

Les Grandes Conférences  
**les affaires**

SÉRIE SERVICES CLIENTS



13 et 14 mars 2012

Hôtel Hyatt Regency, Montréal

# Réinventez votre CENTRE CONTACTS CLIENTS

3<sup>e</sup> édition

Innovez dans la gestion de vos ressources humaines et de vos opérations afin d'offrir une expérience client à valeur ajoutée

**300\$**  
de RABAIS  
avant le 22  
décembre 2011

Les organisations suivantes partageront leur savoir et leur expérience cette année



En collaboration avec



Avec le soutien de



Pour plus d'information ou pour vous inscrire : [lesaffaires.com/evenements/centrecontacts](http://lesaffaires.com/evenements/centrecontacts) ou 514 392-4298



## Lundi 12 mars 2012

### VISITEZ 2 CENTRES DE CONTACTS CLIENTS

12 h 15 Accueil des participants

12 h 30 Départ pour la visite chez Aéroplan

#### VOS HÔTES :

##### Christian Cormier

Directeur, engagement des membres et des employés

##### Jessica Schweiger

Coordonnatrice, engagement des employés et communication

Les centres de contacts d'Aéroplan ont subi une transformation majeure depuis l'été 2009. Venez rencontrer l'équipe d'Aéroplan afin d'apprendre comment ils ont pu bénéficier de cette transformation pour relever le niveau d'engagement de leurs employés. Plus de 750 représentants à Montréal et à Vancouver répondent aux appels des membres partout dans le monde.

Lors de la visite, vous découvrirez :

- La structure organisationnelle ;
- Les programmes développés afin d'augmenter l'engagement des employés ;
- Le programme incitatif et le programme de reconnaissance ;
- Les outils de sollicitation de rétroaction auprès des agents ;
- Comment la communication peut-elle jouer un rôle clé ?

15 h 00 Visite du centre de contacts clients de Montréal du GROUPE BANQUE TD

#### VOTRE HÔTE :

##### Julie France

Directrice de Groupe, Centre de Contacts de Cartes de Crédit & Banque Tel de Montréal

#### INVITÉS SPÉCIAUX :

**Robert Ghazal**, vice-président, Canal Téléphonique

**Fred Medici**, directeur, Centre de contacts, Montréal

**Ivan Grenier**, directeur, Centre de services aux investisseurs, Montréal, TD Waterhouse Placement Direct

Le **Groupe Banque TD** se démarque depuis plusieurs années par son excellence et par ses services bancaires « confortables ». **#1** en matière de service à la clientèle, nommé par **Synovate** pour la 7<sup>e</sup> année consécutive, et par **JD Power** pour une 6<sup>e</sup> année consécutive.

Grâce à une structure de développement et à une philosophie de gestion qui vous seront présentées, les centres d'appels se démarquent en assurant la fidélisation des employés. Plus de 2 000 représentants partout au Canada répondent aux appels de clients canadiens, du consommateur à la grande entreprise.

Lors de la visite, vous découvrirez :

- La structure organisationnelle ;
- Le modèle de gestion de l'expérience client ;
- Les approches et la philosophie de l'équipe de gestion qui sont liés avec le dépassement constant de l'expérience client ;
- Le modèle de gestion de l'expérience employé ;
- Les méthodes d'évaluation de la performance, gestion de la formation et de la carrière pour divers niveaux hiérarchiques ;
- La vision des nouvelles technologies opérationnelles.

### 6 bonnes raisons de participer afin de RÉUSSIR à :

- Positionner votre CCC comme un **centre névralgique** et **stratégique** pour votre organisation
- Offrir une **expérience client** qui soit à la hauteur des attentes des consommateurs d'aujourd'hui
- Intégrer les **médias sociaux** au service de l'expérience client et optimiser l'utilisation de ce nouveau canal
- Implanter de **nouvelles approches** qui favoriseront la **rétenion** de vos employés
- **Recruter autrement** afin d'avoir les meilleurs talents au sein de vos équipes
- **Mobiliser** vos équipes en déployant des approches gagnantes qui auront un impact direct sur la **performance de votre CCC**

## Mardi 13 mars 2012

07 h 45 Accueil et inscription des participants

08 h 30 Mot d'ouverture



**Pierre Marc Jasmin**  
Président

**SERVICES TRIAD**  
et délégué du comité aviseur, **SOCAP Canada**

08 h 45 **WORLD CONVERSATION CAFÉ**  
Format collaboratif



**ANIMÉ PAR :**  
**Étienne Beaulieu**

Associé et consultant en développement  
organisationnel  
**GRISVERT**

### Participez à un **World Conversation Café... 1<sup>ère</sup> partie**

Afin de débiter la journée en mode d'échanges avec l'ensemble des participants, nous vous offrons l'occasion de participer à une séance interactive et collaborative animée par un expert des forums collaboratifs.

### Le **World Conversation Café**, c'est quoi ?

Il s'agit d'une session d'échanges d'idées pendant laquelle vous aurez l'occasion de cerner les différentes solutions et les idées nouvelles qui vous permettront d'optimiser la gestion de votre centre contacts clients.

Les méthodes collaboratives permettent de pousser beaucoup plus loin la recherche de solutions innovatrices.

Cette session vise à briser la glace et échanger sur des préoccupations concrètes grâce à des échanges structurés entre les participants. Ces échanges deviennent également une occasion de vous *benchmarker* avec l'industrie.

Cette année, le **World Conversation Café** se fera en deux sessions : la deuxième partie aura lieu le 14 mars dès 10 h 15.

### Témoignages

Participants de **World Conversation Café**

« **Super ! Ça crée des liens.** »

Isabelle Gauguet, Directrice de projet, Microsoft

« **Très dynamique, beau partage.** »

Chantal Fortier, Chef de section - centre de réservation,  
Société de Transport de Montréal

« **WOW !** » Vincent Drolet,

Coordonnateur de projets, Ordre des Architectes du Québec

10 h 00 Pause réseautage

10 h 20 **Conférencier international**  
**Surfez sur la vague de L'EXPÉRIENCE CLIENT**  
et prenez place à la table des dirigeants !



**John A. Goodman**  
Vice-résident

**TARP WORLDWIDE**

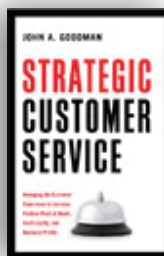
**86 %** des cadres supérieurs affirment que l'**expérience client** fait partie de leur priorités !

Aux États-Unis, on estime qu'environ **20 %** des sociétés ont créé un **poste** de « *Chief Customer Officer* ». (Source : Forrester).

Les responsables des centres contacts clients ne sont-ils pas très bien parfaitement positionnés pour prendre le leadership de la gestion des processus liés à la gestion de l'expérience client et pour devenir le « *Chief of Customer Officer* » de leur organisation ?

John A. Goodman, auteur de *Strategic Customer Service*, vous propose d'aborder les sujets suivants :

- Comment les attentes et les comportements des consommateurs ont-ils évolué ?
- Pourquoi les mythes du service à la clientèle ne s'appliquent-ils plus ?
- 6 stratégies pour créer des expériences clients qui dépasseront les attentes
- Le concept du *Psychic Pizza* : comment parvenir à offrir un service avant même que le client ne sache qu'il le veut ou qu'il en a besoin ;
- Comment faire pour qu'un meilleur service client ait un impact de 10 à 20 fois plus important sur les revenus que sur les coûts ;
- Comment quantifier l'impact et les bénéfices que vos activités ont sur les résultats de votre entreprise ?



Les propos de John A. Goodman seront illustrés par plusieurs cas d'entreprises avec lesquelles M. Goodman a travaillé, comme Shell Canada, Canadian Tire et Xerox Canada.

**Tarp Worldwide** est le leader mondial de l'expérience client. Depuis plus de 35 ans, cette entreprise a mis l'accent sur l'amélioration de l'expérience client. Elle est une pionnière de la quantification, de la gestion et de l'optimisation de l'expérience client.

Cette conférence sera présentée en anglais

## 11 h 20 Comment réussir à simplifier le processus de mesure de la performance ?



**Marie-Hélène Savard**  
Présidente  
**LOEM**

Les processus de mesure sont-ils devenus abrutissants au sein de votre CCC ? La simplification de la mesure de la performance dans un environnement de CCC pourrait-elle être une des clés pour réduire la pression sur vos équipes et ainsi augmenter la mobilisation et la rétention au sein de votre CCC ?

Apprenez comment **optimiser** votre centre de contact en 2011 en **réduisant le nombre d'indicateurs** de performance grâce à une étude de cas :

- Comment l'utilisation d'indicateurs clés a permis la réussite d'un CCC en l'aidant à repérer des occasions d'amélioration de la performance ?
- Comment un CCC multicanaux peut-il s'assurer de la corrélation des données entre tous ces canaux afin d'obtenir des rendements de l'investissement tangibles ?
- Comment la génération Y bouleverse-t-elle nos méthodes ?

## 12 h 15 Dîner réseautage

## 13 h 30 Réinventez votre processus de recrutement en entier et de façon intégrée afin d'augmenter votre taux de rétention



**Mathieu Chèvrefils**  
Directeur principal,  
Service à la clientèle virtuel

et



**Simon Deschamps**  
Directeur principal, Station Carrière  
**BANQUE LAURENTIENNE**

Les équipes de la Banque Laurentienne se sont penchées sur chacune des étapes du processus lié au **recrutement** des employés du service clients. Ils ont implanté de nouvelles façons de faire qui portent leurs fruits. L'innovation à la Banque Laurentienne s'est faite au moyen du déploiement de la station-carrière de Berri-UQAM, une excellente vitrine pour dynamiser les activités **d'attraction de talents**. De plus, tant le **processus d'entrevue** que les **activités d'intégration**, de **formation** et de **coaching** ont été repensés.

*« Le taux de conseillers embauchés qui n'ont pas atteint la fin la période de probation de 3 mois a diminué de 11 % en 2011, en raison des différentes stratégies RH et opérationnelles mises de l'avant. »*

Les conférenciers aborderont notamment des questions telles que :

- Comment réussir le déploiement d'un processus intégré de recrutement ?
- Comment optimiser l'implication des secteurs opérationnels dans le processus de sélection ?
- Comment développer une structure de coaching dans l'action très structurée et adaptée à chaque nouvel employé, afin d'offrir un environnement de formation plus approprié à tous ?
- Quels indicateurs leur permettent de suivre l'impact de leur démarche intégrée de recrutement ?
- Quelles sont les initiatives qui ont le plus d'impact sur la rétention ?
- Comment entrevoient-ils l'avenir ?

## 14 h 30 Bâtir des équipes de télétravail performantes : une solution profitable pour optimiser vos opérations et diminuer l'attrition de vos agents



**Patrick Carbonneau**  
Vice-président adjoint, Centre de service à la clientèle  
**FINANCIÈRE SUN LIFE**

- Quels sont les défis et les enjeux à considérer lorsque vous souhaitez développer une équipe en mode télétravail ?
- Quelles sont les objectifs visés par la mise en place d'équipes de télétravail ?
- Comment bâtir son plan d'affaires afin de déployer une démarche de télétravail ?
- Comment s'assurer de la qualité de votre service à la clientèle avec une équipe d'agents en télétravail ?
- Quelles considérations opérationnelles et techniques permettront d'assurer la réussite du déploiement ?

## 15 h 30 Pause réseautage

## 15 h 45 Aller là où les clients se trouvent : intégrez les médias sociaux afin de servir vos clients autrement !



**Lina Racaniello**  
Directrice du marketing  
**BROTHER CANADA**

Brother cherche à établir des liens avec ses clients par l'intermédiaire de plusieurs points de contact. Tandis que les médias sociaux se font de plus en plus populaires, Brother a

## Mardi 13 mars 2012 (suite)

cherché des façons d'intégrer l'utilisation de ces nouveaux outils. Chez Brother Canada les médias sociaux sont avant tout considérés comme des véhicules d'engagement du service à la clientèle, et non comme de simples outils de communication unidirectionnels.

- Comment Brother Canada a-t-elle adopté une approche de marketing stratégique pour intégrer les médias sociaux à ses pratiques de service à la clientèle ?
- Quels types de bénéfices concrets pouvez-vous compter retirer de l'utilisation de ces nouveaux canaux ?

- Quelles sont les étapes de mise en place d'une stratégie ?
- Quelles sont les ressources humaines et technologiques nécessaires à l'intégration d'une stratégie d'utilisation des médias sociaux ?
- Aurez-vous besoin d'une équipe qui se consacre uniquement aux médias sociaux ?
- Quelles sont les résultats à la suite de cette intégration ?

16 h 45 **Mot de la fin**

## Mercredi 14 mars 2012

08 h 45 **Mot d'ouverture**

09 h 00 **Moi, changer... Mais non voyons !**



**Alain Samson**

Conférencier et formateur, spécialiste du marché du travail

**SOCIÉTÉ-CONSEIL ALAIN SAMSON**

Dans cette présentation, Alain Samson utilisera la théorie des champs de force pour expliquer la résistance au changement et la façon d'améliorer votre capacité de transformer les choses dans votre organisation. Découvrez comment être plus clair, moins menaçant et plus efficace quand vous souhaitez implanter un changement.

10 h 00 **Pause réseautage**

10 h 20 **WORLD CONVERSATION CAFÉ... la suite**



**ANIMÉ PAR :**

**Étienne Beaulieu**

Consultant en développement organisationnel  
**GRISVERT**

Poursuivez vos échanges en mode **World Conversation Café** ! Les échanges de cette prochaine ronde vous permettront de pousser plus loin les échanges entre les participants. Le but est de trouver des solutions qui émergeront de l'intelligence collective !

### Témoignages

Participants ayant assisté à une présentation d'Alain Samson

« **Un des meilleurs conférenciers jamais entendus.** »

Julie Blais, Adjointe administrative, Loto-Québec

« **Dynamique, exemples concrets, très bon contenu, excellent !** »

Marlène Lemay, Adjointe administrative, Cascades inc.

« **Superbe présentation, super contenu, bons exemples !!!** »

Annie Lachance, Adjointe administrative RH, Yellow Pages Group

« **Il est génial, un fantastique orateur et conteur, j'ai A-DO-RÉ !! Merci !** »

Sophia Gourou, Adjointe administrative, Mazars Harel Drouin



12 h 00 **Dîner pour les participants inscrits aux ateliers pratiques**

13 h 00 Choisissez l'un des 2 ateliers pratiques

## ATELIER A

### ANIMÉ PAR :



**Louise Beaudoin, M.P.S., CRHA**  
Psychologue, associée développement  
du leadership et du talent  
**SPB PSYCHOLOGIE ORGANISATIONNELLE**

### L'engagement des employés : la clé de la rétention et de la performance de votre CCC

Vous cherchez à mettre en place des approches gagnantes afin de réussir à engager et à retenir les talents au sein de votre centre contacts clients ?

#### Lors de cet atelier vous serez invités à :

- Remettre en question la relation traditionnelle entre l'organisation et les employés ;
- Rechercher les moyens qui vous permettront de reconnaître et de mesurer l'engagement du personnel ;
- Cibler les leviers sur lesquels agir pour susciter l'engagement des équipes et des individus ;
- Identifier différents moyens d'outiller les gestionnaires pour qu'ils puissent susciter l'engagement ;
- Apprendre comment utiliser les talents des équipes de façon optimale ;
- Communiquer de façon claire et à donner un sens au travail ;
- Vous doter d'une approche adaptée pour favoriser l'engagement des personnes et des équipes dans leur milieu de travail.

Un modèle de base sera présenté aux participants. Des exercices divers, des discussions et le partage de pratiques gagnantes permettront aux participants de trouver des applications concrètes et des pistes de solution adaptées à leur contexte.

#### Relever le défi de l'engagement dans votre centre de contacts clients : mission possible !

*« Les entreprises performantes ne se contentent pas de recourir aux pratiques gagnantes qui visent à attirer et à retenir les personnes de talent, elles s'assurent également que ces personnes contribuent véritablement à la réussite de l'organisation. »* SPB.ca

## ATELIER B

### ANIMÉ PAR :



**Sophie Labelle**  
Directrice-conseil  
médias sociaux  
**CITOYEN OPTIMUM**



**Benoît Chamontin**  
Conseiller médias  
sociaux  
**CITOYEN OPTIMUM**

### La gestion de la relation client à l'heure du Web 2.0 : implantez une stratégie qui intègre les médias sociaux afin d'offrir un service client à forte valeur ajoutée

Si vous croyez que le phénomène des médias sociaux n'est qu'une mode passagère dont les résultats sont surestimés, détrompez-vous. Selon une étude du CEFRIQ, publiée en septembre 2011, 58,7 % des adultes, ou 73,3 % des internautes québécois réalisent au moins une activité par mois sur les médias sociaux.

Et les internautes n'y vont pas seulement pour profiter d'aubaines et se divertir !

Deux raisons les motivent à suivre une marque sur les médias sociaux :

- Se tenir au courant des nouveautés
- Obtenir des réponses à leurs questions

Plus que jamais, le service client est intimement lié aux attentes des consommateurs envers une marque... et à leur prise de conscience du pouvoir qu'ils ont sur Internet.

C'est un changement majeur qui touche les services de communication, du marketing et du service à la clientèle. Ils se voient aujourd'hui obligés travailler en synergie et de briser les silos afin de répondre aux objectifs de l'entreprise et pour la satisfaction des clients.

Pendant cet atelier, vous apprendrez à profiter de ces nouveaux canaux et à communiquer directement avec les clients actuels et éventuels par l'intermédiaire des médias sociaux.

L'atelier vous propose :

- Un tour d'horizon des médias sociaux au Québec et dans le monde ;
- Les prérequis nécessaires pour un service à la clientèle branché sur les médias sociaux ;
- Les bénéfices d'une stratégie médias sociaux globale pour répondre aux attentes des clients et aux objectifs de l'entreprise : gestion de crise, ressources, coûts, outils, etc.
- Des exemples d'organisations qui ont intégré ces médias, dans différentes industries ;
- Des exercices pratiques tout au long de l'atelier qui vous outilleront dans la mise en place de votre plan d'action et dans l'intégration des médias sociaux au sein de votre organisation.

## FORMULAIRE D'INSCRIPTION

Veuillez photocopier ce formulaire pour chaque participants supplémentaires

# OUI!

13-14 mars 2012  
Hôtel Hyatt Regency, Montréal

Nom: \_\_\_\_\_ Prénom: \_\_\_\_\_  
 Fonction: \_\_\_\_\_  
 Société: \_\_\_\_\_  
 Adresse: \_\_\_\_\_  
 Ville: \_\_\_\_\_  
 Province: \_\_\_\_\_ Code postal: \_\_\_\_\_  
 Téléphone: \_\_\_\_\_  
 Adresse électronique: \_\_\_\_\_

SVP, mentionner le code prioritaire \_\_\_\_\_ lors de votre inscription

### PRIX SPÉCIAL JUSQU'AU 22 DÉCEMBRE 2011 :

Conférence seulement : ~~1095 \$~~ **795 \$**

### PRIX SPÉCIAL JUSQU'AU 12 FÉVRIER 2012 :

Conférence seulement : ~~1095 \$~~ **895 \$**

### PRIX RÉGULIER :

- Conférence seulement : 1095 \$  
 Atelier A **ou**  atelier B : + 450 \$  
 Visite : + 295 \$

\* Tous les prix sont assujettis à la TPS et la TVQ à moins que votre organisation ne soit exonérée de ces taxes.

Numéro d'enregistrement TPS: R 874 372 402

Numéro d'enregistrement TVQ: 1205 098 115

Si vous désirez ne plus recevoir de communications du Journal Les Affaires, veuillez cocher cette case :

### MODE DE PAIEMENT

- Paiement inclus (veuillez ajouter les taxes applicables et indiquer le code de conférence 2008 sur votre chèque)  
 Facturez-moi S.V.P.  Visa  Master Card

N° de la carte \_\_\_\_\_

Signature: \_\_\_\_\_

Expiration: \_\_\_\_ / \_\_\_\_

Nom et titre de la personne responsable de l'approbation: \_\_\_\_\_

### CONTACTEZ-NOUS :

☎ : 514 392-4298

☎ : 514 392-2063

✉ : conferences@transcontinental.ca

lesaffaires.com/evenements/centrecontacts

### INVITEZ VOS COLLÈGUES ET PROFITEZ DE RABAIS AVANTAGEUX !

- 2 ou 3 personnes > **15 %**  
 4 ou 5 personnes > **20 %**  
 Groupe de 6 personnes et plus > **25 %**

Profitez de cette occasion pour rejoindre votre marché cible. Pour savoir comment cette conférence peut vous fournir une occasion unique :

- ➔ de visibilité auprès de décideurs dans ce domaine
- ➔ d'exposer vos produits et services
- ➔ de positionner votre entreprise dans ce domaine au moyen d'une commandite, communiquez avec Christian Laramée au 514 392-4126.

### CET ÉVÉNEMENT S'ADRESSE AUX :

- Vice-président service à la clientèle
- VP ou Directeur expérience client
- Directeur Centre d'appel ou centre contacts clients
- Superviseur et coach CCC
- Chef de service CCC
- Directeur des opérations du CCC
- Directeur RH, Directeur formation
- Directeur recrutement

## INSCRIVEZ-VOUS EN LIGNE :

[lesaffaires.com/evenements/centrecontacts](http://lesaffaires.com/evenements/centrecontacts)

Plus rapide, site sécurisé, paiement par chèque ou carte de crédit

### MODALITÉS D'INSCRIPTION :

Les rabais sur l'inscription sont valides jusqu'au 22 décembre 2011 et 12 février 2012 inclusivement. Ces rabais ne sont pas cumulables aux rabais de groupe. Veuillez prendre note que les ateliers et la visite ne peuvent pas être vendus individuellement, ces activités sont offertes uniquement à l'achat de la conférence. Les frais de participation comprennent la documentation de la conférence, le repas du midi et des collations et boissons aux pauses-café selon votre inscription. Notez que vous ne pouvez participer à cette conférence que si vous effectuez votre paiement au plus tard le jour même de la conférence. Vous pouvez vous inscrire par téléphone ou en ligne, par chèque ou par carte de crédit Visa ou Master Card. **Veuillez faire parvenir votre chèque à l'ordre de Médias Transcontinental SENC A/S Audrey Mireault en indiquant le code de conférence 2008 à l'adresse : 1100, boul. René-Lévesque Ouest, 24e étage à Montréal (Québec) H3B 4X9.**

### UNE POLITIQUE D'ANNULATION FLEXIBLE

Toute demande d'annulation doit obligatoirement être envoyée par courriel à conferences@transcontinental.ca au plus tard dix (10) jours ouvrables avant l'événement pour remboursement. Le fait de ne pas participer à la conférence ne vous libère en aucune façon de l'obligation d'acquitter les frais exigibles. Cependant, vous pouvez en tout temps vous faire remplacer par une personne de votre choix en nous en avisant par écrit. Les organisateurs se réservent le droit de modifier en tout ou en partie la programmation, et ce, sans préavis.

### LIEU DE LA CONFÉRENCE

La conférence aura lieu à l'hôtel Hyatt Regency de Montréal, 1255, rue Jeanne-Mance, à Montréal (Québec) H5B 1E5. Pour savoir comment vous y rendre ou pour louer une chambre, consultez directement l'hôtel à l'adresse [www.montreal.hyatt.ca](http://www.montreal.hyatt.ca) ou en appelant le 514 982-1234 ou 1 800 361-8234.

### PARTICIPANT DU QUÉBEC

Le coût de la formation peut constituer une dépense de formation admissible en vertu de la Loi favorisant le développement et la reconnaissance des compétences de la main-d'œuvre.

