

Teletech International se réinvente à Dijon



La société qui compte cinq centres d'appels, dont quatre en France, investit 6,5 millions d'euros dans une plate-forme sur l'ancien site d'Amora-Maille.

Lorsque le 15 juillet 2009, après deux siècles d'activité, l'usine Amora-Maille a fermé ses portes, le site historique de la moutarde à Dijon (Côte-d'Or) semblait condamné à l'oubli. Puis, voici quelques semaines, Emmanuel Mignot, PDG de Teletech

International, s'est porté candidat pour reprendre une partie du site. Objectif : y implanter un centre d'appels, opérationnel dès 2011, qui emploiera 600 personnes. L'entreprise (15 millions d'euros de chiffre d'affaires) va y investir 6,5 millions d'euros, avec l'aide des collectivités. De fait, les Bourguignons ont mal vécu la décision d'Unilever, la maison mère d'Amora-Maille, d'abandonner le site dijonnais. Or Teletech International, fondé en 1993, a son siège à Dijon. Le holding emploie aujourd'hui 550 personnes au total, à Toucy (Yonne), Toulaud (Ardèche), Rennes (Ille-et-Vilaine), Laval (Mayenne) et Rabat (Maroc).

« C'est une activité qui a été industrialisée alors qu'elle reste une activité de service, explique Emmanuel Mignot. Cela a conduit à l'in vraisemblable : décrocher vite et parler le moins longtemps possible. La satisfaction du client [...] a été occultée alors qu'elle met en jeu sa fidélité à la marque. »

L'image du produit

Les centres d'appels, tels qu'il en fait la promotion auprès de ses prospects, doivent contribuer à restaurer l'image du produit. Quitte à devoir y passer 20 secondes de plus. Un discours qui fait mouche, du moins auprès des opérateurs de premier plan : Teletech travaille aujourd'hui pour des grands comptes tels SFR, la RATP ou le Crédit Foncier. L'entreprise est même devenue, en 2008, le partenaire, francophone, d'un des leaders mondiaux des centres d'appels, grâce auquel elle poursuit, pour partie, sa croissance (de 5 % à 10 % en moyenne chaque année).

« Nous ne gérons que les appels entrants pour des problématiques complexes », précise Emmanuel Mignot citant l'exemple de Total : Teletech intervient en assistance à l'ensemble des stations-service du réseau pour opérer, à distance, leur dépannage, 24 h/24, grâce à une solution informatique développée en interne, avec le concours du Laboratoire Electronique, Informatique et Image (LE2I) de l'université de Bourgogne. « Notre solution s'appuie sur le knowledge management : un système d'intelligence artificielle, apprenant, qui reproduit le diagnostic d'un expert alors que le personnel, lui, n'est pas hyperspécialisé », souligne le dirigeant.

Depuis trois ans, la société propose des solutions globales de gestion à ses clients, qui intègrent Internet.

Rappel proposé

Teletech a mis au point, toujours avec le LE2I, une solution de « call back » intelligente, pour le client qui ne trouve pas de réponse rapidement à son problème. « Le rappel est proposé dès que l'on sent une hésitation de l'internaute, précise Emmanuel Mignot, pour éviter que le Web, qui est très impersonnel, ne fasse fuir le client. » Aujourd'hui, c'est une autre innovation qu'Emmanuel Mignot entend conduire à Dijon, en développant un call center plus humain. « Un anti-call center, dit-il même, où les salariés seront contents de venir ! » L'agence de design, en interne, dessinera jusqu'au mobilier. Au dernier étage, un espace de détente sera aménagé, avec salle de sport, tables de ping pong, et canapés...

par Alexandra Caccivio, à Dijon