

## Des pros du téléphone

BALTUS, JULIEN

Page 3

Samedi 14 octobre 2006

### Formation Les centres d'appel veulent soigner leur image

#### Opérateur de centre d'appel, un métier intéressant ? « Oui », clament en chœur les professionnels.

Stress, monotonie, absentéisme, le métier d'opérateur (ou agent) de centre d'appel (ou call center) n'a pas bonne presse. Il est souvent considéré comme un job d'étudiant. Certains estiment même qu'il ne s'agit pas d'une profession à part entière. Un tableau peu reluisant que les dirigeants du secteur contestent.

Pour Silvia Di Bono, responsable sélection et développement chez Sitel, un centre d'appel externe qui se dit leader du marché en Belgique et qui emploie environ 800 « call agents », cette image est tronquée. « On s'imagine des gens stressés, coincés dans des cages à poules. Certes il y a du stress et une grande flexibilité des horaires mais il y a aussi une bonne ambiance et la possibilité de faire carrière est bien réelle. »

Responsable exécutif de Brucall, centre d'appel externe bruxellois employant une centaine de personnes fixes, Isabella Namèche tente d'expliquer cette mauvaise réputation : « Les centres d'appel externes sont souvent catalogués télémarketing ou services à faible valeur ajoutée. Par nature, le métier est invisible. Et quand les gens se demandent ce que l'on fait, ils songent à l'agent qui téléphone chez eux le soir pour vendre un sofa. Notre valeur ajoutée est mal définie et mal perçue. Le secteur est récent. Il doit encore acquérir ses lettres de noblesse. »

A la différence des centres d'appel internes, qui sont intégrés au sein de leur société mère, les centres externes ne sont pas, ou si peu, attractifs. Recruter des agents compétents, singulièrement bilingues, s'apparente souvent à un véritable casse-tête. Et ce d'autant plus que le secteur bénéficie d'une croissance soutenue. « Nous recherchons tellement de personnes qu'après trois mois d'intérim, nos bons agents se voient proposer un contrat à durée indéterminée », confirme Silvia Di Bono de Sitel, tordant par ailleurs le cou à la rumeur selon laquelle tous les travailleurs du secteur sont intérimaires. En outre, la profession se diversifie. Notamment en raison de l'utilisation d'Internet ou des SMS. Au point de bousculer la terminologie. Dans le langage, le terme « contact centers » se substitue peu à peu à celui de « call centers ». Mais cela reste insuffisant. C'est pourquoi les centres d'appel sont de plus en plus attentifs à valoriser le travail et l'évolution de leurs collaborateurs. Outre les traditionnels « incentives » ou team building, les responsables RH du secteur misent sur la formation. Sitel a par exemple mis sur pied la « Sitel université », qui permet à ses employés de suivre des cours en ligne, « pour leur permettre de se développer continuellement et ainsi leur offrir un plan

de carrière », souligne Silvia Di Bono. Et chez Captel, centre d'appel liégeois spécialisé dans le télésecrétariat, une dizaine de collaboratrices parmi la trentaine qui y travaille, suivent des cours de langues, ainsi que des formations sur mesure, en orthographe par exemple. « Les gens adorent être formés, c'est très valorisant », justifie l'administratrice, Anne Dimmers.

Une autre façon de valoriser le travail en centre d'appel ? La perspective d'une promotion, qu'elle soit horizontale ou verticale. Contrôle qualité, gestion de projets, formation... des postes à responsabilité sont accessibles aux meilleurs éléments. « Si la possibilité existe en interne, je préfère récompenser un collaborateur en lui accordant une promotion plutôt que d'aller chercher ailleurs », avance Isabella Namèche, de Brucall.

Quant à Anne Dimmers de Captel, elle n'hésite pas à véritablement chouchouter ses employées. « J'exerce un management paternaliste », avoue-t-elle. Au point de refuser certains contrats. « Si on me demande de faire du téléphone rose, je refuserai, même si je peux gagner le double. Je veux être fière de ce que je fais et donner du boulot intéressant. » Une attention particulière qui porte ses fruits : de nombreuses collaboratrices sont à ses côtés depuis des années. La plus ancienne affichant 15 années dans la maison. Un bail dans un secteur où l'on n'a pas l'habitude de faire de vieux os... Constat qu'Isabella Namèche s'empresse de relativiser, comme une dernière mise au point : « Il faut savoir de quoi on parle. En moyenne, la longévité professionnelle d'un agent se situe entre 18 et 24 mois. » Une durée plutôt longue pour un soi-disant job d'étudiant.

Publié dans « Le Soir »