



Expert de la gestion de la relation client à distance à haute valeur ajoutée

Contacts Presse :

BlueLink

Aurélie Sutter

Tél. : +33 (0)1 58 68 23 17

asutter@bluelinkservices.fr

Florence Gillier Communication

Alexandra de Busni

Tél : +33 (0)1 41 18 85 55

alexandradb@fgcom.fr

www.bluelinkservices.com

Sommaire

En bref	p.3
Historique	p.5
Références	p.6
Les collaborateurs au cœur du dispositif	p.7
Un engagement qualité	p.11
Annexes	p.12

En bref

Filiale du groupe AIR FRANCE KLM créée en 1992 sous le nom de Fréquence Plus Services SA, le groupe BlueLink est spécialisé dans la gestion de la relation client à distance haut de gamme.

A travers le monde, les centres de services du groupe gèrent en 22 langues la relation client à distance de plus de 15 grandes entreprises positionnées dans des secteurs d'activité tels que le transport aérien, le tourisme & loisirs, la culture et les médias, la banque, les assurances et le luxe. BlueLink gère notamment les clients du programme Flying Blue, premier programme de fidélisation européen appartenant au groupe AIR FRANCE KLM.

Le groupe BlueLink propose une offre complète de services multilingues, multisites et multimédias, notamment en information produits et services, réservation/vente, réclamation, web support, fidélisation, helpdesk et conseil. En moyenne, la part du traitement des contacts asynchrones (courrier, fax, e-mail) - contacts les plus complexes - gérés par BlueLink est de 50%.

1/ Mission

Gérer, développer et optimiser la relation client à distance des entreprises qui nous font confiance.

2/ Positionnement

Le groupe BlueLink se positionne de façon originale sur son marché de la gestion de la relation client à distance en bâtissant son développement à travers une **approche haut de gamme** basée sur :

- des **références prestigieuses et fidèles** : un savoir-faire et une qualité de services reconnus par la profession dans ses différents domaines d'expertises,
- un **centre multilingue en région parisienne** pour une plus grande proximité avec ses clients, complété par une **couverture internationale** afin d'assurer l'homogénéité du traitement à l'échelle mondiale,
- une expertise dans la **gestion d'activités complexes** (traitement des réclamations, procédures opérationnelles spécifiques et sécurisées, outils métiers en mode expert), avec 50% des activités gérées en temps différé,
- une **offre de services additionnels à haute valeur ajoutée** (remontées des observations et analyses apportées aux clients via le marketing opérationnel et sécurisation via le service de prévention des fraudes),
- une situation pérenne de par son appartenance au groupe AIR FRANCE KLM. Cette stabilité favorise **la démarche de partenariat** développée avec chacun de ses clients.

3/ Chiffres-clés

- Chiffre d'affaires 2006 : 39 M€
- Chiffre d'affaires 2007 : 47 M€
- Chiffre d'affaires 2008 : 54 M€
- Chiffre d'affaires prévisionnel 2009 : 62 M€

Quelques chiffres annuels (monde) :

- **4,36** millions d'appels traités
- **0,84** million d'appels sortants
- **1,93** million de documents traités
- **0,60** million d'emails traités
- **22** langues traitées (français, anglais, néerlandais, espagnol, portugais, allemand, italien, tchèque, slovaque, russe, polonais, hongrois, roumain, serbe, bulgare, suédois, danois, mandarin, cantonais, japonais, thaï, coréen)

4/ Implantations

5 continents :

- **2 centres d'expertise* (Ivry, Prague)**
- **8 centres de services** (Lens, Amsterdam, Casablanca, Sydney, Delhi, Canton, Nouméa, Toronto)

**Centres d'expertise : sites où sont définis et mis au point, après analyse des remontées clients, les processus déployés dans les centres de services. Pour une meilleure connaissance des réalités du terrain, chaque centre d'expertise est aussi un centre de services à part entière.*

Historique

- 1992** Création de Fréquence Plus Services SA, filiale d’Air France.
- 1998** Poursuite du développement de l’entreprise avec l’intégration de nouveaux clients.
- 2001** Obtention de la certification ISO 9001 version 2000 (renouvelée en 2004).
- 2003** Création de Team Trackers, filiale commune Fréquence Plus Services/Europ Assistance, spécialisée dans la gestion de la réclamation client.
- 2005** Fusion des programmes de fidélisation d’Air France et de KLM ; création de Flying Blue, 1^{er} programme de fidélisation en Europe avec 13,5 millions d’adhérents, géré par Fréquence Plus Services.
- 2007** Elargissement du catalogue de services dans la gestion de la relation client. Fréquence Plus Services devient propriétaire à 100% de sa filiale Team Trackers.
- 2008** Fréquence Plus Services devient  BlueLink obtient le Label de Responsabilité Sociale version 2008 qui introduit le critère de RSE (Responsabilité Sociale de l’Entreprise).

Références



→ Gestion d'activités de relation client à distance pour le groupe Accor



Flying Blue :

→ Gestion du programme de fidélisation Flying Blue : information produits et services, vente, réservation, ventes croisées, ventes additionnelles, ventes incitatives, gestion et régularisation de compte, SAV, réclamations, fidélisation

→ Help Desk : support technique et commercial Flying Blue aux agences Air France et comptoirs aéroports

Autres prestations :

→ Vente à distance de billets d'avion

→ Gestion des mots de passe des personnels Air France

→ Support technique et commercial pour la direction des voyages du personnel Air France



→ Vente des cartes co-marquées AIR FRANCE KLM - AMERICAN EXPRESS Gold et Silver en appels entrants et télémarketing



→ Information produits et services, réservation



→ Information produits et services, réservation/vente



→ Information produits et services, vente



→ Gestion du call center transavia.com

→ Gestion des réclamations commerciales et litiges bagages

→ Ainsi que d'autres acteurs majeurs dans le secteur du luxe, du tourisme et des loisirs et du transport aérien.

Les collaborateurs au cœur du dispositif

Tout en étant présent sur 5 continents, le groupe BlueLink place l'Humain au cœur de sa stratégie de développement avec des conditions d'évolution de carrière et un environnement de travail optimum qui contribuent au bien-être et à la performance des collaborateurs.

- **Effectif 2009 : 1100 collaborateurs à travers le monde dont 550 en région parisienne**
 - Des conseillers clientèle multilingues
 - Des expertises dans des domaines tels que le « Quality Management », le pilotage des flux inter centres, le marketing opérationnel et la prévention des fraudes
- **Moyenne d'âge : siège social à Ivry-sur-Seine = 32 ans / Prague = 28 ans**

1/ Une couverture linguistique exceptionnelle : 22 langues



2/ Des pratiques RH valorisantes

Un recrutement réactif et professionnel

- un délai de vingt jours maximum,
- un parcours de sélection en 4 étapes pour chaque embauché : présélection téléphonique ; tests psychotechniques, linguistiques et de personnalité ; mise en situation ; entretien individuel avec validation d'un manager opérationnel.

Une gestion des compétences personnalisée de l'ensemble des collaborateurs

- un suivi individualisé et en temps réel des compétences de l'ensemble des collaborateurs,
- un bilan mensuel de la progression de chaque collaborateur par son manager opérationnel avec activation des leviers de montée en compétence adaptés,
- un accompagnement annuel de l'évolution et du projet professionnel de chaque collaborateur par le management et les ressources humaines.

Un management impliquant et responsabilisant

- des équipes dédiées par projet et imprégnées de la culture produit de chaque client,
- un management impliqué et impliquant : une politique d'animation dynamique, une rémunération variable basée sur l'équilibre productivité/qualité,
- de petites équipes pour un meilleur accompagnement de la performance : 12 conseillers maximum encadrés par des managers issus de la promotion interne ou experts de l'activité,
- une approche citoyenne de l'entreprise vis-à-vis de la diversité culturelle, sociale et générationnelle ainsi que du handicap.

La valeur ajoutée BlueLink

- Une solution RH sur-mesure : de la détection des besoins des clients à l'adaptation des compétences opérationnelles,
- Une veille permanente sur les métiers de la relation client , incluant une approche internationale et une forte réactivité pour garder un positionnement compétitif face aux évolutions du marché,
- Une entreprise socialement responsable.

3/ Ivry-sur-Seine : un pôle de diversité

Avec 30 nationalités représentées, le siège de BlueLink se distingue par la diversité de ses collaborateurs :

- 6 langues traitées : français, anglais, néerlandais, allemand, espagnol, italien,
- plus de 90% des collaborateurs embauchés en CDI,
- parité homme/femme avec 55% de femmes aux postes d'encadrement,
- priorité donnée à la promotion interne : plus de 90% des managers de terrain issus de la promotion interne.

Témoignage d'un collaborateur

« Arrivée en octobre 1994 en tant que Conseillère Clientèle, j'ai été nommée Superviseur moins d'un an plus tard. J'ai ensuite eu la chance de participer à différents projets ce qui m'a permis de monter en compétences et d'évoluer au sein de l'entreprise. Je suis par la suite passée Adjoint Opérationnel, avec sous ma responsabilité une équipe de Superviseurs et leurs collaborateurs directs. En octobre 2000, j'ai été nommée Coordinatrice Opérationnelle, ce qui consistait à établir des liens transverses entre les différents services de la Direction des Services Clients.

Après un congé maternité, j'ai souhaité m'orienter vers des fonctions plus transverses liées à l'organisation de la production et de ses supports. L'entreprise m'a offert l'opportunité de prendre la responsabilité du poste de Coordinatrice Qualité nouvellement créé. En lien avec la Responsable Qualité, mon rôle était de préparer la nouvelle certification ISO 9001 version 2000 que Fréquence Plus Services a d'ailleurs obtenu avec succès en décembre 2001 ! C'est à cette période que je me suis vu confier le poste de Responsable Qualité pour lequel j'ai pu mettre à profit toutes mes connaissances opérationnelles.

Je suis aujourd'hui Responsable Méthodes, Projets et Qualité, avec un service composé d'une équipe de 8 personnes regroupant les activités Qualité, Gestion de Projets, Gestion des Risques et Prévention des Fraudes.»

Sylvie Bourgeron, Responsable Méthodes, Projets et Qualité

4/ Une entreprise citoyenne

Le groupe BlueLink s'engage pour une économie responsable, gage d'un développement équilibré.

Décerné à ses centres d'Ivry-sur-Seine (94) et de Prague, le groupe BlueLink a obtenu le Label de Responsabilité Sociale en mai 2008. Le label version 2008 a introduit un nouveau critère, la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE).

Le groupe a obtenu le label sans réserve et dès sa première candidature, notamment grâce à la mise en place d'une charte SI, d'un parcours de formation à la fois complet et individualisé, d'un processus d'embauche non discriminatoire privilégiant le CDI, d'un dialogue social bien implanté, et d'une communication interne diversifiée, ludique et interactive.



« L'obtention du LRS officialise notre engagement citoyen et notre démarche d'amélioration continue - qui sera dorénavant réévaluée tous les 2 ans - tant dans nos pratiques managériales que sociales au service de la qualité », confie Tanguy de Laubier, Directeur Général de BlueLink, en novembre 2008.

samusocialdeParis

Le groupe BlueLink s'est engagé dans une action de mécénat de compétences avec le Samusocial de Paris, en mettant à disposition du 115 cinq salariés volontaires. Cette démarche permet aux équipes de s'enrichir de nouvelles expériences à travers une mission reconnue d'intérêt public.

Un engagement qualité

BlueLink a mis en place une politique qualité qui répond à sa stratégie de développement, dans le respect de ses valeurs.

1/ Le respect des engagements de services

- Une démarche opérationnelle de management de la qualité fondée sur l'enregistrement des activités traitées et sur l'analyse qualitative du service rendu aux clients (outil Nice),
- Des tableaux de bord et reporting quantitatifs et qualitatifs évolutifs,
- Des audits et revues de process pour un traitement efficient des prestations,
- Une boucle d'amélioration pour tracer et traiter immédiatement les remontées des clients finaux.

2/ La détection des attentes des clients finaux

- Des enquêtes de satisfaction globales, à thèmes et ciblées,
- Un Observatoire Client permettant la réalisation d'analyses et d'études marketing proactives,
- Un accompagnement dans le suivi et l'analyse des remontées client afin de préconiser des évolutions commerciales ou stratégiques.

3/ Le conseil pour la mise en place d'une solution de gestion de projets simple, fiable et opérationnelle

- Une adaptation des solutions BlueLink à la taille de chaque projet,
- Un véritable partenariat fondé sur la transparence autour de chaque mission,
- Un accompagnement de qualité par des professionnels possédant des méthodes reconnues et une double expertise : nationale et internationale.

4/ Une démarche Qualité globale

BlueLink a obtenu la certification ISO 9001 Version 2000, renouvelée en 2004, et est aujourd'hui en cours de certification NF Services.

La valeur ajoutée BlueLink

- Un suivi opérationnel quantitatif et qualitatif sur-mesure et réactif, facilité par des accès à distance sécurisés,
- Des méthodes innovantes et des outils d'analyse puissants pour réaliser des études pertinentes sur les attentes et la satisfaction des clients finaux,
- Des conseils et un accompagnement proactif dans les études, projets et décisions d'implémentation.

ANNEXES

L'offre BlueLink : des solutions à chaque étape de la relation client

1/ Gestion de la relation client

Avant-Vente

Ciblage, prospection, prise de rendez-vous, qualification de fichiers, information produits et services

Vente

Télévente (appels entrants et sortants), réservation, prise de commandes, relances commerciales, ventes croisées / ventes additionnelles / ventes incitatives

Après-Vente

Gestion de comptes, modification / annulation / remboursement, réclamation / gestion des recours, cellule de crise

Assistance

Assistance technique, assistance internet, assistance commerciale

Fidélisation

Rétention de clients, gestion de programme de fidélisation, gestion d'un service consommateur

2/ Accompagnement stratégique

Etudes / Observatoire Clients / Qualimétrie

Etudes marketing, observatoire clients, enquêtes de satisfaction / customer feedback, management de la qualité, reporting / statistiques

Conseil

Accompagnement et gestion de projet, organisation, qualité

Formation

Méthodes et outils qualité

Le système de pilotage des flux BlueLink

1/ La gestion des flux entrants et sortants

BlueLink met en place des moyens de traitement des flux dans le respect des objectifs de rentabilité et de qualité de service fixés avec ses clients :

- Des prévisions constamment réajustées et affinées (conjoncture, événements marketing...),
- Un dimensionnement optimisé, utilisant les méthodes statistiques d'Erlang pour les activités synchrones (Front Office) et de productivité pour les activités asynchrones (Back Office dématérialisé),
- Une planification maîtrisée permettant des taux de couverture de charge et d'affectation des ressources optimisés.

2/ Le respect des niveaux de service contractuels

Afin de respecter les niveaux de service fixés entre BlueLink et chacun de ses clients, le système de pilotage des flux vise à réduire au maximum les temps d'attente et à optimiser le temps de production :

- Une gestion en centre d'appels virtuel,
- Des conseillers multi compétents et multilingues pour une meilleure flexibilité,
- Une mutualisation des activités synchrones et asynchrones pour gérer les creux et pics d'activités.

La valeur ajoutée BlueLink

- Un centre d'appels virtuel permettant d'optimiser les temps d'attente et de mutualiser les flux,
- Une analyse des données opérationnelles permettant une meilleure connaissance du comportement et des attentes des clients finaux.

Les solutions technologiques flexibles

A travers un dispositif éprouvé, BlueLink permet à ses clients de profiter de solutions techniques standard ou personnalisées répondant à toutes les exigences de performance des entreprises :

- Suivre leur activité et apprécier les prestations BlueLink à travers des outils adaptés,
- Travailler avec une équipe réactive et experte qui accompagne ses clients dans leurs projets.

1/ L'infrastructure

- Un centre de contacts virtuel pour une couverture multi sites,
- Un serveur vocal interactif pour un accueil client personnalisé,
- Une gestion des flux entièrement numérique : depuis la lecture automatique des demandes clients jusqu'à l'émission des documents,
- Une automatisation des campagnes d'appels sortants.

2/ Les outils de suivi

Les outils de suivi, accessibles à distance, permettent une analyse sur-mesure des activités (quantitative et qualitative) :

- Un datawarehouse offrant des possibilités de datamining,
- Un système d'historisation des contacts clients,
- Un outil de quality management disposant des fonctionnalités d'enregistrement, voix et écrans.

La valeur ajoutée BlueLink

- Un centre de contacts virtuel à dimension internationale,
- Une capacité de déploiement de nouveaux sites dans des délais courts,
- Des experts pour conseiller et accompagner les entreprises.

L'équipe managériale

🔗 **Tanguy de LAUBIER,**

Directeur Général du groupe BlueLink depuis 2005

Ingénieur de formation, Tanguy de Laubier débute sa carrière chez Elf et intègre Air France en 1979. Son parcours au sein de la compagnie aérienne se caractérise par trois métiers bien distincts : les Opérations Aériennes, l'Exploitation Sol et le Catering.

A la Direction des Opérations Aériennes, Tanguy de Laubier a effectué diverses missions managériales, notamment à la Direction de la Planification et à la Direction de la Sécurité. Il a par la suite été nommé Directeur Délégué des Opérations Aériennes.

A l'Exploitation Sol, Tanguy de Laubier a exercé le métier de Chef d'Escale à New York, puis à Marseille, et a été successivement nommé Directeur des Escales de Province, Directeur de l'Escale d'Orly, Directeur des Escales de Province et d'Orly et enfin Directeur du Hub de Roissy Charles de Gaulle. Il a également été Directeur des Ressources Humaines de Servair, filiale d'Air France spécialisée dans la restauration aérienne.

🔗 **Samia KENNOUCHE,**

Directrice Développement et Marketing du groupe BlueLink depuis 2008

Titulaire d'un Master en gestion des entreprises, Samia Kennouche a démarré sa carrière dans le secteur des centres d'appels chez Stream International. Elle entre ensuite chez Sitel et prend, entre autres, la responsabilité opérationnelle des comptes Microsoft, Philips et IBM. Elle intègre une équipe internationale en tant que Chef de projets pour les principaux clients du même groupe. En 2003, elle assure les fonctions de consultante avant-vente pour accompagner le développement de Sitel. Samia Kennouche rejoint le groupe BlueLink en mars 2006.

🔗 **Gilles NAKACHE,**

Directeur Organisation Industrielle, Achats et Finance du groupe BlueLink depuis 2006

Ingénieur de formation, Gilles Nakache a exercé ses responsabilités dans les domaines de l'organisation et des systèmes d'information, de la gestion des équilibres économiques et des Hommes. Débutée en cabinet de conseil en 1980, sa carrière l'a mené à différents postes de responsabilité au sein d'Air France et de Servair, filiale d'Air France spécialisée dans la restauration aérienne.

🔗 **Hélène CLAVE,**

Directrice des Ressources Humaines du groupe BlueLink depuis 2007

Juriste de formation, Hélène Clavé débute sa carrière de responsable des Ressources Humaines dans une entreprise du secteur pharmaceutique. Elle rejoint Air France en 1992 où elle occupe différents postes à responsabilité à la direction des Ressources Humaines chez Air France Industrie ainsi qu'à la direction du Commercial France et à la direction de la Formation chez Air France.

🔗 **Eric LEGRAND,**

Directeur des Systèmes d'Information du groupe BlueLink depuis 2007

Ingénieur de formation, Eric Legrand a acquis une expérience variée et internationale dans l'organisation et les systèmes d'information au sein de cabinets de conseil et de grands groupes internationaux. Il a abordé l'univers des centres d'appels chez le leader français des télécoms grand public.

🔗 **Sophie VIRAPIN,**

Directrice BlueLink Paris depuis mars 2009

Diplômée d'Ecole de Commerce, Sophie Virapin débute sa carrière en cabinet de conseil et intègre le groupe Air France en 1989. Elle y exerce des postes à responsabilité en marketing et gestion de crise et dirige notamment l'ensemble de l'activité ROC (Rappel Opérationnel des Clients). Composé de trois centres d'appels dans le monde, le ROC d'Air France a pour mission principale le rappel des clients en cas d'annulation ou de report des vols. Sophie Virapin rejoint le groupe BlueLink en mai 2006 en tant que Directrice des Services Clients, puis Directrice BlueLink Paris.

🔗 **Marc BREINER,**

Directeur des Opérations Internationales du groupe BlueLink depuis mars 2009

Après une expérience chez BlueLink en tant que Responsable Opérationnel de l'ancien programme de fidélisation Fréquence Plus d'Air France – au cours de laquelle il a participé à la création du programme Flying Blue – Marc Breiner a été nommé Directeur des Opérations au sein d'un vaste réseau d'agences de voyage d'affaires, BCD Travel. Il retrouve les équipes de BlueLink en avril 2007 et devient responsable du pilotage de la filiale Team Trackers dont le centre principal est situé à Prague, puis directeur des opérations internationales du groupe.

Contacts presse

Alexandra de Busni / Valérie Hackenheimer

Florence Gillier Communication

Tél : 01.41.18.85.55

email : alexandradb@fgcom.fr