

BlueLink nomme deux nouveaux directeurs des opérations pour accompagner sa croissance

BlueLink, le spécialiste de la gestion de la relation client à distance haut de gamme, met en place sa nouvelle organisation pour accompagner son développement. Afin d'optimiser le pilotage de ses activités en France et à travers le monde, BlueLink nomme Sophie Virapin Directrice BlueLink Paris et Marc Breiner Directeur des Opérations Internationales.

Sophie Virapin, Directrice BlueLink Paris

Diplômée de l'ESSEC, 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). Sophie Virapin rejoint le groupe BlueLink en mai 2006 en tant que Directrice des Services Clients, avant de prendre la direction du centre d'Ivry-sur-Seine, centre d'expertise parisien du groupe BlueLink.



Marc Breiner, Directeur des Opérations Internationales

Marc Breiner rejoint BlueLink en 1994 - anciennement « Fréquence Plus Services » - en tant que Responsable Opérationnel du programme de fidélisation *Fréquence Plus*, et participe à la création du programme *Flying Blue*. Il prend ensuite la direction des Opérations de BCD Travel, un vaste réseau d'agences de voyages d'affaires. Il revient chez BlueLink en tant que Responsable du Pilotage de la filiale Team Trackers, dont le centre d'expertise est situé à Prague, et prend ensuite la direction des Opérations Internationales du groupe BlueLink.



Une réorganisation facteur de développement

Fruit de l'acquisition de nouveaux partenaires et de la volonté de BlueLink de les accompagner dans leurs projets à l'international, cette réorganisation s'articule autour de plusieurs « Business Units » et la création de pôles de gestion transverses au groupe BlueLink tels que la direction « Industrielle et des Affaires Financières » et la direction des « Systèmes d'Information », respectivement assurées par Gilles Nakache et Eric Legrand.

L'un des changements majeurs réside dans la création de la filiale *BlueLink International SA*, mise en place pour regrouper toutes les activités de BlueLink à l'international et favoriser les échanges entre les différents centres et le siège parisien. Cette nouvelle filiale s'inscrit au cœur des ambitions de croissance du groupe BlueLink à l'étranger.

« A travers cette nouvelle organisation matricielle, nous avons souhaité répondre aux attentes de nos partenaires internationaux à la recherche d'une offre haut de gamme intégrant l'homogénéité de la relation avec leurs clients à travers le monde », confie **Tanguy de Laubier, Directeur Général de BlueLink**. *« Notre croissance, à l'origine de ces changements en interne, permet également la création de nouveaux postes constituant de réelles opportunités d'évolution pour nos collaborateurs »*, **conclut-il**.

A propos de BlueLink

Filiale du groupe AIR FRANCE KLM, **BlueLink est un spécialiste haut de gamme de la gestion du capital client** avec **des références prestigieuses** 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**. Créée en 1992 sous le nom de Fréquence Plus Services, l'entreprise, dénommée BlueLink depuis le 2 avril 2008, intervient à chaque étape de la relation client des entreprises à travers une offre complète de services multilingues, multi-sites et multimédias. Conforme aux exigences de la norme Iso 9001 version 2000, le groupe BlueLink a obtenu en mai 2008 le Label de responsabilité sociale et a réalisé un chiffre d'affaires de 54 millions d'euros. En proposant **20 langues de traitement à travers le monde**, BlueLink gère notamment FlyingBlue, le premier programme de fidélisation européen d'AIR FRANCE KLM qui compte 13,5 millions de membres.

Avec **1100 collaborateurs** à travers le monde - dont 550 en France - BlueLink bénéficie **d'une expertise pointue dans la gestion d'activités complexes** (traitement des réclamations, procédures opérationnelles spécifiques et sécurisées, outils métiers en mode expert) ; 50% des activités sont gérées en Back Office (courriers, fax, emails).

Forte d'une situation pérenne de par son appartenance au groupe Air France, **BlueLink** a également développé **une offre de services additionnels à haute valeur ajoutée** telles que les remontées apportées à ses clients via les services du marketing opérationnel et de prévention des fraudes.

www.bluelinkservices.com

Contact Presse :

Florence Gillier Communication
Alexandra de Busni & Valérie Hackenheimer
Tél : +33 (0)1 41 18 85 55
alexandradb@fgcom.fr