



Orange

LES
SINCH
AWARDS

Orange est l'une des plus grandes entreprises de télécommunications au monde, au service de près de 266 millions de clients, dans 26 pays.

Opérateur historique en France, Orange est 1^{er} sur la téléphonie mobile et 1^{er} fournisseur d'accès à l'internet de l'Hexagone.

La marque détient plus de 40% de part de marché sur les abonnements haut débit et très haut Débit et œuvre depuis plus de vingt ans pour donner accès aux usages numériques à tous les citoyens.

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Telecom

CHARGÉ DE PROJET

Cathyline M'BASSE

Responsable CRM

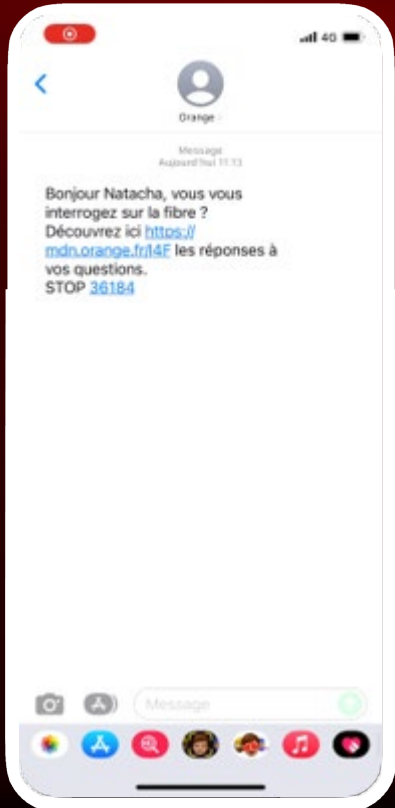




Orange

Comment combler un vide dans le plan de sollicitation et lever les freins de nos clients ADSL à migrer vers nos offres Fibre ?

LES
SINCH
AWARDS



71%

De taux de réponse

41%

De taux de conversion

CONTEXTE

Le passage d'un forfait ADSL à un forfait fibre est un enjeu important pour les acteurs télécom. Orange a souhaité mettre en place une campagne « Sondage » pour identifier les principaux freins & rassurer ses clients. La campagne s'adresse ainsi aux clients éligibles à la Fibre depuis plus de 6 mois, n'ayant pas franchi le pas.

SOLUTION

Les équipes Sinch ont proposé de refondre le Rich SMS « Sondage » en format conversationnel. L'objectif est d'optimiser l'expérience utilisateur en proposant une approche innovante au travers d'une conversation avec un conseiller virtuel et en donnant la possibilité de laisser un commentaire.

Sur les 8,7K conversations démarrées, 6,7K réponses au sondage ont été enregistrées, soit 7 conversations sur 10. Et près de la moitié des répondants ont réalisé une action ensuite : au total, plus de 2,2K redirections et près de 600 demandes de RDV.

Nous avons également appris sur nos clients réticents à la Fibre et confirmé le besoin de pédagogie. (4 users sur 10 sous-estiment la vitesse de la Fibre / 63% des users ont trouvé l'expérience utile). Cette solution favorise une relation client forte et durable et répond également à nos enjeux d'image.





Orange

LES
SINCH
AWARDS

Vision

« Suite à cette opération, nous avons réalisé que le conversationnel est un format pertinent pour mieux créer de la relation client, récupérer des feedbacks de façons ludique et intuitive. Nous avons pour volonté de mettre en place plus de campagnes en format conversationnel sur d'autres produits Orange et ce afin d'être au plus près du besoin client »

SECTEUR D'ACTIVITÉ

Telecom

CHARGÉ DE PROJET

Cathyline M'BASSE

Responsable CRM

