont été recrutés dans votre centre de contact à distance, créations de poste et remplacements compris ?

+ Question :

Depuis 6 mois, combien de salariés ont quitté votre centre de contact à distance (par démission, licenciement, départ à la retraite, mobilité interne...)?

Base : Ensemble



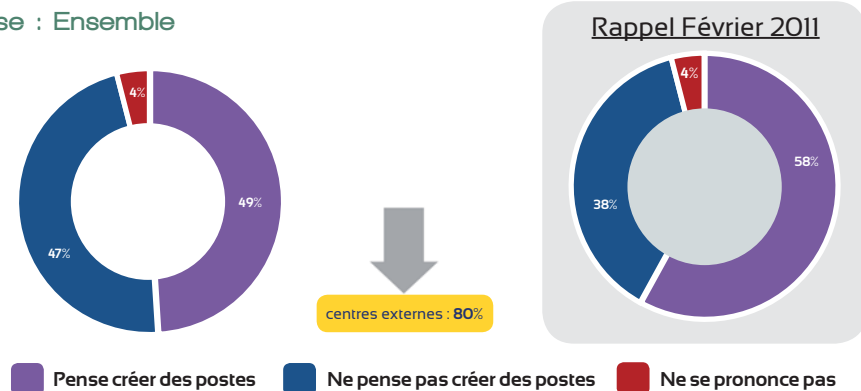
Copyright Observatoire Relation Client : AGEFOS PME - Mission Nationale Relation Client - IPSOS

Les prévisions de créations de postes

Question :

Dans les 6 prochains mois, combien de postes pensez-vous pouvoir créer dans votre centre de contact à distance, c'est-à-dire hors remplacements ?

Base : Ensemble



Copyright Observatoire Relation Client : AGEFOS PME - Mission Nationale Relation Client - IPSOS

Malgré un contexte économique tendu, la dynamique positive de l'emploi dans la filière se poursuit

Des prévisions de créations d'emplois à un rythme toujours soutenu

La première vague de cette enquête révélait, il y a six mois, des perspectives très importantes de recrutement pour la filière.

Les nouvelles données de ce baromètre confirment largement ce pronostic : 8 centres de relation client sur 10 (80%, contre 82% en février) déclarent avoir procédé à des embauches au cours du dernier semestre. Mieux, lorsque l'on fait le différentiel du nombre de salariés partis et de ceux embauchés, 6 entreprises sur 10 affichent toujours des effectifs en hausse (60%, -3 point par rapport à février), tandis que pour 19% le solde est neutre et que seulement 17% (en hausse néanmoins de 6 points) ont vu leurs effectifs s'orienter à la baisse.

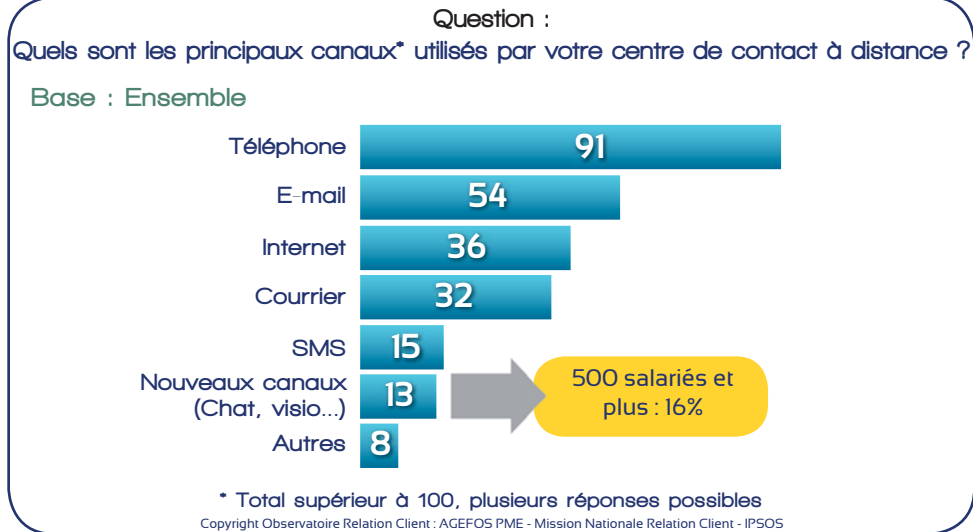
Les centres externes apparaissent à nouveau particulièrement dynamiques : 77% d'entre eux ont augmenté en six mois le nombre de leurs salariés.

Plus significatif, si l'on tient compte du contexte économique morose, les intentions de recrutement pour les 6 mois à venir restent fortes dans la filière. La hausse d'activité attendue devrait ainsi s'accompagner de créations de postes, même si la proportion de centres concernés par ce phénomène devrait diminuer : 49% des dirigeants pensent pouvoir augmenter leurs effectifs salariés au cours du prochain semestre (ils étaient 58% six mois auparavant), contre 47% qui ne le prévoient pas actuellement.

Soulignons que les centres externes se démarquent ici de façon plus nette, avec des intentions de recrutement particulièrement répandues (80% d'entre eux contre 38% pour les intégrés).

Ces chiffres sont bien entendu des estimations, qui peuvent être confirmées ou non par la suite, mais ils traduisent néanmoins un état d'esprit très positif des acteurs de la filière et une confiance soutenue dans son avenir proche.

Les principaux canaux utilisés



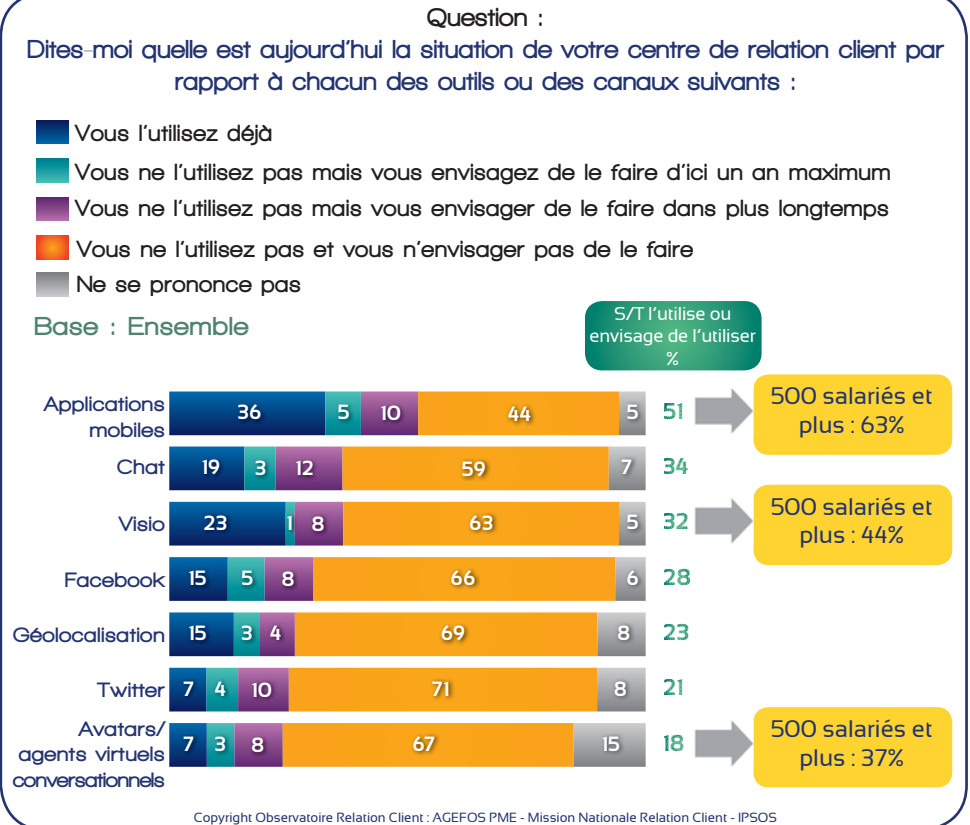
La diversification des canaux de la relation client se poursuit

La nouvelle vague du baromètre confirme et amplifie une tendance déjà observée en février dernier : les centres de relation client sont engagés dans une démarche de diversification de leurs canaux de communication.

Le téléphone reste, sans surprise, le principal canal utilisé par les centres de contact à distance (95%), que ce soit via les appels (91%) ou les SMS (15% ; en hausse de 6 points). Toutefois, le on-line « traditionnel » (internet et courriers électroniques) devient un support de contact de plus en plus répandu : utilisé aujourd'hui par environ deux tiers des centres (67%, dont 75% de ceux d'au moins 50 salariés), il progresse de 5 points en un semestre, grâce notamment à l'utilisation croissante d'internet (36%, +9 points). L'emploi des e-mails demeure stable, avec 54% des entreprises qui utilisent essentiellement ce mode de communication. 36% des établissements privilégient quant à eux le courrier postal (+6 points), qui permet d'atteindre toute les catégories de population.

On notera surtout la percée des nouveaux canaux, utilisés aujourd'hui en priorité par 13% des centres, soit 6 points de plus que le semestre dernier. Mais on observe également que plus d'une entreprise sur trois (36%) se sert déjà, en plus des canaux traditionnels,

L'utilisation de nouveaux canaux



des applications mobiles pour la relation client, tout comme 23% le font pour la Visio, 19% pour le Chat, 16% pour la Géolocalisation et 15% pour Facebook. L'utilisation de Twitter comme canal de la relation client (7%) et d'avatars / d'agents virtuels conversationnels (7%) demeure en revanche encore assez marginale.

Si l'on ajoute aux utilisateurs actuels les centres de relation client qui ne se servent pas encore de ces supports mais qui envisagent de le faire, on s'aperçoit que la filière est actuellement en pleine évolution. Ainsi, un centre sur deux (51%) utilise ou prévoit d'utiliser les applications mobiles, ce score étant de 34% pour le Chat, de 32% pour la Visio ou encore de 28% pour Facebook. Dans un contexte de confiance en l'avenir de la filière, les centres de relation client semblent faire le pari de l'innovation.

Les difficultés de recrutement

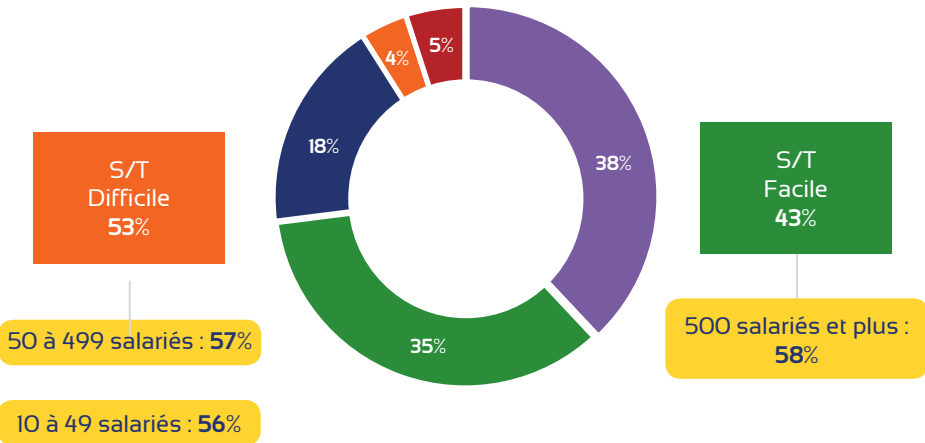


Question :

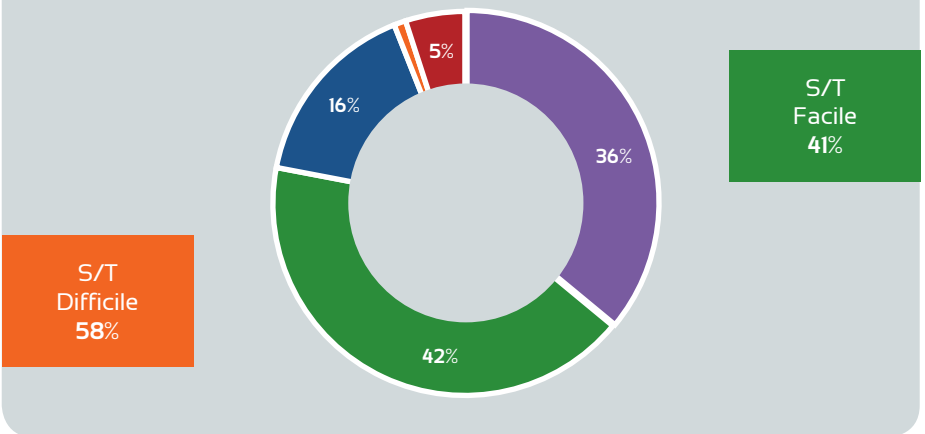
Pour votre centre de contact à distance, trouver des candidats à l'embauche c'est en ce moment...

Base : Ensemble

Très facile Assez facile Assez difficile Très difficile Ne se prononce pas



Rappel février 2011



Copyright Observatoire Relation Client : AGEFOS PME - Mission Nationale Relation Client - IPSOS

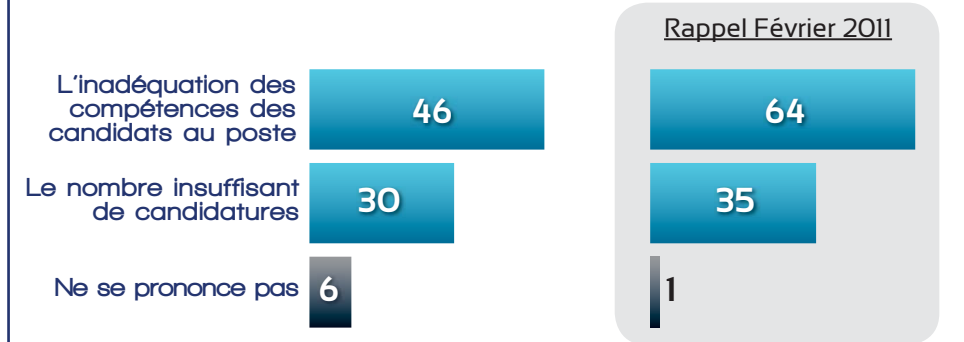
Les raisons des difficultés de recrutement



Question :

Parmi les raisons suivantes, quelle est celle qui explique le mieux le fait qu'il est difficile pour votre centre ou service de relation client de recruter en ce moment ?

Base : Ceux qui trouvent le recrutement difficile



Copyright Observatoire Relation Client : AGEFOS PME - Mission Nationale Relation Client - IPSOS

Les difficultés pour trouver de bons candidats à l'embauche persistent

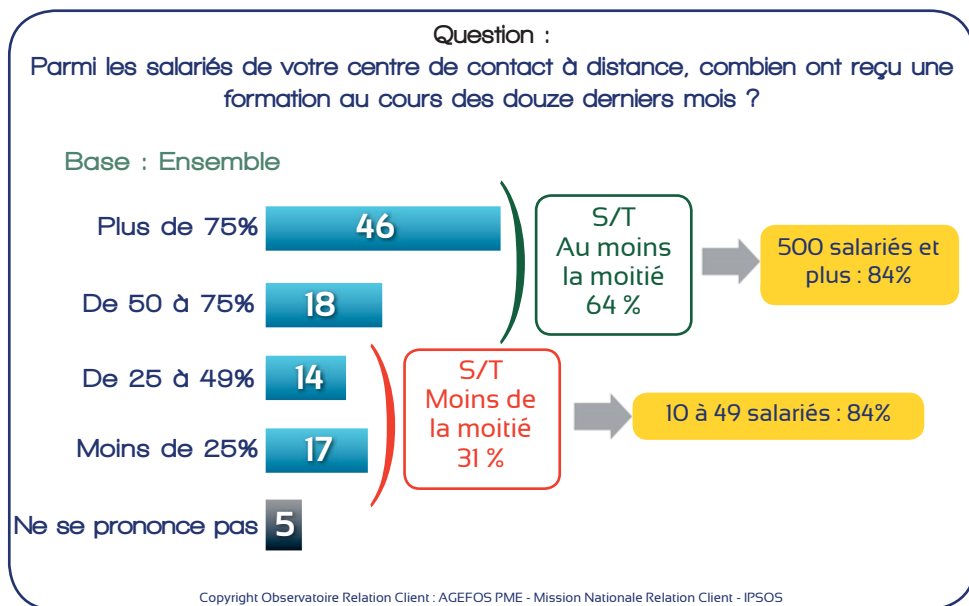
En dépit d'une très légère amélioration depuis février dernier, les dirigeants de la relation client rencontrent toujours des problèmes pour embaucher (53%, en baisse de 5 points).

Dans une période de chômage élevé, seulement 5% (stable) des acteurs interrogés déclarent que c'est très facile d'y arriver.

L'inadéquation des compétences des candidats au poste reste, comme en février, la principale raison avancée par les dirigeants pour expliquer ces difficultés (64%, stable).

Seuls 30% (-5 points) font référence au nombre insuffisant de candidatures. Les centres semblent donc rencontrer toujours des problèmes en termes de profils et de formation des candidats.

La proportion de salariés ayant une formation



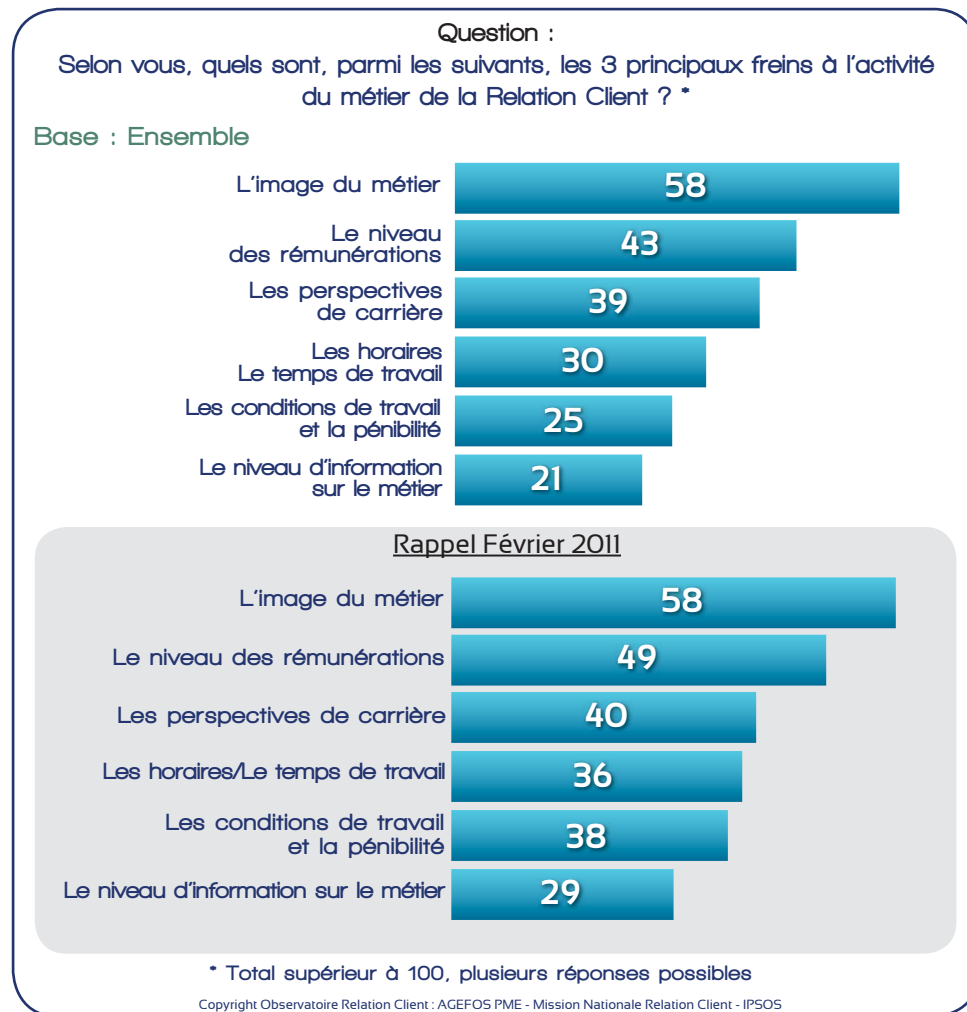
La formation des salariés, un élément clé pour réussir la transformation de la filière

Pour faire face au défi de l'innovation en termes de supports de la relation client, les centres semblent prêts à investir dans leurs salariés. Une très large majorité d'entre eux (72%, dont 80% des structures de plus grande taille) déclare que le développement du cross-canal va donner lieu à des dispositifs de formation permettant l'adaptation des équipes en place aux nouveaux canaux, contre seulement un quart (24%) qui considère en revanche que la solution passe par le recrutement de nouveaux profils plus qualifiés.

Les dispositifs de formation sont d'ailleurs une pratique aujourd'hui assez répandue dans la filière

Dans deux tiers des centres de relation client (64%), plus de la moitié des salariés a reçu une formation au cours des douze derniers mois.

La profession s'accorde pour reconnaître un déficit d'image



Signalons enfin que la filière doit toujours faire face à des freins multiples concernant l'attractivité du métier. Comme en février dernier, c'est d'abord son image (globale) qui semble être un vrai problème, selon 58% des dirigeants (stable). Les autres freins cités par les entrepreneurs, qui relèvent de l'image détaillée du métier, reculent par rapport au semestre dernier -signe toutefois encourageant- mais restent à des niveaux élevés.