



## **COFIDIS, une entreprise à la pointe de la relation client** **Ou quand la satisfaction client se vit au quotidien...**

**Villeneuve d'Ascq, le 7 janvier 2009 — COFIDIS, à l'origine du concept de vente de crédit à distance, a développé depuis 26 ans, une expertise sans équivalent dans tous les domaines de la relation client.**

Avec 5,4 millions de clients et plus de 9000 appels entrants en moyenne gérés chaque jour par 360 conseillers commerciaux, COFIDIS développe une stratégie évolutive où ce sont les clients qui façonnent l'organisation de l'entreprise. Ce parti pris fait écho à une valeur phare de COFIDIS : la clientitude.

La clientitude est, chez COFIDIS, une philosophie à part entière, qui met le client au centre de tout. Avec cette valeur identitaire, COFIDIS vise la pleine satisfaction de ses clients avec simplicité, efficacité et transparence.

Du recrutement à la formation des conseillers, des protocoles de prise en charge jusqu'à l'organisation des équipes, COFIDIS a mis en place au fil du temps, une chaîne complète et innovante de relation clientèle.

### **CAP CLIENT : UNE ORGANISATION ADAPTEE A LA STRATEGIE COFIDIS**

COFIDIS aborde un nouveau cycle de développement stratégique avec CAP CLIENT (Centrage et Amélioration de la Proximité Client). Cette nouvelle phase stratégique est opérationnelle dans l'entreprise depuis mai 2008. Fondé sur 3 valeurs : la satisfaction client, la coopération et la création de valeur, ce nouveau projet a pour ambition de faire évoluer à la fois la structure de l'organisation, le savoir-faire et le savoir-être.

Ce sont en totalité 6 chantiers distincts qui sont menés de front :

#### **1. Une restructuration de l'organisation**

Les équipes de la Direction commerciale, qui compte plus de 360 conseillers, jusqu'alors organisées par produit, ont été restructurées autour de grandes familles de clients spécifiques à COFIDIS. Le service Clientèle accueille désormais les clients dans 3 pôles de compétences distincts créés en fonction des profils. Au sein de chaque pôle, les conseillers commerciaux reçoivent une formation adaptée au portefeuille de produits et aux besoins du client pour répondre au mieux à leurs attentes.

Certaines situations particulières sont identifiées et traitées au sein d'unité spécialisée : comme la Cellule Divorce, qui prend en compte la situation spécifique des clients en instance de divorce ou encore l'équipe dédiée aux clients victimes de sinistres. Ces services ont pour objectif d'accompagner le client au cours de la vie de son crédit. .

#### **2. Une organisation de la coopération entre les métiers pour un service client efficace**

Pour traiter au mieux les demandes des clients, l'intégralité des process clients ont été revisités avec la volonté d'améliorer la coopération entre les métiers. Pour assurer la continuité du service au client, des fiches de travail ont, par exemple, été développées. A cela s'ajoute le redéploiement de la communication interne, permettant ainsi une meilleure visibilité de l'ensemble des métiers et donnant un sens client à l'entraide entre les collaborateurs. Cette réorganisation est pour COFIDIS une occasion unique de mettre en adéquation les besoins clients avec les ressources des équipes commerciales.

### 3. Une revalorisation de l'évolution de carrière et des compétences

Une cartographie des compétences a été établie permettant ainsi de piloter les parcours professionnels et d'optimiser des points spécifiques des formations des conseillers commerciaux. Ces modules de formation sont désormais construits et centrés sur le besoin client et non sur les process COFIDIS.

### 4. Une adaptation des objectifs et du système de primes au centrage client

Les objectifs de tous les métiers ont été redéfinis pour incorporer les valeurs du projet CAP Client : la satisfaction client, la création de valeur et la coopération. La satisfaction client fait donc partie des objectifs de la direction clientèle et à ce titre est récompensée à travers le système de primes. Un nouveau baromètre de satisfaction clients spécifique est réalisé tous les mois à partir d'un panel représentatif de 200 clients de COFIDIS.

### 5. Une personnalisation de l'offre produit et des canaux de communication

Les équipes marketing ont désormais pour mission de développer une offre de produits et une communication spécifiques aux différentes familles de client. Le marketing à COFIDIS évolue donc d'un marketing produit à un marketing client : le profil et les besoins clients sont ainsi déclinés dans des nouveaux schémas commerciaux et argumentaires de vente spécifiques.

### 6. Développer des outils de support nécessaires au service du client.

La direction commerciale s'est dotée d'un outil de routage intelligent. Cet outil permet ainsi d'acheminer les appels clients le plus rapidement possible vers l'interlocuteur le plus compétent pour répondre à ses besoins. Les managers ont également été équipés d'un outil de double écoute des conversations téléphoniques permettant ainsi des actions de coaching avec chacun des conseillers afin de garantir un service client qualitatif.

Innover pour améliorer sans cesse la qualité et la rapidité dans la relation clients. COFIDIS a fait depuis toujours le choix des nouvelles technologies de communication. Téléphone mobile, SMS, Internet, Chat, Internet Mobile, Web 2.0, toutes ces plateformes d'interaction clients existent déjà chez COFIDIS et continueront d'être développées.

Olivier Allender, Direction Commerciale précise : *« Nous ne devons pas perdre de vue notre objectif prioritaire qui reste et restera toujours la satisfaction de nos clients. C'est cette philosophie qui a permis à COFIDIS de se développer avec succès depuis sa création. La mise en œuvre de CAP CLIENT aujourd'hui constitue la réaffirmation de cette nécessité. »*

#### COFIDIS S'ENGAGE



Dans la pratique, pour répondre aux demandes régulières de plus 5 millions de clients en France, COFIDIS a pris un certain nombre d'engagements :

- ✓ **L'accessibilité** avec plusieurs moyens de contact différents : par courrier, par téléphone, sur internet, par serveur vocal interactif, par Minitel et depuis peu l'internet mobile depuis un téléphone portable.
- ✓ **Le professionnalisme des conseillers** à disposition. Tous formés aux techniques d'accueil et de communication verbale avec une particularité : l'absence de script.
- ✓ **L'accueil personnalisé** qui permet à chaque client ou client potentiel d'engager une réelle discussion de fond sur sa situation, ses besoins et d'obtenir un diagnostic sur mesure et sans engagement.
- ✓ **L'efficacité**, avec le déblocage du crédit disponible sous 48h.

**Ce sont au total 27 engagements majeurs et la garantie de leur bonne application qui ont permis à COFIDIS d'obtenir la certification QUALICERT <sup>1</sup> depuis 2007.**

## L'EXPERIENCE CLIENT

COFIDIS efface les distances et multiplie les occasions de dialogue et d'écoute avec ses clients :

### En direct :

- ✓ Des rencontres clients sont régulièrement organisées pour les clients qui souhaitent mieux connaître COFIDIS et visiter l'entreprise.
- ✓ A l'inverse, des visites Clients permettent aussi régulièrement à des salariés de COFIDIS de se rendre chez leurs clients pour échanger avec eux et mieux comprendre leurs besoins.
- ✓ En parallèle, des tables rondes spécifiques sont organisées avec les clients pour débattre de sujets précis comme le contenu des annonces presse. Cette initiative a donné lieu à l'abandon définitif des « coupons-réponses » détachables qui ne correspondaient plus aux attentes des clients.

### Par téléphone ou sur internet :

- ✓ Aujourd'hui plus de 80% des appels entrants sont pris en moins de 30 secondes et des conseillers de clientèle sont disponibles et à l'écoute tous les jours de la semaine.
- ✓ Un nouveau service de «chat» en direct apparaît à l'utilisateur sous la forme d'une alerte automatique et invite l'internaute à dialoguer en ligne avec l'un des 18 conseillers spécialisés pour l'accompagner dans ses démarches de souscription.
- ✓ Une nouvelle plateforme WEB 2.0, organisée à la manière d'un forum de discussion interactif, invite les internautes à proposer les services clients de demain sur <http://votreavis.cofidis.fr>.

Au final, en plus du baromètre de satisfaction client mensuel, une enquête annuelle approfondie est menée sur un échantillon très large des clients de COFIDIS pour évaluer au plus juste la satisfaction des clients et identifier les points d'amélioration.

Tous ces engagements se vérifient par les faits et concourent à la pleine satisfaction des clients de COFIDIS. Le taux de satisfaction globale, qui était de 90% sur l'année 2007, est passé à 92% au premier trimestre 2008 <sup>2</sup>.

1 Enquête de satisfaction globale réalisée par TNS

2 Le label Qualicert (marque du groupe SGS) est attribué sur audit des organisations et apporte les garanties essentielles sur la qualité et la fiabilité des services aux clients. ([www.fr.sgs.com](http://www.fr.sgs.com))

94 Cachan

*Les engagements du service client d'un organisme de crédit  
Caractéristiques sur demande*

### A propos de COFIDIS

*Créé en 1982, COFIDIS est le spécialiste européen du crédit à la consommation à distance et emploie près de 3000 collaborateurs dans le monde (dont 1600 en France) qui gèrent au quotidien 11,5 millions de comptes clients. La société COFIDIS est implantée dans 9 pays (France, Belgique, Espagne, Portugal, Italie, République Tchèque, Hongrie, Roumanie et Slovaquie).*

[www.cofidis.fr](http://www.cofidis.fr)

### Contacts presse



Morgane VANDENDRIS

Tel : 01 58 65 00 44 / Email : [mvandendris@hopscotch.fr](mailto:mvandendris@hopscotch.fr)

Pierre MAUREL

Tel : 01 58 65 00 19 / Email : [pmaurel@hopscotch.fr](mailto:pmaurel@hopscotch.fr)