**Date de Création** –14/03/2019

**Nom de la Rédactrice –** Vanessa FIGARO

**REPRISE**

**Site Destinataire -** http://centredappels.fr

**Les Centres d’Appels Et Le Traitement Des Hors-Critères**

Lors des **opérations d’émissions d’appels**, les **téléagents** font face à de nombreuses difficultés. Le plus souvent, ils ont à peine eu le temps de se présenter qu’on leur raccroche au nez. Pour ceux ayant franchi cette étape, la tâche se complique face aux **prospects** réticents. Il faut trouver les bons arguments et rebondir face aux objections.

Cependant, une des difficultés toutes aussi récurrentes qu’on oublie de mentionner est de joindre le bon **interlocuteur**. En effet, il arrive que lors d’une **campagne** spécifique, des personnes, appelées des **hors-critères**, soient contactées par erreur.

Voyons pourquoi il ne faut pas négliger les **hors-critères** lors des **démarchages téléphoniques** car ils ont un impact considérable sur la réputation de l’entreprise.

**Comment un client est-il considéré hors-critères ?**

Simplement, un **hors-critère** est un **client** ou **prospect** se trouvant dans la **base de données** de la société mais dont les **descriptions qualitatives** ne coïncident pas avec celles de la **campagne**. Ainsi, lors des **démarchages téléphoniques**, ces personnes sont contactées par erreur.

Un **client** ou **prospect** devient un **hors-critères** lorsque les informations stockées dans le **CRM** le concernant sont erronées. D’ailleurs, cette problématique est causée par un mauvais référencement de la **base de données**. Plus précisément, un manque de régularité dans la mise à jour de ces informations peut affecter leur fiabilité.

Effectivement, mettre à jour la base d’informations est important car c’est de là que les **téléagents** puisent les **profils clients**. Par exemple, un **client** qui a changé d’adresse ou d’occupation peut facilement devenir **hors-critères** si son profil n’a pas été mis à jour correctement.

De plus, ces informations doivent être saisies dans la base aussitôt qu’elles sont recueillies lors du **sondage**. Cela garantirai une meilleure fiabilité et le nombre **d’hors-critères** en serait diminué.

**L’impact des Hors-Critères**

Comme vous pouvez le constater, les informations disponibles sur le **logiciel CRM** ne sont pas sans erreurs. Par conséquent, les **téléagents**, qui sont sur une mission spécifique, se retrouvent avec des informations plus complexes et diverses que prévues. De plus, il devient plus difficile d’atteindre dans les délais les objectifs prévus pour la **campagne**.

En outre, des erreurs notamment au niveau de la fiabilité des informations augmentent la présence des **hors-critères**. Ces derniers reçoivent des appels inutilement. Toutefois, il ne faut pas oublier les **téléagents** ne sont pas tous dotés du même niveau de professionnalisme. Il arrive parfois qu’ils n’hésitent pas à raccrocher au nez de leurs **interlocuteurs** qui sont à leur tour frustrés. Ce qui impacte négativement sur la **relation client**. En effet, de telles bourdes répétitives peuvent faire la mauvaise réputation de la marque.

En sus de cela, lors de **relances**, les **clients** ou **prospects** sont plus réticents à engager la conversation. Du coup, les **télévendeurs** rencontrent encore plus de difficultés à leur niveau.

**Solutions pour le traitement efficace des Hors-Critères**

Effectivement, la situation avec les **hors-critères** pourrait continuer ainsi. Or, heureusement, de nombreuses entreprises sont désormais conscientes de l’importance de la **relation client**. Et justement, le traitement des **hors-critères** contribue grandement à cette relation.

De même, tous les **téléagents** devraient aussi être sensibilisés de l’importance de respecter les **formules** **de politesse**. Qu’ils s’adressent aux **clients** et **prospects**, **hors-critères** ou pas. Car il ne faut pas oublier que ces échanges jouent un grand rôle sur **l’expérience client**. La qualité de ces **interactions** reflète les compétences et le professionnalisme de l’entreprise. De ce fait, il est impératif d’employer des **téléagents** compétents.

C’est pourquoi les grandes entreprises ont recours aux **centres d’appels** pour leurs **opérations de** **démarchage téléphonique**. D’ailleurs, de nombreux avantages en découlent. Par exemple, les **téléagents** sont formés et qualifiés à gérer les situations lorsqu’ils ont affaire à des **hors-critères**. De plus, une équipe de **superviseurs** s’assure que les appels soient conformes aux normes de qualité du **centre de contact**.

En sus de cela, les **centres de relation client** sont désormais équipés **d’ACD** ou de **Distributeur d’appels** **automatique**. En d’autres mots, **l’ACD** est un autocommutateur couplé d’un moteur de routage **intelligent**. Pour face à la **masse d’appels entrants et sortants**, **l’ACD** s’occupe de rediriger les appels de façon intelligente. De ce fait, les appelants sont automatiquement mis en contact avec les **téléconseillers** adaptés à leurs requêtes. Cela permet une communication plus efficace et le traitement des appels est optimisé.

De plus, lors de ces échanges, l’ACD recueille les **données des clients** ou **prospects** en temps réel. Par conséquent, les données stockées dans le **CRM** sont fiables et reflète le **profil des clients**. Ainsi, les **téléagents** n’auront plus à s’occuper du référencement pendant leurs **démarchages téléphoniques**. Finalement, la diminution des **hors**-**critères** rendra **l’expérience client** plus agréable et il devient plus facile de maintenir une **relation client** conviviale.

**Découvrez comment vous aussi pouvez optimiser le traitement des hors-critères**

Vous envisagez de recourir à l’**externalisation** de la **gestion de votre relation client** ? De nombreux **centres d’appels** sont spécialisés pour apporter **satisfaction** à vos clients. De même, le référencement des **profils clients**, étape primordiale dans la stratégie de **fidélisation client**, faut aussi partie des services proposés. Pour plus de détails à ce propos, nous sommes joignables au 09 70 71 83 00 ou sinon écrivez-nous [directement sur notre site web](http://centredappels.fr/contactez-nous). Nous vous recontacterons dans les plus brefs délais.

**Mots-Clés** – **fidélisation client, profils clients**, **satisfaction, gestion de votre relation client**, **externalisation, l’expérience client, hors**-**critères, téléagents, CRM, données des clients, prospects, masse d’appels entrants et sortants, ACD, téléconseillers, centres de relation client, Distributeur d’appels automatique, superviseurs, centres de contact, opérations de démarchage téléphonique, interactions, formules de politesse, relances, télévendeurs, profils clients, base de données, descriptions qualitatives, opérations d’émissions d’appels**

**Méta-Description –** Le traitement des hors-critères est un aspect souvent négligé par beaucoup de téléagents. Pourtant, il est étroitement lié à la qualité de la relation client.

**Article Source -** http://www.callcenterilemaurice.com/centre-dappels-traiter-hors-criteres/