

## Liste des études de balisage de 2005 à 2009

### Études de balisage 2005

<u>Numéro d'étude</u>	<u>Titre</u>	<u>Descriptif</u>
2005-01	Virage ventes	Ce virage implique de pouvoir établir des objectifs de revenus réalistes et de mettre en place les mécanismes de suivis appropriés afin d'assurer que les objectifs soit atteints. La mise en place d'une nouvelle fonction implique également d'adapter les processus de gestion en place. La présente étude vise à mettre en évidence ces différents éléments au sein des centres de contacts clientèle participants.
2005-02	Processus de monitoring et coaching	La présente étude vise à offrir un portrait du processus de monitoring et de coaching pratiqué dans les centres de contacts participants. L'étude offre également des commentaires et analyses relativement aux données recueillies et aux tendances observées dans le marché.
2005-03	Défis de la planification des effectifs	La présente étude offre un portrait du processus de planification des effectifs tel que pratiqué dans les centres de contacts participants. Le rapport final est divisé en 9 parties, touchant les principaux aspects de la planification des effectifs dans un centre de contacts clientèle, soit: les volumes et le types de contacts traités, les méthodes de planification des effectifs, les indicateurs de gestions et objectifs, les outils utilisés pour la planification des effectifs, les ressources affectés à la planification des effectifs, l'impact sur les ressources humaines, les impacts sur la satisfaction de la clientèle, les défis et principales préoccupations par rapport à la planification des effectifs et les caractéristiques de succès identifiées par Services Triad.
2005-04	Processus budgétaire	La présente étude explique le portrait du processus budgétaire tel que pratiqué dans les centres de contacts participants, depuis l'étape de la planification stratégique jusqu'à l'étape de post-mortem. Le rapport final est divisé en 8 parties. La première partie présente les caractéristiques des centres participants. Les parties subséquentes suivent les étapes comprises dans un processus budgétaire. La dernière partie présente les caractéristiques de succès identifiées et leur niveau d'adhérence parmi les participants à l'étude.
2005-05	Structure organisationnelle	La présente étude vise à tracer un portrait de la structure des centres de contacts participants. Le principal objectif de cet exercice est de souligner les pratiques actuelles en terme de structure et de hiérarchie, et aussi de dégager les tendances pour les prochaines années.

### Études de balisage 2006

<u>Numéro d'étude</u>	<u>Titre</u>	<u>Descriptif</u>
2006-01	Tableau de bord	L'étude sur le tableau de bord et sur les indicateurs stratégiques vise en premier lieu à connaître le degré d'utilisation des tableaux de bord dans les centres de contacts participants. En second lieu, l'étude présente un comparatif des résultats pour certains indicateurs de performance. Les résultats sont assortis de commentaires et recommandations par rapport à l'utilisation du tableau de bord et par rapport au processus de gestion qui y est associé.
2006-02	Stratégies de recrutement	L'étude a pour objectif de déceler les tendances en terme de recrutement pour les centres de contacts clientèle participants. Nous chercherons plus particulièrement à identifier de quelle manière les centres de contacts peuvent s'adapter afin de faire face à des défis tels le manque de relève, l'évolution technologique et la venue sur le marché du travail de la génération Y.
2006-03	Gestion par file vs par compétence	L'étude a pour premier objectif de comprendre si les centres de contacts participants utilisent leur mode d'aiguillage des appels à son plein potentiel. Nous verrons également quels sont les impacts possibles de l'implantation de l'acheminement par compétence au niveau des ressources humaines et au niveau opérationnel.
2006-04	Satisfaction de la clientèle	L'étude portant sur la satisfaction de la clientèle a pour but de connaître les mécanismes employés afin de vérifier la satisfaction de la clientèle ainsi que l'impact des centres de contacts participants sur ces mécanismes.

### Études de balisage 2007

<u>Numéro d'étude</u>	<u>Titre</u>	<u>Descriptif</u>
2007-01	Indicateurs de performance – Édition 2007	L'objectif principal de cette étude est d'effectuer une mise à jour sur les données principales recueillies par Services Triad dans les parutions antérieures de cette étude (2004 et 2006). Nous tenterons également de déterminer les différentes approches pour le calcul de certains indicateurs en plus de comprendre la manière dont sont priorisés les indicateurs.
2007-02	Positionnement automatique et traitement des appels	L'étude a pour objectif de vérifier l'usage et l'efficacité de l'automatisation du traitement des appels et de comparer les indicateurs de performance liés à cette fonction. Elle a aussi pour but d'identifier les différentes approches préconisées par les entreprises et sonder les intentions pour l'adoption de solutions évoluées d'automatisation. Finalement, une section de cette étude fera connaître certaines pratiques mises de l'avant dans le marché qui se sont avérées être un succès.
2007-03	Ressources Humaines – Édition 2007	Cette troisième étude de balisage pour l'année 2007, porte sur les ressources humaines. Elle a pour but de faire des comparaisons entre les échelles salariales offertes à travers les centres de contacts clientèle, incluant les salaires des gestionnaires et des équipes support. Le rapport de l'étude met également en relief les variations du taux de roulement et d'absentéisme ainsi que les techniques utilisées pour les diminuer.
2007-04	La Formation	La présente étude vise principalement à dresser le portrait de la formation pour les centres de contacts participants. Il y est question des formations initiales et aussi de formations continues. L'étude est divisée en cinq sections qui abordent chacune un aspect de la formation. La première section présente tout d'abord le profil des participants. La deuxième section traite de la structure de la formation. Dans la troisième section, nous parlons des modes de diffusion. La quatrième section s'attarde à comprendre les modes d'évaluations et les retombées des formations. La cinquième et dernière section de l'étude traite quant à elle des intervenants qui participent au processus de formation.

**Études de balisage 2008**

<u>Numéro d'étude</u>	<u>Titre</u>	<u>Descriptif</u>
2008-01	La Gestion des ressources en CCC	L'objectif de cette étude est de présenter des éléments de la gestion des ressources dans les centres de contacts clientèle. Le sujet étant très vaste, nous nous sommes concentrés sur les trois aspects suivants: l'approche de gestion, la gestion intergénérationnelle et la gestion de performance.
2008-02	Le Traitement des appels	L'objectif de cette étude est en premier lieu de comprendre les éléments composant le temps de traitement des appels. L'étude permet en deuxième lieu d'effectuer une mise à jour sur le coût par appel. Nous avons volontairement centré l'étude sur les appels téléphoniques afin d'alléger la collecte des données brutes pour les participants.
2008-03	La Fidélisation des employés	Cette étude porte sur la fidélisation des employés. Les employés visés par cette étude concernent principalement les agents. Elle permet de mettre en lumière les approches, les stratégies et les différentes tactiques qui favorisent le maintien de l'attachement des employés performants qui démontrent réellement un intérêt pour l'entreprise.
2008-04	Les Défis de l'assurance qualité et du monitoring	Cette étude porte sur les défis liés à la gestion et à l'opération d'un programme d'assurance qualité (AQ). Elle adresse aussi les activités de monitoring et de coaching. La dernière étude sur le sujet fut réalisée en 2005. Des mises à jour comparatives entre les résultats de 2005 et ceux de 2008 particulièrement sur les processus utilisés, les critères de la grille d'évaluation, ainsi que les indicateurs utilisés vous sont présentés.

**Études de balisage 2009 (bientôt disponible)**

<u>Numéro d'étude</u>	<u>Titre</u>	<u>Descriptif</u>
2009-01	Le Télé-travail	L'objectif de cette étude est de présenter des éléments de la gestion des ressources dans les centres de contacts clientèle. Le sujet étant très vaste, nous nous sommes concentrés sur les trois aspects suivants: l'approche de gestion, la gestion intergénérationnelle et la gestion de performance.
2009-02	Défis de la planification des effectifs (édition 2009)	Cette étude porte sur les défis liés à la planification des effectifs (PDE) édition 2009. La dernière étude sur le sujet fut réalisée en 2005. Celle-ci permet de mettre en lumière les approches, les processus opérationnels ainsi que les différentes tactiques en relation avec la gestion de ces activités, les ressources humaines attirées ainsi que les éléments pouvant faciliter la rétention des agents en rapport à cette pratique. L'étude offre certaines comparaisons avec des études antérieures ainsi que des observations et pistes de réflexions sur les pratiques et analyses relativement aux données recueillies et aux tendances observées dans le marché.
2009-03	Traitement des appels de sortie (outbound) - étude express	À Venir!
2009-04	L'Agent à travers l'évolution de ses contacts	À Venir!