

**INITIATIVES**

# Les salariés de Sage se transforment en commerciaux d'un jour

**Fidélisation.** Pour prendre conscience de la satisfaction des clients, tous les collaborateurs de Sage ont effectué une enquête client par téléphone. Un bon moyen d'être confronté aux réalités du terrain lors d'une journée festive.



> "Tous au contact des clients!" C'est sous ce leitmotif que s'est déroulé le premier Sage Day en France. Qu'ils soient au service comptabilité, ressources humaines ou marketing, les 2500 collaborateurs de l'éditeur de solutions de gestion ont participé à une opération originale: ils devaient contacter chacun une dizaine de clients par téléphone et les convaincre de répondre à un questionnaire de satisfaction. Une bonne occasion pour ceux qui ne sont pas au contact des clients de se confronter à la réalité. C'est la seconde année que cette opération, orchestrée dans les 26 filiales de Sage à travers le monde, était organisée. Mais c'était la première fois que la France décidait d'y participer. « *Le client doit être au cœur de nos préoccupations* », souligne Laure Pourageaud, directrice des ressources humaines de Sage France. L'éditeur a cherché à faire de cette journée un moment convivial et festif, bâti autour de la notion d'incentive et de solidarité. Ainsi, pour chaque questionnaire rempli, l'entreprise versait 10 euros à Ashoka, une association

qui agit en faveur de l'entrepreneuriat social. De quoi motiver encore plus les salariés. La direction de l'entreprise a également distribué des tee-shirts et des ballons et organisé un pique-nique pour marquer le caractère exceptionnel de la journée. L'ensemble des membres du comité de direction s'est plié au jeu et s'est rendu dans les différents sites de Sage. Les salariés des services de back-office, non habitués à passer des appels de prospection et à avoir des clients au téléphone, pouvaient également se faire coacher par des commerciaux plus habitués à ce type de démarche. Une bonne occasion pour le service commercial de Sage de montrer son savoir-faire à l'ensemble de la société. Grâce à toutes ces initiatives, la mobi-

## Repères

**Sage**  
Activité  
Édition  
de solutions de  
gestion d'entreprise  
CA 2007  
281 millions d'euros  
Effectif  
2500 personnes  
Force de vente  
240 personnes

lisation a été forte: 5000 questionnaires ont été remplis par les 2500 collaborateurs. Chacun avait un objectif de deux appels aboutis, qui a donc été atteint!

Le questionnaire de satisfaction client a permis de récolter des données importantes, qui ont ensuite été décorchées par la direction de l'entreprise. Mais il a aussi été utilisé comme un outil de motivation interne. Les résultats ont, en effet, été communiqués à l'ensemble des salariés, à la fois via la newsletter et sur le site internet. « *Il est important que nos collaborateurs puissent voir à quel point nos clients sont satisfaits de Sage, ce qui ressortait de cette enquête*, souligne Laure Pourageaud. *Ceux qui n'ont jamais de contacts directs avec cette population ne pouvaient pas mieux s'en apercevoir qu'en les ayant ainsi en direct au téléphone!* » **L. Ba.**



Pour le premier Sage Day en France, 5000 clients ont été contactés en un jour par les équipes de l'éditeur.