

Conférence du mardi 26 mars 2024

# Comment GLS a replacé l'expérience client au cœur de sa nouvelle philosophie ?

AXIALYS  
La téléphonie pour votre service client

GLS.



# Sommaire

03

**Présentation de GLS et Axialys**

05

**L'évolution de GLS vers une philosophie Customer Centric**

06

**Les piliers de la nouvelle philosophie GLS**

- Le service client comme moteur de changement
- L'amélioration des outils et formation des équipes
- S'entourer d'acteurs qui sont de véritables partenaires

07

**L'impact de la téléphonie sur la relation client de GLS**

Les besoins spécifiques de GLS et les solutions d'Axialys

08

**Le déploiement de la solution Axialys chez GLS**

1. Kick-off
2. Récupération des éléments
3. Configuration
4. Mise à disposition
5. Correctifs
6. Formations & Déploiement
7. Customer Success

09

**Les perspectives futures pour GLS**

# PRÉSENTATION DE GLS



Leader européen de la livraison de colis de 0 à 30 kg

Il était une fois, en 1989, 25 courageux transitaires qui eurent une idée audacieuse : créer un prestataire national de services de colis dans le centre de l'Allemagne. German Parcel était né, pour être le point de départ de l'histoire sans précédent du groupe GLS.

Aujourd'hui, le groupe GLS compte parmi les principaux prestataires de transport de colis express en Europe et dans le monde et nous sommes fiers d'être l'un des réseaux logistiques les plus fiables et performants.



## QUELQUES CHIFFRES CLÉS



862 millions de colis



+ de 1600 agences



+ de 23 000 collaborateurs



160 destinations mondiales



Présent dans près de 40 pays

## LES ENGAGEMENTS CLIENTS

Fiabilité  
Flexibilité  
Transparence

Sécurité  
Interactivité  
Eco-responsabilité

# PRÉSENTATION D'AXIALYS



## Téléphonie & IA pour les services clients

*“La conversation orale, via le canal téléphonique, comme vecteur principal d’émotions dans la relation clients”*

Chez Axialys, nous sommes convaincus que le canal Voix permet de développer la valeur ajoutée de l’intelligence dite “émotionnelle”, et s’intègre parfaitement aux écosystèmes d’outils de nos clients pour offrir une expérience omnicanale aux clients de nos clients.

Nous avons lancé en 2024 notre solution IA by Axialys, au service des conseillers relation client.



## QUELQUES CHIFFRES CLÉS



+ 350 services clients



100% solution française



2024 : Lancement d'IA by Axialys



+ 22 ans en tant qu'Opérateur Telecom



+ 20 partenaires technos

## NOS VALEURS

No pleasure, no business

Personal commitment, team play

Grow up or go home

For customers with love



# GLS DEVIENT CUSTOMER CENTRIC

**2020**

## **Optimisations opérationnelles**

GLS entreprend des optimisations opérationnelles significatives en réévaluant ses agences, ses processus de livraison et ses flux de travail. Parallèlement, une réflexion sur un éventuel changement d'identité est engagée.

**2021**

## **Nouvelle plateforme de marque**

La mise en place d'une nouvelle identité visuelle pour GLS s'inscrit dans une démarche visant à mieux refléter les valeurs fondamentales de l'entreprise et à renforcer son positionnement sur le marché. Cette refonte vise à moderniser l'image de GLS tout en restant fidèle à ses valeurs et à son histoire..

**2022**

## **Transition vers le Customer Centric**

GLS adopte une approche Customer Centric, plaçant le client au cœur de sa stratégie. L'objectif est de livrer des émotions plutôt que de simples colis, offrant ainsi une expérience unique à ses clients.

**2023**

## **Déploiement d'Axialys**

GLS s'équipe d'acteurs dont les valeurs et les pratiques sont alignées sur sa nouvelle philosophie axée sur le client.



# LES PILIERS DE LA NOUVELLE PHILOSOPHIE GLS



## L'importance du service client comme moteur de changement

Au cœur de la philosophie Customer Centric de GLS se trouve la conviction profonde que le **service client ne se limite pas à résoudre les problèmes, mais constitue une opportunité précieuse de renforcer la relation avec le client.** Cela s'est traduit par une série d'initiatives visant à valoriser chaque interaction client, en s'assurant que chaque conseiller dispose des outils et des compétences nécessaires pour offrir une expérience exceptionnelle.



## L'amélioration des outils et la formation des équipes

Reconnaissant l'importance des outils et des compétences dans la prestation d'un service client de qualité, GLS a investi dans **l'amélioration de ses systèmes et dans la formation continue de ses équipes.** Cela a inclus l'intégration de nouveaux outils pour :

- améliorer la connaissance client,
- faciliter le travail des conseillers,
- et optimiser l'expérience du dernier kilomètre.

La formation continue des équipes a été priorisée pour garantir une **expertise pointue dans l'identification des irritants**, la gestion des interactions clients, la gestion des réclamations, et la résolution des problèmes.



## S'entourer d'acteurs qui sont de véritables partenaires

GLS a cherché à s'entourer de partenaires partageant ses valeurs et capables de **soutenir sa vision Customer Centric.** Axialys est devenu un tel partenaire, offrant des solutions de téléphonie qui s'alignent sur les objectifs de GLS. La collaboration entre GLS et Axialys repose sur des valeurs communes de :

- transparence,
- d'engagement envers la RSE,
- et surtout, de **priorité accordée à l'expérience client.**

# L'IMPACT DE LA TÉLÉPHONIE SUR LA RELATION CLIENT DE GLS

55%

C'est le pourcentage de consommateurs français qui ont contacté un service client par téléphone en 2023. Le Click to Call (rappel par téléphone) arrive en 2ème position (52%).

GLS a rapidement identifié la **téléphonie comme un canal clé dans la construction et le renforcement de sa relation avec les clients**. La collaboration avec Axialys a permis à GLS d'exploiter pleinement le potentiel de ce canal, transformant la communication vocale en une expérience client riche et personnalisée.



## Les besoins spécifiques de GLS

- **Avoir une solution Voix/CRM unifiée** pour permettre une gestion centralisée des interactions avec les clients GLS, en fournissant une vue d'ensemble complète de toutes les interactions passées et en cours.
- **Adapter la téléphonie au contexte de régionalisation** en mettant en place un système flexible qui permettrait à chaque agence de gérer ses propres flux d'appels tout en garantissant une cohérence et une qualité de service globales.
- **Identifier les appelants** en mettant en place un système de reconnaissance des clients et leur offrir un traitement adapté.



## Comment Axialys y a répondu

Axialys a mis en place une **solution personnalisée** comprenant une ligne classique ainsi qu'une ligne dédiée spécifiquement à une certaine typologie d'expéditeurs. Cette configuration permet à GLS de différencier et de **prioriser les appels des clients**, assurant ainsi un traitement personnalisé de leurs demandes.

Axialys a mis en œuvre un **système de routage intelligent par région**, permettant à GLS de diriger automatiquement les appels vers les services dédiés en fonction de la localisation géographique de l'appelant.

Axialys a également intégré des **logiques de débordement**, assurant ainsi à GLS un haut niveau de qualité de service même en période de pic d'appels ou en cas d'indisponibilité des agents. Ces logiques de débordement permettent de **rediriger les appels vers d'autres services ou agents disponibles**, garantissant ainsi une continuité de service sans compromis sur la satisfaction client.

# LE DÉPLOIEMENT DE LA SOLUTION AXIALYS CHEZ GLS EN 3 MOIS

JUILLET 2023





# LES PERSPECTIVES FUTURES POUR GLS



## AMÉLIORER LE SERVEUR VOCAL INTERACTIF (SVI)

L'amélioration du Serveur Vocal Interactif (SVI) pour une interaction plus fluide et personnalisée avec les clients en proposant des options de menu adaptées aux besoins individuels des clients, tout en assurant une gestion plus efficace des appels entrants.



## POURSUIVRE L'APPROCHE CUSTOMER CENTRIC

GLS reste résolument tournée vers les besoins et les attentes de ses clients, en mettant en place des systèmes pour recueillir et analyser les feedbacks des clients, afin d'identifier les domaines d'amélioration et de s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue, toujours au service de la satisfaction client.



## EXPLORER LES OPPORTUNITÉS DE L'IA

GLS explore activement les opportunités offertes par l'intelligence artificielle. L'objectif est d'assister les conseillers, à automatiser les tâches répétitives et à optimiser les processus internes, tout en conservant l'humain au cœur de la relation client.

# CE LIVRE BLANC A ÉTÉ RÉALISÉ GRÂCE AUX TÉMOIGNAGES DE :



**Marine Vitry**

Responsable Expérience Client

**GLS.**



**Stanislas Mercey**

Head of Customer Success

**AXIALYS**



## **CONTACT**

**Romain Passedroit**

Head of Sales

**AXIALYS**

✉ [rpassedroit@axialys.com](mailto:rpassedroit@axialys.com)

☎ 06 83 91 01 61