



SOMMAIRE

Notes en vrac
p.2

Éditorial
p.3

Nortel : l'impact
pour ses clients
p.4

CCC — Un vent
de changement
pour l'assurance-
qualité
p.6

Téléphone
intelligent :
productivité ou
centre
d'amusement
p.10

Implantation de
la ToIP dans le
domaine de la
santé et des
services sociaux
p.12

WiFi et sécurité
p.15

Qu'arrive-t-il
lorsque vous
composez le 911 ?
p.18

CCC — La gestion
de la qualité
p.20

Télécom 2009 : un
succès malgré la
récession
p.22

Dans ce numéro :

TECHNOLOGIES SANS FIL :

*Téléphone intelligent :
productivité ou centre
d'amusement?*

WiFi et sécurité

CENTRES DE CONTACT

*Un vent de changement pour
l'assurance-qualité*

La gestion de la qualité

À NE PAS

manquer

NORTEL : L'IMPACT POUR SES CLIENTS

**IMPLANTATION DE LA ToIP DANS LE
DOMAINE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES
SOCIAUX**

**QU'ARRIVE-T-IL LORSQUE VOUS COMPOSEZ
LE 911?**

LA RÉCESSION ET LE CHANGEMENT

**TÉLÉCOM 2009 : UN SUCCÈS MALGRÉ LA
RÉCESSION**

44

**Nortel rassure
ses clients**

Dans une lettre datée du 20 novembre 2008, adressée à ses clients québécois et signé par le vice-président de la région du Québec, Nortel voulait réassurer ses clients que l'équipementier est toujours financièrement solide, malgré les problèmes que l'on connaît.

La bonne nouvelle pour les clients d'affaires, c'est que le centre d'intérêt de Nortel se déplace maintenant vers le marché Entreprise, donc les clients d'affaires. Nortel annonçait également une nouvelle structure organisationnelle qui est en place depuis le 1^{er} janvier.

Lisez notre opinion sur le sujet en pages 4 et 5 de ce numéro.

LA GESTION DE LA QUALITÉ

MARIE-HÉLÈNE SAVARD

Marie-Hélène Savard est une experte-conseil en planification des effectifs pour les centres de contacts. Consultante indépendante, en 2007, elle fonde sa firme, LOEM Consultation. Elle signe ici une chronique régulière sur ce sujet. Vous pouvez la joindre au 514 713-2987 ou à loemconsultation@sympatico.ca.

Vous avez un outil de gestion de la qualité? Vous êtes à la recherche d'un outil performant? Avant de faire l'achat de cet outil, avez-vous pensé à créer votre équipe et à vous assurer que cette solution convienne bien à vos besoins?

Pour ceux et celles qui lisent assidûment mes chroniques, vous avez sûrement remarqué que ma vision part toujours de la même base : **LA SIMPLICITÉ ET LA CRÉATION DE PROCESSUS.**

Partons de la prémisse que vous n'avez pas de solution de gestion de la qualité. Ici-bas, vous trouverez les étapes essentielles afin d'assurer un déploiement réussi et une adhésion de tous les intéressés.

L'achat de solutions technologiques pour centres de contacts ne se fait pas de la même façon que l'achat, par exemple, d'un système téléphonique. Dans le cas d'un système téléphonique, les ressources le plus directement impliquées sont probablement le service des technologies. Même si les coûts de l'achat d'une solution applicative telle que la gestion de la qualité (QM) ou la gestion de la planification des effectifs (WFM) sont également liés au budget de la division technologique, ce sont les gestionnaires, chefs d'équipe, conseillers et agents qui utiliseront quotidiennement cet outil et s'assureront de l'adhésion de tous, qui doivent être impliqués. Avant de procéder à l'achat, je vous propose de suivre les étapes suivantes.

1. Création d'un comité directeur

Celui-ci inclura une ressource de tous les services suivants : technologie, gestion de centres de contacts, chefs d'équipe de centres de contacts et ressources humaines. Une fois le comité directeur formé, il est primordial de procéder à l'ouverture d'un poste « temporaire » de chargé de projet en gestion de la qualité. Cette ressource s'assurera que le projet prenne en considération tous les besoins de chaque entité présente.

2. Le chargé de projet devra avoir une vision globale de la situation

Pour ce faire, il devra :

- faire part de la situation actuelle;
- procéder à la cueillette des besoins de chaque entité;
- rédiger un rapport complet concernant les besoins, tout en énonçant la façon de faire actuelle et les changements qui devront être apportés;
- proposer un processus optimal visant à satisfaire toutes les parties concernées;

- proposer une équipe de gestion de la qualité et procéder à l'ouverture de postes avant le choix de la solution.

3. La suite

Une fois ces étapes complétées et approuvées de tous, l'organisation peut regarder les solutions disponibles sur le marché avec le comité directeur et l'équipe de gestion de la qualité.

4. Choisir

Faire un choix éclairé en fonction des besoins techniques et fonctionnels ainsi que du coût budgétaire établi. Il faut que la solution retenue soit une solution qui perdurera dans le temps et qui prendra en considération les besoins futurs et les changements technologiques. L'achat ne doit pas se faire seulement en fonction de ce que le centre d'appels possède actuellement, mais sur les besoins des prochaines années.

5. Appel d'offres

Certaines organisations choisiront ensuite d'aller en appel d'offres. Si c'est votre cas, je vous conseille de n'exclure aucun fournisseur de services ni aucune solution. Plus vous aurez de propositions, plus vous serez en mesure de faire un choix éclairé reflétant le mieux vos besoins.

Pour les organisations qui n'ont pas besoin d'aller en appel d'offres, je vous conseille d'organiser des présentations qui couvriront les volets suivants :

- volet technique;
- volet applicatif;
- expérience du fournisseur.

Les démonstrations devraient être directement liées avec l'outil désiré et non pas seulement des présentations avec des copies d'écran.

Par la suite, le comité devra faire consensus concernant le choix du produit. Le tout devra être appuyé d'un document écrit comparant les solutions.

Votre choix est fait, maintenant assurez-vous d'avoir les bons joueurs autour de la table afin de procéder à l'implantation.

Un chargé de projet devra coordonner le plan d'action et les étapes à suivre :

- pré-requis technologiques incluant les serveurs;
- période de déploiement;
- tests d'acceptation;
- pré-requis pour la formation;
- formation;
- laboratoire;
- mise en production;
- rapport post-mortem.

Pour qu'un projet d'envergure comme celui-là soit une réussite, il faut que les joueurs clés, incluant les utilisateurs, soient présents lors de l'achat et lors de la formation. De cette façon, il n'y aura pas de remise en question de la solution retenue après quelque temps!