



**Communiqué de Presse  
Hong Kong, 15 juin 2012**

---

## **L'éditeur français Eptica reçoit le *Customer Service Excellence Award* pour son application de Social CRM chez Air Asia**

***Ce prix remis par l'Asia Pacific CSC distingue à la fois l'innovation technologique d'Eptica et les bénéfiques métier obtenus par la compagnie aérienne asiatique, qui a déjà réduit de façon significative les coûts de son centre de contacts clients.***

Eptica, éditeur de solutions multicanal et multilingues de gestion des interactions clients, est lauréat de la 10<sup>ème</sup> édition des CSE Awards<sup>1</sup> remis lors du grand rendez-vous annuel de l'APCSC (Asia Pacific Customer Service Consortium) qui s'est tenu les 13 et 14 juin à Hong Kong<sup>2</sup>. L'application de service client qu'il a développée pour Air Asia et qui combine site web, médias sociaux et application mobile a obtenu le prix "*Social Media Customer Service*", qui récompense l'innovation d'Eptica en matière de solutions de Social CRM et le succès de l'implémentation réalisée chez Air Asia. C'est le second prix remis par l'APCSC à Eptica : l'éditeur français avait reçu en 2009 le prix « *Most Innovative Technology* ».

Les consommateurs asiatiques sont fortement utilisateurs des technologies d'internet mobile et de réseaux sociaux : près de la moitié (44%) sont connectés à Internet (chiffres Internet World Stats) ; déjà plus de 623 millions de personnes sur la zone Asie-Pacifique consultent les sites web mobiles depuis leurs smartphones – chiffre qui devrait monter à 1,22 milliard d'ici 2015 (chiffres emarketer). Enfin, 69% suivent une marque ou une entreprise sur les médias sociaux contre en moyenne 52% à l'échelle mondiale (chiffres Nielson).

« *Les médias sociaux constituent aujourd'hui un canal très puissant pour les entreprises asiatiques qui cherchent à interagir et à développer une relation de proximité avec ces nouveaux consommateurs. Toutefois, pour garantir la réussite des actions menées sur ces canaux, il est essentiel de les intégrer dans la stratégie globale de service client définie par l'entreprise. Cela signifie notamment de savoir les coordonner étroitement avec les autres canaux disponibles* », insiste Olivier Njamfa, CEO fondateur d'Eptica et keynote speaker lors de l'APCSC Expo.

Le projet développé autour de la technologie Eptica par la compagnie aérienne Air Asia répond directement à ces nouveaux usages des consommateurs asiatiques : Air Asia garantit en effet à ses clients un accès 24/24 et 7/7 à son service client, à la fois via son site Internet, son site Internet mobile, sa page Facebook et son application iPhone. Le contenu et la qualité des réponses sont les mêmes quel que soit le canal utilisé.

Pour ce projet, Air Asia a déployé début 2011 *Eptica Self Service*. Cette solution logicielle multilingue reposant sur une base de connaissance centralisée est utilisée comme socle technologique à la fois de son portail [www.airasia.com/ask](http://www.airasia.com/ask) et de son application iPhone®. Le module *Eptica Facebook*

---

<sup>1</sup> Les Customer Relation Excellence Awards remis lors de l'APCSC Expo sont l'une des activités de l'APCSC. Ils récompensent des acteurs majeurs et des professionnels pour leurs innovations en matière de service client.

<sup>2</sup> Depuis 14 ans, l'APCSC (Asia Pacific Customer Service Consortium) promeut la qualité du service client et l'excellence de la relation client en Asie-Pacifique ; elle valorise les entreprises, divisions, équipes et individus qui contribuent à la fois à la satisfaction client et à la réussite de leurs organisations. APCSC remet également depuis peu des certifications reconnues aux CRM, Services client, Centres de contacts et centres de support, avec le concours de partenaires mondiaux de l'Education et d'organisations internationales afin de faire émerger des standards pour le secteur.

Response de sa suite *Eptica Social Media Interaction Management* a par ailleurs permis d'ouvrir sur la page Facebook <http://www.facebook.com/AirAsia> un espace de questions-réponses.

Chaque mois, plusieurs milliers de questions sont posées et gérées par le nouveau système CRM d'Air Asia. Les réponses sont apportées à des consommateurs originaires de plus de 20 pays qui bénéficient ainsi d'une expérience client optimale. L'application iPhone® est rapidement devenue très populaire : elle a été téléchargée plus de 2 millions de fois, se plaçant en tête de l'AppStore® en Malaisie, en Thaïlande et en Indonésie. Déjà, alors que le nombre d'utilisateurs continue d'augmenter, les coûts du centre de contacts ont été réduits de façon significative.

En remettant le premier prix "Social Media Customer Service" à Eptica pour l'application *AskAirAsia*, l'APCSC reconnaît à la fois le succès du projet mené chez Air Asia et la forte capacité d'innovation de l'éditeur français, notamment sa suite *Social Media Interaction Management* qui optimise les interactions clients et prospects sur les médias sociaux. Le suivi de bout en bout des conversations et la gestion fine des interactions permet aux entreprises et marques d'identifier proactivement des opportunités de business, de répondre très vite et de façon pertinente aux réclamations avant qu'elles ne prennent de l'ampleur, et de valoriser ainsi leur engagement sur les médias sociaux.

« Cette récompense prestigieuse est une nouvelle reconnaissance de la réussite obtenue par Air Asia avec son nouveau service client – la centralisation des éléments de réponse et la capacité à apporter rapidement des solutions à ses clients distinguant l'excellence et l'efficacité du service client déployé par la compagnie aérienne sur les nouveaux canaux aujourd'hui privilégiés par les consommateurs. Ceci est de bon augure pour notre stratégie de développement en Asie », conclut Olivier Njamfa.

---

#### **A propos d'Eptica**

Eptica est le leader Européen de solution multicanal et multilingue de Gestion des Interactions Clients : Web, Email, Médias Sociaux, Fax, Courrier, SMS, Chat et Gestion de la base de connaissance pour le Service Clients. Ses solutions sont disponibles en mode licence ou en mode SaaS et permettent de créer des synergies entre le web et le Service Client d'une entreprise, afin d'améliorer son engagement vis-à-vis de ses clients, leur fournir des informations pertinentes, répondre rapidement à leurs questions et par conséquent, favoriser chaque opportunité de vente.

Aujourd'hui, plus de 350 entreprises dans 15 pays utilisent quotidiennement les solutions Eptica pour délivrer un service client d'excellente qualité tout en maîtrisant les coûts.

Parmi les clients : Fnac, La Redoute, 3 Suisses, Carrefour, Nespresso, Direct Energie, voyageprive.com, Nouvelles Frontières, Société Générale, Crédit Agricole, Mistergooddeal, MMA, Axa, CPAM (Caisse Primaire d'Assurance Maladie), Groupe La Poste mais aussi ING Direct et la FNAC en Italie, Skynet en Belgique, Virgin Holiday, Panasonic, Dixon au Royaume-Uni, le système de santé de Hong Kong, Air Asia en Malaisie, Ortega en Australie...

Eptica est basée en France, au Royaume-Uni, en Espagne, au Canada et à Singapour et intervient dans le monde entier à travers son réseau de partenaires. Eptica est positionnée dans le Gartner 2011 «Web Customer Service Magic Quadrant».

<b>Contacts presse Eptica :</b>
<b>H&amp;B COMMUNICATION</b> Claire Flin : 01 58 18 32 53 - <a href="mailto:c.flin@hbcommunication.fr">c.flin@hbcommunication.fr</a> Muriel Martin : 01 58 18 32 46 - <a href="mailto:m.martin@hbcommunication.fr">m.martin@hbcommunication.fr</a> Emily Bass : 01 58 18 32 59 - <a href="mailto:e.bass@hbcommunication.fr">e.bass@hbcommunication.fr</a> <a href="http://www.hbcommunication.fr">www.hbcommunication.fr</a>