



Nicolas Guyart

Dès qu'il est question de télétravail, certaines réticences ou craintes peuvent revenir sur le devant de la scène. Que leur répondez-vous ?

Dès la mise en œuvre du Télétravail à temps partagé, nous avons été très vigilants à lever certaines réticences. Une des premières est le contrôle et la sécurisation des prestations. A ce titre, nous ne recrutons que des collaborateurs en CDI qui sont soumis à nos clauses de confidentialité et de

### BIO EXPRESS

#### Nicolas Guyart, Président fondateur de MeilleurContact

Ingénieur de formation, Nicolas débute sa carrière dans le domaine de l'intégration de systèmes et de services : CAP GEMINI, BULL. Il a ensuite été successivement Directeur du Développement des activités Centres de Contacts ATOS ORIGIN. Directeur de la Division Centres de Contacts EXPERIAN, Directeur Général ARVATO Services France puis du groupe B2S avant de fonder, en 2009, MeilleurContact, en imaginant le modèle du télétravail à temps partagé qui réunit le meilleur des 2 mondes : celui des centres industriels garant du respect des processus qualité et du management de la performance et celui du télétravail garant d'une flexibilité accrue et de profils plus matures, plus autonomes.

# Une autre vision des centres d'appel

MeilleurContact révolutionne le monde de la relation client en proposant un modèle social innovant qui permet de traiter en toute sécurité des volumes industriels conformément à l'état de l'art de la profession. Avec une répartition du temps de travail de 2/3 en Télétravail à domicile et 1/3 sur un site de proximité, MeilleurContact concilie les centres industriels garant du respect des processus qualité et du management de la performance avec le Télétravail garant d'une flexibilité accrue et de profils plus matures, plus autonomes. **Rencontre avec Nicolas Guyart, Président Co-fondateur MeilleurContact.**

sécurisation. Nous refusons de travailler avec des auto-entrepreneurs rémunérés à l'acte, qui doivent de plus financer leur propre formation initiale, et avec lesquels la notion de contrôle de l'activité est très limitée. Concernant la crainte du travailleur isolé (que l'on retrouve notamment avec les auto-entrepreneurs), l'organisation du travail en 2/3 du temps à domicile et 1/3 sur site favorise le développement du sentiment d'appartenance et permet à nos collaborateurs d'être en contact avec l'entreprise et leurs collègues. Le lien avec l'entreprise et nos clients est capital dans notre modèle. Enfin, nous fournissons à chacun de nos collaborateurs les équipements nécessaires au télétravail (PC et téléphonie dédiés, outils de gestion des contacts, webcam, VPN, outils d'identification...). Notre technologie permet de superviser en temps réel toutes nos prestations afin d'assurer la qualité et la sécurisation des traitements.

**Peut-on imaginer un équilibre idéal, dans une entreprise, entre les collaborateurs qui travaillent sur place, et ceux qui le feront à distance ?**

C'est le modèle retenu par MeilleurContact : créer des espaces temporels sur site où les équipes en Télétravail peuvent échanger avec les collaborateurs sur site. Suivant les activités, le profil des collaborateurs, nous offrons le meilleur des 2 mondes (in

situ et en Télétravail) à nos clients. Dans les faits, seules les fonctions de chargé de clientèle et de télévendeur bénéficient du temps partagé. Toutes les fonctions supports et pilotage de l'activité sont réalisées sur site. L'équilibre du 2/3 en télétravail et 1/3 sur site, nous semble idéal pour permettre une cohésion d'équipe autour de nos activités client. Le 1/3 temps de travail sur site permet de maintenir l'échange et le partage d'expérience, le déploiement de formation continue le lien avec l'entreprise et la vie sociale.

**Aujourd'hui, certains estiment que le client est de plus en plus « Co » (collaboratif, communautaire, dans la coconstruction, etc.). Observez-vous également la même tendance ?**

L'émergence des nouvelles technologies, des réseaux sociaux, du partage de l'information en temps réel, favorise le développement de la notion de Co-client, un client va aujourd'hui s'affranchir de la marque en recherchant plus d'informations sur l'usage, sur l'expérience des autres clients et faire ses choix en prenant en amont des informations essentielles pour lui (et non forcément pour l'annonceur). Reste que ce Co-Client a toujours besoin de reconnaissance et qu'une approche personnalisée lors de la phase de concrétisation reste primordiale.