

Dossier de presse

Nouméa, le 20/03/2018

Inauguration de la nouvelle agence de Ducos Le Centre

L'OPT-NC dévoile les premières briques de son nouveau concept d'agence

Gaël YANNO, président du conseil d'administration de l'OPT-NC, Philippe GERVOLINO, directeur général de l'OPT-NC, Eglantine FAFIN, directrice des réseaux de vente, Joel GRANIER, responsable du projet « nouvelle relation client » ainsi que des représentants des directions et services de l'office, ont inauguré aujourd'hui la nouvelle agence de Ducos Le Centre de l'OPT-NC à Nouméa.

En présentant son agence pilote située rue de la Baie des Dames à Ducos, l'OPT-NC inaugurerait ce mardi 20 mars 2018, son nouveau concept d'agences.

C'est dans le cadre de sa politique d'amélioration continue de la satisfaction clients, que l'office expérimente un nouveau type d'agence à Ducos. Cette agence a pour objectif de tester de nouveaux espaces et de nouveaux outils au service du parcours client, pour une relation rendue plus fluide et performante. *'C'est une belle vitrine. Le projet de cette rénovation inscrite dans le programme de « nouvelle relation client » complète remonte à il y a plus d'un an'*, explique Eglantine Fafin, directrice des réseaux de vente, qui fait de la satisfaction client l'une des clés de la modernisation des points de vente de l'OPT-NC.

1



DIRECTION GENERALE SERVICE COMMUNICATION

Après une phase d'études et des projections en 3D, l'agence de Ducos, avait ouvert ses portes après six semaines de travaux, le 12 mars dernier.

Cette nouvelle agence a été pensée dans un esprit moderne, avec à la clé un espace épuré et confortable et un accueil personnalisé.

« Nous souhaitons faire vivre une expérience positive et différenciante aux personnes qui poussent les portes de l'agence. Il s'agit d'optimiser la prise en charge du client, fluidifier son parcours, organiser l'agence autour de ses attentes et donner à l'équipe sur place les moyens d'y répondre. Notre réflexion a donc porté sur l'agencement par zones, la communication intérieure et extérieure, l'ergonomie des lieux, l'organisation et la posture des agents », souligne la directrice Eglantine Fafin.



Quelles nouveautés pour nos clients ?

Nouveau design, réorganisation des espaces : cette agence nouvelle génération place le client au cœur d'une expérience immersive dans l'univers de l'OPT-NC.

" Avec la modernisation et l'aménagement de ses espaces, l'agence de Ducos Le Centre évoluera d'un service uniforme centré sur le guichet à un modèle interactif fondé sur un service personnalisé. A l'intérieur, la décoration se veut 'design et ouverte/accessible' pour passer de la notion de guichet à un Espace Conseils, explique Joel Granier, responsable de la mise en place du projet.

En effet, les transformations sont profondes :

- **nouvelle signalétique plus claire, avec un code coloriel fort** pour une mise en valeur des services rapides pour développer la commercialité ;
- **réorganisation des flux** pour un nouveau parcours client avec la création de nouveaux espaces « commerciaux » ; la disparition de « la ligne guichet » et une prise en charge personnalisée des clients pour gagner en proximité et enrichir la relation client ;
- **développement du libre-service** pour réduire le temps d'attente, mise en avant de conseils et services bancaires pour gagner en autonomie client et en performance. Un espace sera ainsi dédié aux produits mis en libre-service.

3

Ainsi les clients trouveront dans leur nouvelle agence, un espace plus spacieux :

- un espace en libre-service pour achats,
- un guichet dédié pour les colis – pour retirer colis taxés, ordinaires, recommandés,
- un SAS, comprenant un Automate Multi-opérations et un Guichet automatique de banque,
- un espace pour faire vos colis,
- un meuble dépôt chèque.





L'ensemble de ces nouveaux espaces permettent ainsi d'alléger les files d'attente en agence et permettent aux clients de réaliser leurs opérations de façon rapide et autonome. Autour de ces guichets, c'est toute une signalétique claire et un univers graphique harmonieux qui sont instaurés afin que les clients aient une meilleure lisibilité au sein de leur agence.



L'objectif de la direction des réseaux de vente est de décliner ce nouveau concept qui sera progressivement adopté par les autres agences.

Une expérience client simplifiée et enrichie

En parallèle de ces nouveaux aménagements, l'OPT-NC fait évoluer ses processus pour une expérience client simplifiée, enrichie et toujours plus fluide. La nouvelle relation client, c'est aussi et surtout une démarche globale qui intègre tous les paramètres de l'expérience client.



La 'relation client' est par définition multicanale ; l'OPT-NC travaille sur toutes ses composantes, en réponse aux attentes clients.

- **Mise en service d'un nouvel automate**

Un nouvel automate installé au sein de l'agence facilitera le paiement des factures, la pesée et l'affranchissement de votre courrier et l'achat de recharge « liberté ».

Quatre autres automates ont été déployés depuis décembre 2016 dans les agences de Nouméa Sud, Agence Principale, Magenta et Kone. Ils réalisent chacun entre 50 et 60 opérations par jour, majoritairement des opérations d'affranchissements (environ 70 %).



- **Prises de RDV en ligne auprès d'un conseiller commercial (télécoms ou financier)**

Internet a profondément modifié les usages et l'OPT-NC s'est déjà adapté à cette révolution. Aujourd'hui l'office accélère sa transformation en proposant un nouveau service numérique.



Dans le cadre du projet nouvelle relation client et afin de répondre aux attentes de ses clients, notamment en termes de simplicité et d'accessibilité, l'OPT-NC a mis en place un nouveau service en ligne réservé aux particuliers et aux professionnels (patentés, associations,...) hors grands comptes.

L'objectif de ce nouveau processus consiste en la mise à disposition d'un agenda informatisé accessible en ligne 24h24 et 7j/7 en temps réel permettant ainsi aux clients de **prendre un rendez-vous auprès d'un conseiller commercial via Internet**, facilitant ainsi ses démarches.

Il suffit pour cela de se rendre directement à l'adresse "opt.nc/rdv" et de prendre RDV en quelques clics seulement en se laissant guider.

Une initiative qui permet d'offrir aux clients un nouveau canal digital pour entrer en contact avec l'OPT-NC. En effet, à ce jour, un client qui souhaitait prendre un rendez-vous avec un conseiller commercial appelait, dans la majorité des cas, le Service Clientèle de l'OPT-NC, nommé « le 1000 ». Le téléacteur qui traitait l'appel devait alors bloquer un créneau sur le calendrier du conseiller en agence.



- **Localisation des agences OPT-NC en ligne**

Sur le site de l'OPT-NC, chaque agence est aujourd'hui géo-localisée sur la carte de Nouvelle-Calédonie. Les clients peuvent facilement trouver les adresses, les contacts téléphoniques, les horaires d'ouverture et les services proposés pour chacune des agences.

Depuis le vendredi 16 mars, sur ce même site, les clients peuvent également consulter le temps d'attente en direct avant de se rendre dans leur agence. Une manière de choisir, quand cela leur est possible, le moment le plus fluide pour réaliser leur opération !

- **D'autres services, postaux, financiers et télécoms, sont également disponibles en ligne**

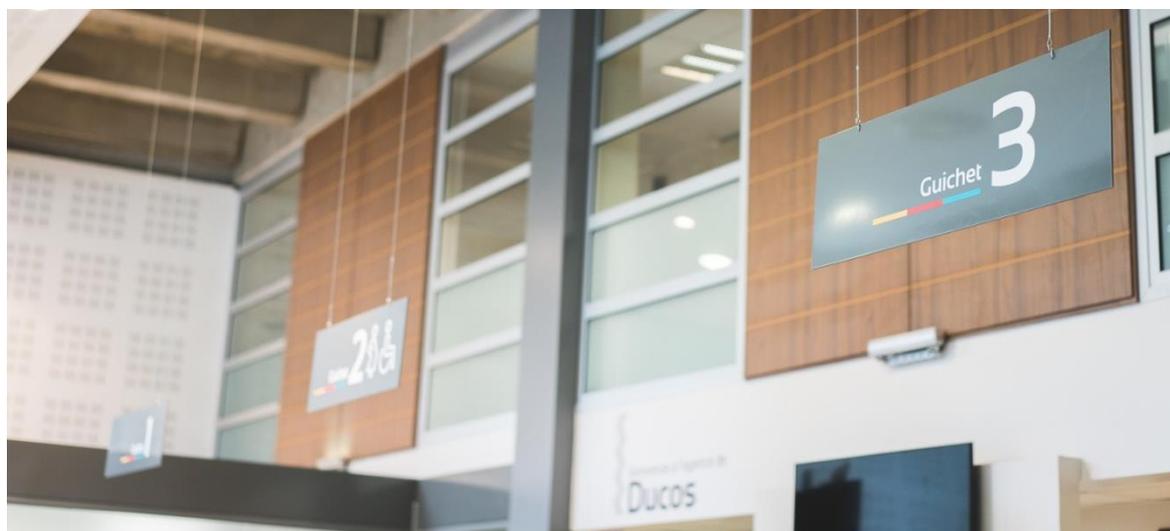
De manière non exhaustive, citons par exemple pour les services postaux, la possibilité de suivre l'acheminement des courriers et colis, de simuler le coût d'un envoi d'un courrier ou d'un colis ou encore de commander des enveloppes pré-timbrées et des timbres-poste personnalisés. Concernant les services financiers numérisés, il est possible de gérer son compte 24h sur 24 à domicile ou à distance, en consultant le site www.ccp.nc. Ce service est gratuit ou payant, selon les options choisies. Enfin pour les

services en ligne pour les télécoms, il est aujourd'hui possible de suivre le déploiement de la fibre optique d'un simple clic, grâce à la carte interactive, optimisée en juin 2017 et disponible sur le site OPT.nc Elle permet également aux réseaux de vente de pouvoir répondre plus facilement aux clients qui souhaitent savoir quand ils pourront être raccordés à la fibre optique. Ce service existe aussi pour le déploiement du réseau mobile.

Dans le cadre de sa politique d'amélioration continue de la satisfaction clients, de nouvelles solutions digitales sont actuellement à l'étude pour faciliter la vie de ses clients. Toutes ces innovations ont pour objet de révolutionner l'expérience client : anticiper les besoins, personnaliser la relation client et simplifier les parcours. Elles permettent en parallèle l'accroissement de l'efficacité opérationnelle et commerciale contribuant ainsi à l'amélioration de la satisfaction client.

L'agence de Ducos en quelques chiffres

- Surface de l'agence : 480 m²
- Surface de l'espace client : 110 m²
- Nombre de guichets : 3
- 2 bureaux destinés aux conseillers commerciaux
- 2 guichets automatiques de banque (GAB)
- 1 sas automate de 14 m² pour réaliser les opérations en toute autonomie
- Nombre de boîtes postales : 950
- Horaires de l'agence : 7h45 - 15h00
- Horaires du guichet courrier extérieur : 7h45 - 15h30
- Horaires du SAS : 7h 45 - 16h
- Durée des travaux : 6 semaines
- Financement du projet de rénovation : 15 M F.CFP



Historique du projet « Nouvelle Relation Client »

❖ Le projet « Nouvelle Relation Client »

A l'issu d'un constat réalisé par la DRV sur le manque d'identité et d'homogénéité des agences et afin de mieux répondre aux attentes des clients, un projet de « Concept de Nouvelle Agence » voit le jour, s'inscrivant pleinement dans la démarche d'aménagement et de développement de l'OPT portée par le plan stratégique OPT2017.

Dès 2012, des améliorations sont alors entreprises : les agences rénovées de Boulouparis-La Foa, Bourail, Voh, Népoui et Poya ainsi que les nouvelles agences de Pont-des-Français, La Coulée et Panda et plus récemment l'agence de St Joseph sur Ouvéa ont témoigné de cette volonté de changement.

Mais c'est en 2015, qu'est véritablement lancé le projet.

- **2015- Lancement du projet « Nouvelle Relation Client »**

Suite aux rencontres avec des experts de SOFREPOST, filiale à 100 % du Groupe La Poste chargée de vendre leur savoir-faire à l'international, à une étude basée sur la parole des clients ainsi qu'aux acquis des équipes de la DRV entre 2012 et 2015, le projet Nouvelle Relation Client (NRC) est né mettant en exergue 4 grands objectifs.

➔ NRC S'ARTICULE AUTOUR DE QUATRE GRANDS OBJECTIFS :

- > **Fluidifier et organiser** le trafic dans les agences
- > **Diminuer** l'attente réelle et perçue dans le réseau
- > **Simplifier** les opérations pour qu'elles soient moins complexes et plus rapides
- > **Renforcer** la visibilité et la lisibilité des offres, des services et des produits proposés

Les réflexions menées ont pour finalité de diminuer l'attente réelle ou perçue par les clients, de les rendre plus autonomes sur des opérations courantes comme les retraits, et de fluidifier ainsi le trafic au sein des agences.

« *La Nouvelle Relation Client (NRC) a pour objectif de repenser totalement notre accueil et notre relation client, et faire évoluer notre modèle d'agence traditionnel vers un modèle moderne. Ce projet se veut évolutif car il s'inscrit dans une démarche d'amélioration et d'évolution continues* », indique Joël Granier, chef de projet NRC.

« *Ce sont bien les « paroles de clients » qui guident les actions du projet* », précise-t-il.

- **2016-2017- Les premières concrétisations**

Pour simplifier le parcours client et ses gammes de produits, le Réseau revisite l'organisation des agences et son offre.

La mise en place d'un espace Showroom pour une démarche participative

Afin de faire évoluer de manière efficiente son projet, l'OPT s'autorise des tests grandeur nature. Les retours clients mais aussi les remontées des acteurs internes (chefs d'agence, agents de guichet...) permettent d'étudier les directions à prendre tout en gardant à l'esprit la notion de personnalisation et en prenant ainsi en compte les habitudes des clients qui varient selon les communes.

Dans l'optique de tester les nouveautés, de donner de la visibilité au personnel, la DRV a fait le choix de construire un **showroom** qui sert d'agence laboratoire. Il sert de base école, c'est un lieu d'échange et d'amélioration. « *Nous utilisons ce showroom comme un laboratoire mais aussi comme un outil pour communiquer auprès de nos agents et de nos clients* », explique Joël Granier.

Il accueille les acteurs internes (chefs d'agence, agents de guichet, membres du conseil d'administration, comité d'entreprise...) et externes (association calédonienne des handicapés, UFC Que Choisir...), afin de présenter, d'adapter et fiabiliser notre modèle d'agence.

Toutes ces actions sont guidées par l'esprit de service de l'OPT, qui s'engage au quotidien pour la satisfaction des clients.

Cette réflexion collective contribue à faire émerger les attentes de chacun et à définir, ensemble, les grandes orientations stratégiques de l'Office.

« *Il nous faut garder à l'esprit la notion de personnalisation et prendre en compte les habitudes des clients qui varient selon les communes* » indique Joël GRANIER.

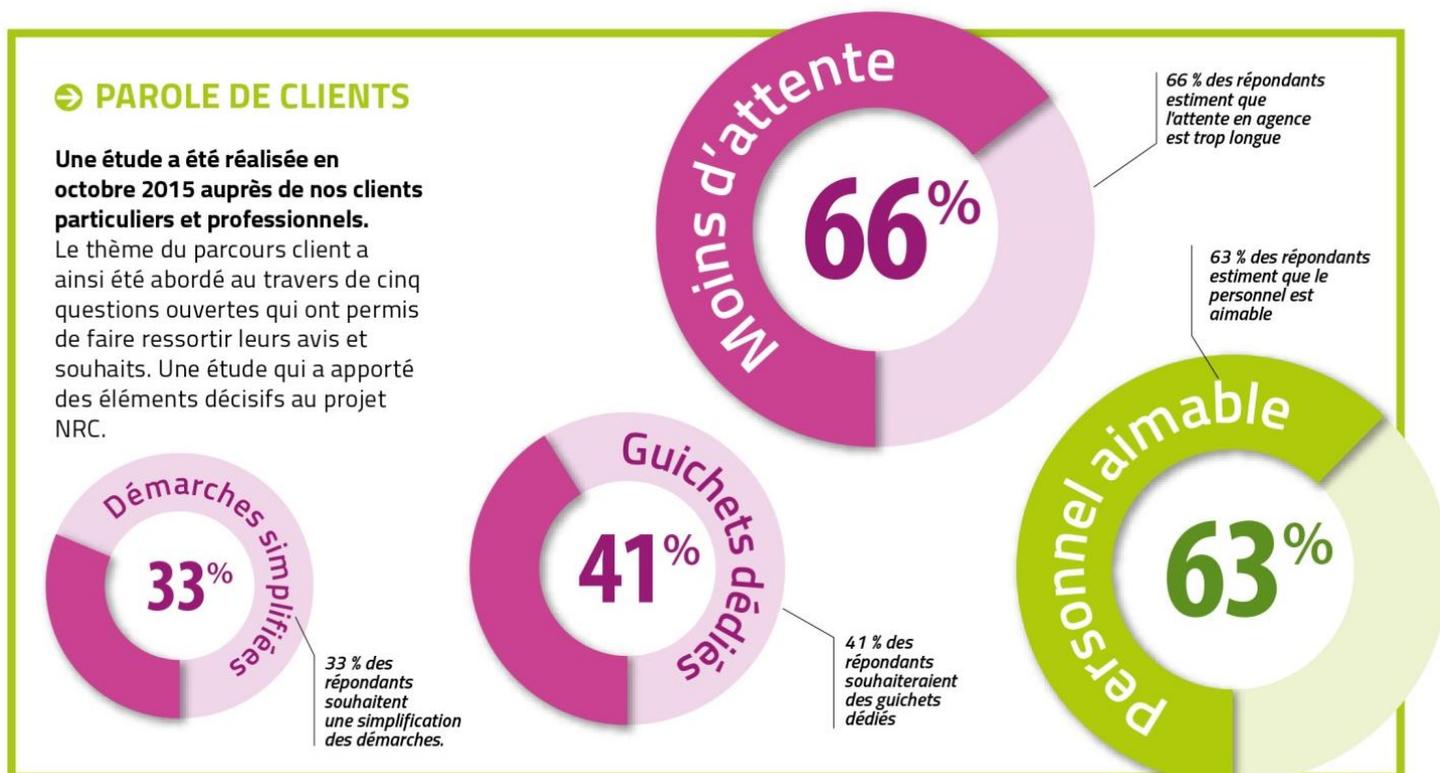
Cette Nouvelle Relation Client sera le fruit d'une co-construction avec l'ensemble des acteurs concernés.

« **Bien servir, mieux satisfaire** ». Telle est la devise de NRC : une dimension interne au profit de la satisfaction de nos clients. Elle sera d'ailleurs régulièrement mesurée par des enquêtes en sortie d'agence ou par des études plus approfondies.

La Direction des Réseaux de Vente renforce ainsi son attractivité en misant sur la qualité de service, la simplification et l'innovation.

❖ Zoom sur l'étude du parcours client

Les études réalisées depuis 2015, au travers de questions ouvertes posées aux clients, ont permis de récolter plusieurs verbatims et de les analyser selon trois critères : l'occurrence, la satisfaction et l'implication.



Contact presse :
Camille DUMARTY
Chargée de communication externe
Tél. : 26.82.38 / Mob.: 82.77.67
camille.dumarty@opt.nc