



BUSINESS

Success Story

Et si un micro-casque se cachait sous le bonnet des Schtroumpfs?!

IMPS

smurf.com

Pays:

Belgique

Secteur:

Marketing

Nombre d'utilisateurs de casques:

15 personnes

Défi:

Offrir une qualité audio impeccable lors de communications avec les clients et prospects, partout dans le monde, en toute circonstance

OVERVIEW

Derrière l'acronyme IMPS (International Merchandising Promotions & Services) se cache la société chargée de gérer les droits des Schtroumpfs partout dans le monde. Sa mission: assurer le marketing de ces petits lutins bleus au travers des multiples produits dérivés qu'ont inspirés les créations de Peyo. Pour mieux satisfaire les attentes de publics variés, la société a organisé ses équipes commerciales par territoire et s'est structurée en trois business units opérationnelles: édition, audiovisuel, merchandising et promotion.

La business unit Edition gère les droits, une activité de plus en plus complexe et hétérogène à mesure que les petits bonhommes bleus conquièrent chaque territoire de la planète et se baladent sur les écrans de toutes tailles, des salles obscures aux mini-écrans de smartphones en passant par les tablettes numériques. La business unit Audiovisuel d'IMPS doit gérer les droits de diffusion de 272 épisodes du dessin animé sur pas moins de 120 chaînes de télévision dans le monde. Sans parler des DVD et de la musique. La business unit Merchandising et promotion enfin traite de tous les produits dérivés (pièces d'habillement, jouets, figurines...).

La croissance commerciale est manifeste depuis quelques années. « Depuis trois ans, la société connaît une activité exponentielle, » souligne Michaël Loosveldt, directeur financier d'IMPS. « Cela nous a incité à optimiser certains de nos processus et outils. La téléphonie était l'un de ces points d'amélioration car nous devons dialoguer, régulièrement, avec des interlocuteurs aux quatre coins du monde. En 2011, lorsque nous avons remplacé nos centraux et nos téléphones, nous en avons profité pour nous doter de casques téléphoniques afin de faciliter la tâche de nos collaborateurs. » Les Key Account Managers (qui passent parfois jusqu'à 1 tiers de leur journée au téléphone) et les collaborateurs du département juridique étaient tout particulièrement concernés.

EN JEU, L'EFFICACITÉ DES RELATIONS CLIENTÈLE

Les Key Account Managers d'IMPS sont en charge du réseau d'agents de licence. Les conversations qu'ils ont avec des interlocuteurs les obligent souvent à consulter des dossiers, contrats, à rechercher des informations sur les précédents échanges intervenus

plantronics.

Solution Plantronics:
EncorePro
CS540
Voyager PRO UC

« Nous ne voulions pas d'une solution d'outsider. Nous voulions de la qualité et tous nous disaient que nous ne la trouverions que chez Plantronics. »

avec le client, sur le contexte commercial du pays concerné, etc. Dans ces conditions, la manipulation d'un combiné téléphonique bride leur efficacité et la qualité des réponses qu'ils peuvent donner. Le recours à des casques n'avait donc rien de superflu. « Nos deux objectifs principaux étaient la simplicité d'utilisation et la possibilité d'avoir les mains libres durant les communications. »

Mais IMPS s'est très vite aperçu que tous les casques ne se valaient pas. Une première expérience malheureuse, a démontré toute l'importance de casques de qualité. « Avec les casques bon marché d'une autre marque, nous perdions quasi 50% du fil de la conversation. Ce n'est pas comme si on écoute de la musique. La voix doit être claire, la conversation audible. Il faut être compris, ne pas devoir faire répéter. »

Un consultant d'Inventive Telecom, le partenaire qui a procédé à l'installation des systèmes Avaya, a alors recommandé à IMPS de se tourner vers Plantronics. « Converser pendant plus d'une heure avec des interlocuteurs des quatre coins du monde, dont les accents sont parfois difficiles à comprendre, exige que l'on mette toutes les chances de compréhension de son côté. Cette qualité sonore, nous l'avons trouvée avec les casques Plantronics » explique Michaël Loosveldt. « Ces casques ont en outre l'avantage de couper les bruits parasites et le bruit de fond, essentiel dans un environnement de type open space. Ils nous permettent d'avoir les mains libres et de pouvoir, durant nos communications, calculer, écrire ou envoyer un mail directement à notre interlocuteur, parcourir un document, l'amender, y faire des annotations... Souplesse, flexibilité et qualité constituaient notre triptyque gagnant ! »

CASQUES TOUS USAGES

IMPS s'est équipé d'une quinzaine de casques, destinés aux gros utilisateurs de la téléphonie (commerciaux et juristes mais aussi d'autres utilisateurs comme les départements finances, administration et IT.

Le directeur d'IMPS, William Auriol, a lui aussi été convaincu. « J'avais toujours été un peu réticent à l'idée d'utiliser un casque », confie-t-il. « J'ai commencé par utiliser un

casque pour les longues conversations téléphoniques. Grâce à l'adaptateur, je l'ai branché sur mon GSM, que j'utilise beaucoup. C'était tellement agréable que j'ai étendu son usage aux conversations fixes. Ce qui me permet de faire deux choses à la fois. Mes yeux et mes mains peuvent poursuivre leur activité sans qu'il y ait forcément un lien avec la conversation en cours. »

L'un des attraits des casques Plantronics réside dans les adaptateurs GSM fournis. « Cela accroît la liberté de réflexion », souligne Michaël Loosveldt.

Quelques casques disposent également d'un adaptateur Bluetooth qui permet à leurs utilisateurs de téléphoner lors de leurs déplacements en voiture. Ces oreillettes Voyager PRO UC V2 sont particulièrement appréciées pour leur légèreté et leur aptitude à supprimer les bruits ambiants.

AUTRES QUALITÉS

Hormis la qualité sonore, les principaux atouts qu'IMPS reconnaît aux casques Plantronics sont leur légèreté, la flexibilité d'action qu'ils autorisent et la facilité de manipulation (en ce compris celle des adaptateurs). « Il n'y a rien de plus simple », confirme William Auriol. « C'est du plug & play. » Selon lui, la meilleure preuve de leur efficacité vient du fait qu'aucun des clients ou interlocuteurs d'IMPS n'a émis de critique ou signalé de problème de qualité sonore depuis leur mise en service. « Pas de remarque, bonne remarque », sourit-il. Et lui qui était encore jusqu'il y a peu réticent à l'idée de coiffer un casque audio encourage désormais « tous ceux qui se posent la question de passer à l'acte. Et à tous ceux qui ne se sont pas encore posé la question, de se la poser. » A cet égard, il conseille aussi de ne pas s'arrêter à sa propre perception des choses: « quand nous avons remplacé notre téléphonie, je n'aurais sans doute pas pensé, de moi-même, encourager le recours au casque. Il ne faut surtout pas hésiter à sonder les premiers intéressés, à savoir les utilisateurs », conclut-il.

© 2013 Plantronics, Inc. Tous droits réservés. Plantronics et Voyager PRO UC sont des marques commerciales ou déposées de Plantronics, Inc. 08/13

« Converser pendant plus d'une heure avec des interlocuteurs des quatre coins du monde, dont les accents sont parfois difficiles à comprendre, exige que l'on mette toutes les chances de compréhension de son côté. Cette qualité sonore, nous l'avons trouvée avec les casques Plantronics. »

MICHAËL LOOSVELDT,
IMPS FINANCE DIRECTOR

Avantages

- performances audio, qualité constante
- légèreté des casques
- facilité d'utilisation
- adaptabilité aux divers contextes (utilisation fixe, avec GSM, en voiture, en extérieur)
- filtrage et suppression des bruits ambiants