

# Étude de cas



## Pfizer transitionne vers un modèle hybride à long terme avec NICE CXone

L'US Trade Group de Pfizer, chargé de soutenir les clients commerciaux, notamment les pharmacies, les bureaux des prestataires de soins de santé, les centres de soins de longue durée et les grossistes, souhaitait booster l'Expérience Client en améliorant l'efficacité, la formation et le support pour les horaires croissants des agents à domicile. NICE CXone a accompagné Pfizer dans cette démarche.



### MODERNISATION DE LA FORMATION DES AGENTS



### RÉDUCTION CONSIDÉRABLE ↓ DU BESOIN DE RAPPELS POUR LA REVUE DES ÉVALUATIONS



### AMÉLIORATION ↑ DU TEMPS MOYEN DE RÉPONSE

Grâce à la formation des agents



### RÉDUCTION ↓ DES APPELS REJETÉS

Grâce à la formation des agents



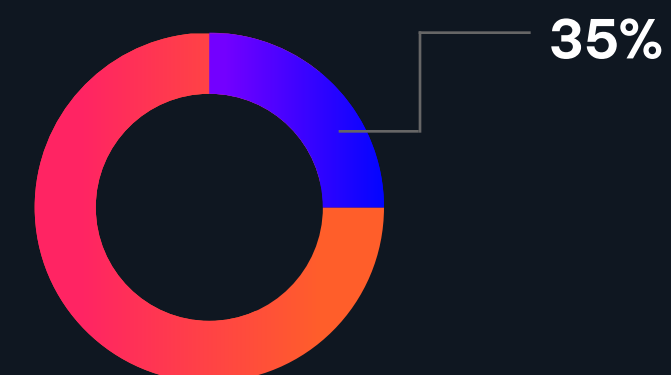
### ATTÉNUATION DES IMPACTS SUR LES NIVEAUX DE SERVICE

During high-volume, high-disruption COVID periods



### ACHIEVED SERVICE LEVEL GOALS

Through a 20% call-volume increase at largest contact center



## PROFIL CLIENT

### À PROPOS

Le portefeuille mondial de Pfizer comprend des médicaments et des vaccins, ainsi que de nombreux produits de santé grand public parmi les plus connus au monde.

### INDUSTRIE

Produits pharmaceutiques

### SITE INTERNET

www.pfizer.com

### LOCALISATION

In order to perfect the CX organizations need to pay closer

### AGENTS

Environ 100 agents de l'US Trade Group de Pfizer utilisent cette solution

### OBJECTIFS

- Améliorer l'expérience client
- Améliorer l'intégration des agents
- Améliorer la prise en charge des modèles de travail hybrides
- Améliorer l'adhésion des agents

### PRODUITS

- [NICE CXone](#)
- [NICE Performance Management](#)
- [NICE Interaction Analytics](#)
- [NICE Workforce Management](#)
- [NICE Quality Management Analytics](#)

### CARACTÉRISTIQUES

- Intégration de l'évaluation des agents et de la retransmission des appels
- Élaboration de listes d'appels sélectionnées pour la formation et l'apprentissage
- Des indicateurs personnalisés de performance des agents permettent de déceler les inefficacités cachées

## 01 L'AVANT

### Une adaptation trop lente à un environnement d'agents hybrides

Le Centre de Contact commercial de Pfizer aide les grossistes, les fournisseurs et les établissements de soins de longue durée à tout gérer, du déploiement des vaccins aux expéditions courantes. Bien que Pfizer ait expérimenté des modèles d'agents hybrides, récemment encore, les agents passaient au moins 90 % de leur temps dans les bureaux. Par conséquent, la plupart des processus d'intégration, de formation et d'évaluation de l'entreprise reposaient sur le fait que les agents seraient disponibles sur place presque en permanence. De même, les stratégies d'engagement du personnel supposaient un contact en face à face.

## 02 LES CHANGEMENTS SOUHAITÉS

### Devenir un véritable Centre de Contact hybride

En 2020, lorsque la plupart des agents de Pfizer sont passés à un modèle de travail à domicile, il est apparu clairement que les procédures mises en place dans le cadre du travail sur site présentaient des limites. À l'époque, la procédure d'intégration des nouveaux collaborateurs prévoyait qu'ils s'assoient à côté d'un agent chevronné, se branchent sur une prise auxiliaire et écoutent des appels en direct pour apprendre les ficelles du métier. « L'intégration est devenue un véritable enjeu », explique Lou Castagna, coordinateur du support opérationnel chez Pfizer.

Pfizer a également admis que l'Expérience Client s'érodait de manière subtile et difficile à identifier pendant les périodes de fort volume de travail à domicile, mais il lui manquait un indicateur spécifique pour identifier et corriger le problème.

## 03 LA SOLUTION

### Une approche moderne de la qualité et de l'expérience

Pfizer a commencé à exploiter davantage les capacités et le potentiel de sa solution NICE CXone pour moderniser la gestion de la qualité et les processus d'intégration,



dans le but d'améliorer l'expérience globale des clients à long terme. Les spécialistes ont créé des listes d'appels enregistrés, avec lecture de séquences à l'écran, et les ont diffusées aux nouveaux employés et aux agents en poste. Pour faciliter le processus d'intégration des nouvelles recrues, Pfizer a créé un profil spécial pour les agents en formation avec des options limitées dans l'interface NICE CXone, ce qui leur permet de se concentrer sur les notions fondamentales liées à la qualité avant de se familiariser avec la solution CXone complète.

Ce processus a également été étendu aux agents expérimentés. Ils n'avaient auparavant pas de visibilité en boucle fermée sur l'évaluation de leur travail. Ils recevaient des formulaires d'évaluation de la part de leurs superviseurs, mais ne disposaient pas d'une méthode efficace pour réécouter l'appel tout en lisant leur rapport d'évaluation. Les agents devaient demander eux-mêmes à un analyste les liens vers leurs appels s'ils voulaient revoir l'enregistrement pour mieux analyser les résultats d'une évaluation.

## 04 LES RÉSULTATS

### Un accès uniforme et connecté aux informations sur l'expérience

Les agents, quelle que soit leur ancienneté, ont affirmé être satisfaits de la revue d'appels à la demande via CXone. Les nouvelles recrues peuvent être intégrées quelle que soit leur localisation. Les agents expérimentés ont un accès à la demande aux appels enregistrés et aux évaluations. Depuis que nous sommes passés aux revues d'appels en libre-service dans CXone, l'envoi d'e-mails de rappel pour prendre des mesures

de suivi sur les évaluations terminées a considérablement diminué. « Avant, je devais constamment envoyer ces rappels. Maintenant, dès que les agents ont du temps libre, ils peuvent aller directement consulter les évaluations, au lieu de faire défiler leurs e-mails à la recherche de rappels », déclare Jay Soria, analyste support du service client chez Pfizer.

Les agents expérimentés tirent des enseignements des évaluations des superviseurs, car les feuilles de notation sont désormais reliées aux appels associés et affichées côte à côte. L'analyse du sentiment des appelants via NICE CXone aide les agents de tous niveaux de responsabilité à mieux comprendre comment leur façon de traiter les appels affecte l'expérience client. L'amélioration de la catégorisation des appels facilite également l'identification des appels exceptionnels et leur partage, un processus qui prenait auparavant jusqu'à une journée par appel catégorisé.

Les spécialistes de Pfizer ont également créé de nouvelles statistiques de suivi pour évaluer les performances des agents et surveiller l'Expérience Client. Ce nouvel indicateur, qui mesure le taux de travail, combine le temps passé aux statuts disponibles, appels entrants et sortants, et a permis d'améliorer l'identification des agents très productifs. La mesure a également révélé une faille en matière d'Expérience Client. Les agents à domicile négligeaient souvent de basculer leur statut sur indisponible pour les pauses courtes (aller aux toilettes ou boire de l'eau), ce qui provoquait un pic d'appels sonnant pendant plus de 20 secondes (le niveau de service cible de Pfizer) ou refusés. « Le suivi de ce phénomène sur une base mensuelle a un impact positif direct sur nos niveaux de service et sur l'Expérience Client, car moins d'appelants doivent attendre que les conseillers décrochent le téléphone », affirme Lou.



Pfizer reconnaît également que la flexibilité de NICE CXone a permis d'amortir le double impact des perturbations au sein des effectifs dues à la pandémie de COVID et du fort volume d'appels liés aux vaccins adressés au centre de services de vaccination de l'entreprise. Ce volume a grimpé en 2020 et 2021 et les niveaux de service ont baissé par rapport à 2019. Même si les volumes d'appels restent élevés, les niveaux de service ont augmenté courant 2022. Cependant, les niveaux de service sont toujours restés dans la fourchette acceptée par Pfizer.

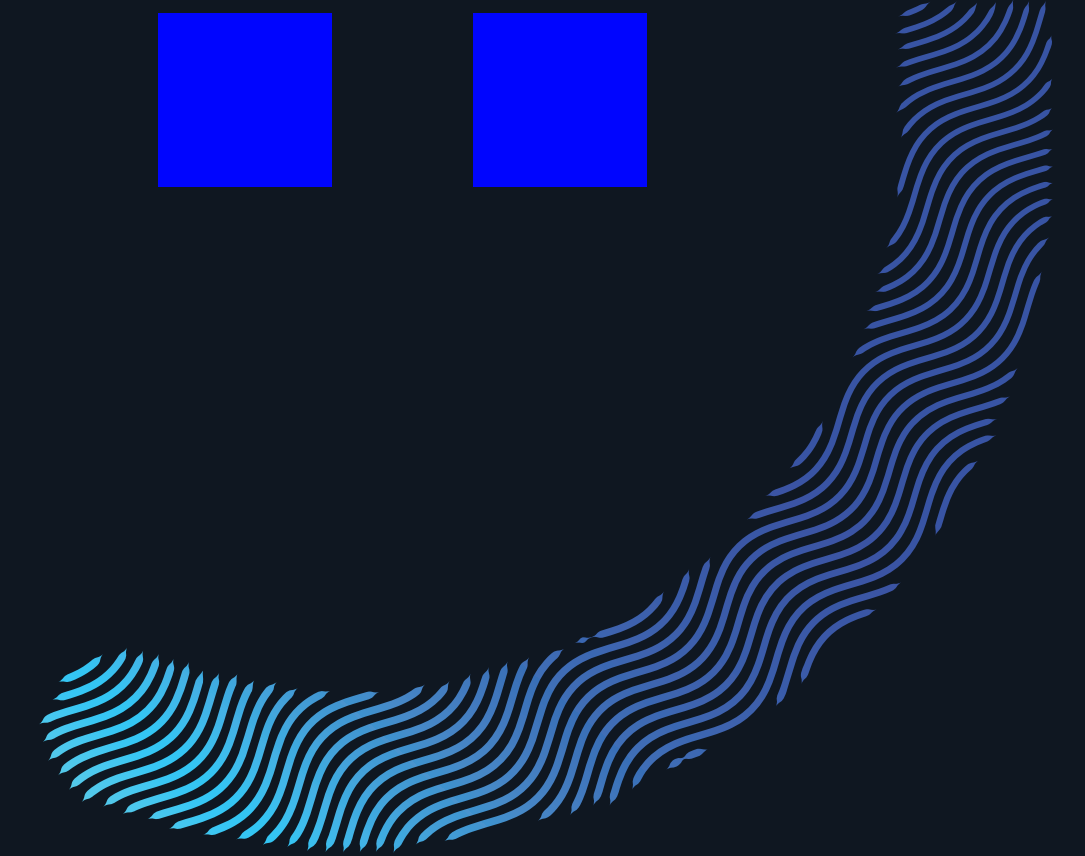
## 05 DANS LE FUTUR

### **Une priorité donnée en permanence aux performances, une plus grande flexibilité du travail**

Pfizer s'appuiera sur ces nouvelles mesures de protection de l'Expérience Client en élargissant son modèle d'effectif hybride dans les années à venir. La plupart des agents travailleront trois jours à distance et deux jours au bureau. L'entreprise prévoit d'utiliser davantage la fonctionnalité CXone pour renforcer l'engagement des employés via la gamification dans ce modèle hybride à long terme, et pour maintenir le respect des horaires à un niveau élevé. Les enquêtes auprès des clients joueront également un plus grand rôle dans l'évaluation des employés et la compréhension en boucle fermée de l'Expérience Client.

« Exploiter davantage les fonctionnalités de NICE CXone nous aide à mieux connaître le point de vue de nos clients et à définir les améliorations qui doivent être apportées, par nous et par nos conseillers du service client. »

JAY SORIA  
ANALYSTE SUPPORT DU SERVICE  
CLIENT PFIZER



## À propos de NICE

NICE (Nasdaq : NICE) est le leader mondial de solutions logicielles pour services clients et centres de contacts. NICE offre une plateforme d'expérience client cloud native, complète et unifiée, permettant aux organisations de créer des expériences clients et collaborateurs extraordinaires. Grâce à l'IA et à l'analyse avancée des données structurées et non structurées, les solutions NICE permettent de transformer chaque interaction en expérience. Aujourd'hui, les solutions NICE accompagnent plus de 25 000 organisations réparties dans plus de 150 pays, dont 85 entreprises Fortune 100, dans l'optimisation de leur expériences clients et employés.

[fr.nice.com](https://fr.nice.com)

Pour en savoir plus sur la liste des marques de NICE, consultez la page <http://www.nice.com/nice-trademarks>