



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le mercredi 10 décembre 2008

Mots-clés : TÉLÉPHONIE / RELATION CLIENT / LOI CHATEL / LME / CENTRE D'APPELS

Plus que quelques jours pour la mise en conformité des services clients avec la loi Chatel et la LME

■ Il reste maintenant moins de 30 jours aux entreprises pour mettre leur service client en conformité avec les dispositions de la loi Chatel et de la LME, applicables à partir du 1^{er} janvier 2009. Ces textes prévoient notamment qu'aucun appel lié à l'exécution d'un contrat ou au traitement d'une réclamation et provenant d'un consommateur ne pourra être surtaxé.¹ ■ Face à ces nouvelles contraintes, la société 3620 le Numéro des Marques est en mesure d'apporter la réponse avec un dispositif complet d'accompagnement aux entreprises et une offre sur mesure constituée, notamment, d'un numéro court, le 3620, qui permet une tarification variable en fonction des types d'appels, et du Numéro Service Client, numéros à 10 chiffres au coût d'un appel local depuis les fixes et les mobiles.

Un besoin d'information très net parmi les entreprises...

Face à l'imminence de l'échéance, de nombreuses entreprises s'interrogent sur le pilotage des changements qu'elles doivent introduire dans la gestion de leur relation client, ainsi que sur les risques liés à un retard dans la mise en conformité de leur service clients. Partant de ce constat, la société 3620 a organisé, avec la participation du cabinet Riondet et d'Altran Technologies, une **demi-journée d'information** destinée aux responsables des services clients des entreprises. C'était le 28 novembre dernier à l'hôtel Warwick (Paris 8^e). **Plus de 60 directions marketing ont répondu à l'appel**, parmi lesquelles figurent les plus grandes marques : **Renault, Disney, Miele, Société générale, Volkswagen...** Et les questions ont fusé dans l'assistance !

¹ À partir du 1^{er} janvier 2009 toutes les entreprises, quel que soit leur secteur d'activité, devront avoir mis en place à destination de leurs clients un numéro d'appel non surtaxé pour tous les appels portant sur l'exécution des contrats ou ayant pour objet des réclamations. Ce numéro devra en outre figurer sur l'ensemble des communications écrites de l'entreprise, qui pourra toutefois continuer à surtaxer certains appels – les demandes d'informations par exemple. Simples en apparence, ces nouvelles dispositions contraignent de nombreuses entreprises utilisant actuellement un numéro spécial pour les communications avec leur clientèle (numéro type azur - indigo) à changer de numéro d'appel, et à refaire en conséquence l'ensemble des documents écrits mentionnant ce numéro.

... quant aux risques juridiques liés au retard dans l'application du nouveau dispositif...

La loi s'applique à tous les contrats en cours au 1^{er} janvier 2009. Les titulaires de contrats antérieurs à cette date devront être avertis du nouveau dispositif en place à compter de cette date par les entreprises cocontractantes, sous peine pour ces dernières de s'exposer à des poursuites. En la matière, si le risque reste limité au pénal – il faut prouver qu'il y a tromperie –, des condamnations peuvent être prononcées au civil. *« C'est le juge de proximité qui est compétent pour tout recours relatif à un litige inférieur à 4 000 €. Dans ce cas, il suffit aux plaignants d'envoyer une lettre RAR et il n'est pas nécessaire de recourir à un avocat »,* indique Nadia Dilli, avocate spécialisée, associée du cabinet Riondet Associés, expliquant ainsi la recrudescence de recours à laquelle on a assisté ces derniers temps². *« La nullité du contrat peut être prononcée et, éventuellement, des dommages et intérêts accordés. À noter que les associations de consommateurs sont extrêmement vigilantes sur ces points et à l'origine de beaucoup de recours »,* signale encore M^e Dilli. Il faut également prendre en compte la mauvaise publicité qui peut en découler, et qui peut s'avérer très préjudiciable à l'image de marque des entreprises.

... et sur la conduite de l'innovation marketing.

« Notre complémentarité avec Altran est naturelle, cette entreprise étant compétente en matière de conseil dans la gestion de l'innovation et 3620 étant présente sur le marché avec une offre produit particulièrement innovante » commente Éric Vivien, directeur de la Stratégie et des Opérations de 3620 et senior consultant chez Altran, évoquant la mise en place de cette opération de communication conjointe. *« Nous avons constaté qu'il y avait énormément d'attentes au sein des direction marketing, prêtes à saisir l'arrivée de ces nouvelles contraintes réglementaires pour innover dans la gestion de leur relation clients. »*

L'offre sur mesure de 3620, le Numéro des Marques

3620, Le Numéro des Marques, propose aux entreprises un portail de marque, le 3620, qui permet une gestion de la tarification d'un même correspondant selon la demande exprimée (informations commerciales, SAV, réclamations (disposition LME), etc.). Pour toute modification de tarif à la hausse ou à la baisse l'appelant est informé. Autre formule, le **« Numéro Service clients » à 10 chiffres non surtaxé** : cette offre possède l'avantage de proposer un numéro choisi par le client à partir du préfixe 0970 (+6 chiffres) au vrai coût d'un appel local depuis les fixes et les mobiles.

Par ailleurs, la société propose également la mise en place de **numéros courts dédiés** (type 3xxx), avec les mêmes service que ci-dessus, ainsi une formule de **rappel automatique** à partir d'un site web, cela afin de permettre un accroissement d'image de l'entreprise.

Pour la mise en œuvre de ces services, la société 3620 garantit un délai d'une semaine à un mois selon les services. Rapide dans sa mise en œuvre et simple à gérer puisqu'elle ne nécessite aucune installation technique particulière chez le client, l'offre de 3620 comporte en outre un volet analyse, très précieux pour les services marketing. *« Nous avons une approche très marketing, souligne Éric Vivien, avec un volet analyse associé à notre prestation quasiment unique sur le marché. Nous proposons en effet une analyse très fine des appels que nous fournissons à nos clients en temps réel : nombre d'appels reçus, taux de conquête par canal, taux de perte, taux de rappel, appels uniques par jours, par semaine, etc. Nous leur fournissons ainsi des éléments q leur permettant d'établir des priorités dans la gestion de leur clientèle actuelle ou future, ou bien d'identifier clairement les coûts. »*

² *Le dispositif mis en place par la loi Chatel pour les opérateurs de télécommunications (gratuité du temps d'attente notamment) est applicable depuis juin 2008.

Précisions sur les différentes formules proposées par 3620 pour faciliter l'accès du client à l'entreprise

* **3620 : un numéro facilement mémorisable et facilement accessible.** Permet la mise en relation du client avec l'entreprise (réseau, centre d'appel) (remplace les 0800). En option, sont proposés l'attente gratuite, le changement de tarif de l'appel en cours de communication, la géolocalisation, le serveur vocal interactif, la permanence téléphonique ainsi que l'interconnexion en temps réel avec le système d'information de l'entreprise. Reporting détaillé, indicateur de qualité et alerte mails. Choix des tarifs d'appel : gratuit, 0,12 €, 0,15 €, 0,22 € ou 0,34 € par minute. Mise en place : 15 jours à 1 mois

* **Numéro à dix chiffres commençant par 09.** Numéro conforme à la LME auquel correspond le tarif compris dans les forfait de box, sinon celui d'un vrai appel local. Les options sont les mêmes que celles proposées sur le service 3620 , . Mise en place : 1 semaine.

* **Numéro court dédié 3X XX.** Attente gratuite, changement de tarif en cours de communication (de gratuit à 1,34 € l'appel ou 0,34 € par minute), géolocalisation, serveur vocal interactif, permanence téléphonique et interconnexion en temps réel avec le système d'information de l'entreprise. Les options identiques à celles proposées sur le service 3620. Mise en place : 4 mois.

* **Rappel automatique.** Ce déclencheur de contacts sur le site web améliore le taux de retour des e-mailings. En option, voir celles du 3620.

A propos de 36 20, Le Numéro des Marques. 36 20 a été créée en 2003, son objectif est de simplifier la relation clients des entreprises. Ses créateurs comptent, entre autres, le publicitaire Bernard Roux, l'un des fondateurs de l'agence de publicité RSCG ou encore Eric Vivien, d'Altran, expert en innovation de la Relation Clients. Ce numéro court, identique pour toutes les marques clientes, présente l'avantage d'être très facilement mémorisable. Un serveur à reconnaissance vocale permet d'aiguillage des appels ainsi que l'application tarification, de l'appelant vers le centre d'appels de la marque demandée.

Aujourd'hui, la société compte plus de 150 clients parmi lesquels on trouve de entreprises grands comptes et de pme. Ils ont choisi le 36 20 : Maison Phénix, Crédit Mutuel, Débitel, Mikit, APRR (Autoroutes Paris Rhin Rhône), Polygram, Armée du Salut, Pierre et Vacances, Direct Energie, SwissLife,...

La société met également en service des numéros courts dédiés et édite depuis 2006 le service de Rappel Automatique Gratuit (click to call) www.RappelAutomatiqueGratuit.com
Pour en savoir plus : www.3620.com

Contacts

Relations presse, Agence C3M, 01 47 34 01 15, Michelle Amiard - michelle.amiard@agence-C3M.com

36 20 Le Numéro des Marques, 36 20 dites 36 20*, Jacques Pilorge, directeur commercial - jacques.pilorge@3620.com, * 0.15 euro/min