

Secteurs en vedette - Centres d'appels

Centres de relations clients

Tout un numéro!

Avec un peu plus d'un demi-million de travailleurs et 13 000 établissements, l'industrie canadienne des centres d'appels brasse des grosses affaires. Bonne nouvelle : au Québec, la demande a amélioré les conditions d'emploi. On n'y occupe plus simplement des petits boulots d'étudiants, on y fait carrière.

Par Emmanuelle Gril



Le Canada, et le Québec en particulier, sont des sites de choix pour exploiter des centres d'appels, rebaptisés centres de relation client (CRC). En 2002-2003, le Canada était le deuxième pays du monde, après l'Inde, à en attirer le plus¹. Au cours de cette période, il en a séduit 56 comparativement à 60 pour le territoire indien!

«Il y a ici un bon bassin de main-d'œuvre disponible, le plus souvent bilingue, voire multilingue», soutient **Pierre Marc Jasmin**, président de Services Triad, un cabinet de Montréal spécialisé dans la gestion des opérations et des technologies des centres d'appels. «Certaines zones au pays sont déjà saturées et le recrutement y est devenu difficile, au Nouveau-Brunswick et à Toronto, par exemple. L'Alberta a également connu un gros boum, mais actuellement l'embauche cause problème parce

que la main-d'œuvre n'est pas au rendez-vous. Qui plus est, cette dernière réclame des salaires plus élevés, compte tenu des conditions économiques favorables dans cette province.»

«Plusieurs grands centres d'appels sont venus s'installer au Québec car les travailleurs sont bilingues et qualifiés», confirme **Éric Boutié**, président fondateur d'Événements Carrière, une entreprise spécialisée dans l'organisation de salons carrières mettant en contact employeurs et chercheurs d'emploi. «Air France, par exemple, a ouvert ici un centre qui dessert toute l'Amérique du Nord», précise-t-il.

Fabien Navet, fondateur de C3Job, un site Internet d'emplois spécialisé dans l'affichage de postes pour les CRC, abonde dans ce sens. «Pour un pays industrialisé, la main-d'œuvre québécoise est plutôt bon marché, tout en étant bien formée, et le coût des infrastructures est assez bas. Cela permet de lutter contre le phénomène de délocalisation des CRC, vers l'Inde notamment, puisqu'on peut offrir un rapport qualité-prix intéressant.»

Résultat : l'industrie québécoise des CRC représente plus de 18 % des activités canadiennes dans ce domaine, avec, selon **Pierre Marc Jasmin**, environ 2 500 centres qui emploient de 50 000 à 55 000 personnes.

Rétablir sa réputation

Si vous imaginez qu'œuvrer dans un centre d'appels consiste à faire du télémarketing enfermé dans un sous-sol insalubre, détrompez-vous! Le secteur a connu beaucoup de changements au cours des 15 dernières années. «Au début, quelques scandales relatifs à des centres de télémarketing qui opéraient dans des salles de chaudières ont éclaté, note **M. Jasmin**, ce qui a contribué à ternir l'image de l'industrie.»

Aujourd'hui, les choses ont évolué et les employeurs rivalisent d'imagination pour attirer et retenir la main-d'œuvre. Formation à l'interne, possibilités de promotion, primes à l'ancienneté et au rendement, avantages sociaux ne sont que quelques-uns des incitatifs mis de l'avant par les CRC. «La concurrence est forte, constate **Éric Boutié**. Les employeurs mettent en place des stratégies de recrutement accrocheuses et travaillent beaucoup sur leur image. Ils doivent aussi combattre un taux de roulement de 40 à 50 %.»

C'est que la mauvaise réputation du télémarketing colle encore à la peau de l'industrie des centres d'appels. Mais la situation tend à s'améliorer : l'ère de la sollicitation féroce est pratiquement révolue, d'autant plus que le Canada devrait créer sous peu – comme l'ont fait les États-Unis – une liste nationale des numéros de téléphone exclus. En s'y

inscrivant, les consommateurs s'assurent de ne pas être contactés par des organismes ou entreprises avec lesquels ils n'ont aucun lien d'affaires.

Une porte d'entrée?

Les CRC font aussi valoir des possibilités de carrière intéressantes. Dans ces entreprises, le poste de départ est celui de représentant au service à la clientèle. Juste au-dessus se trouvent les agents spécialisés (en soutien technique, par exemple), puis les superviseurs ou chefs d'équipe, et enfin les gestionnaires. Il est possible de progresser dans la hiérarchie des CRC. «Les compétences personnelles passent généralement avant le diplôme, souligne Éric Boutié. Lorsqu'on a développé des habiletés en gestion du personnel, entre autres, on a de bonnes chances d'obtenir une promotion.» Plus de 70 % des gestionnaires² de centres d'appels ont d'ailleurs commencé leur carrière à titre d'agents.

«Le travail en centre d'appels constitue une excellente porte d'entrée dans une organisation, ajoute pour sa part Fabien Navet. Si on répond aux critères exigés, on peut éventuellement décrocher un poste dans d'autres services de la compagnie, par exemple celui des ressources humaines ou celui du marketing, comme représentant des ventes, notamment.»

Le Centre de contact clientèle du Canada, un conseil sectoriel fondé en 2004, travaille fort au développement professionnel dans les CRC. Cet organisme participe à la création d'une industrie des centres d'appels vigoureuse et d'une main-d'œuvre compétente. Entre autres dossiers actuellement sur la table, on trouve l'élaboration de désignations professionnelles qui seraient reconnues partout au Canada. Il est question d'établir une norme professionnelle pour les gestionnaires de centres d'appels. «Actuellement, il n'y a pas d'obligation de formation pour les gestionnaires», explique **Pierre Marc Jasmin**, qui est également membre du conseil d'administration du Centre de contact clientèle du Canada. «En revanche, poursuit-il, l'établissement d'une norme garantirait la qualité de la main-d'œuvre, qui aurait suivi une formation adéquate et réussi à un examen. Pour les employeurs, cela faciliterait d'autant le recrutement.» Une autre preuve que l'industrie mise plus que jamais sur le fait que le travail en centre d'appels constitue une carrière, et pas seulement un petit boulot que l'on fait en attendant d'avoir trouvé mieux.

1. Rapport sur l'investissement dans le monde, 2004 : *La montée en puissance du secteur des services*, Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement.

2. Centre de contact clientèle du Canada, www.contactcentrecanada.ca/cm/files/newsletters/spring_06/index.html#topf.