

# Decathlon : à fond la forme sur l'Expérience Client pour maintenir la satisfaction



**DECATHLON**

Collaborateurs

92000

Pays

47

Agents

70

Client depuis

2013

Produits Utilisés



explore



guide



support



talk

**Decathlon continue de se réinventer avec toujours une même constante : placer l'Expérience Client au cœur de sa politique de développement. L'enseigne mise aujourd'hui sur de nouveaux canaux pour répondre aux besoins des consommateurs.**

Enseigne sportive numéro 1 en France et souvent citée comme la marque préférée des français, Decathlon propose depuis plus de 40 ans des articles de sport accessibles au plus grand nombre. Parmi les marques qu'elle commercialise, Domyos est spécialisée dans les équipements de fitness, de yoga, de musculation et de gymnastique.

Benoît Lacayrouze, Responsable du SAV de Domyos chez Decathlon, travaille avec son équipe à rendre le SAV plus facilement accessible aux clients, mais aussi aux vendeurs et aux techniciens en interne. Objectif : optimiser l'entretien, la réparation et la qualité générale des produits. C'est dans ce but que l'équipe SAV Domyos recueille en parallèle des données qui sont ensuite transmises aux équipes de conception.

## **Gérer le pic d'activité et adapter le service client à l'heure du confinement**

Alors que la crise sanitaire a mis sur pause une grande partie de l'Hexagone, Decathlon a connu un pic d'activité. Si les boutiques ont fermé à l'annonce du confinement, les équipes Internet et logistique ont pu continuer leurs activités. Domyos a connu des performances exceptionnelles et ce, uniquement via le site web.



La résolution des requêtes à distance s'est elle aussi adaptée à ces circonstances exceptionnelles. Hors période de confinement, les demandes de réparation de matériel de fitness sont gérées par un technicien qui se déplace à domicile dans un cas sur trois. Dans les autres, une assistance téléphonique permet au client de réparer lui-même son équipement. Durant le confinement, l'assistance téléphonique a connu une accélération telle qu'à la fin du confinement, le nombre de déplacements de techniciens à domicile avait été divisé par six.

### **Centraliser les données pour une vision complète des demandes**

Lorsqu'ils rencontrent un problème, les clients se rendent aujourd'hui sur Decathlon.fr et déposent une demande auprès de l'assistance. Ce service composé de techniciens formés prend connaissance du dossier client répertorié dans l'outil de ticketing Zendesk Support. C'est ensuite grâce à la base de connaissance Zendesk Guide que l'équipe cherche une réponse au problème du client. Enfin Decathlon utilise la solution de téléphonie Zendesk Talk lorsque le technicien appelle directement le client, et parfois la solution de vidéo-assistance ViiBE si le technicien souhaite approfondir le diagnostic.

Une fois la demande résolue, le ticket est clôturé et les datas sont remontées via la solution de reporting et d'analyses Zendesk Explore. Cette fonctionnalité permet de déterminer les produits qui sont les plus souvent impactés par des problèmes pour, in fine, les challenger en améliorant la conception. La plateforme Zendesk permet également d'obtenir une vision d'ensemble du nombre de dossiers résolus et du temps nécessaire à la résolution. Ces données sont ensuite utilisées pour challenger les équipes et les faire monter en compétences.

### **Innover dans la résolution à distance**

Récemment, une nouvelle solution de résolution à distance a été mise en place par les équipes de Decathlon, poussée par Domyos pour compléter l'expérience client : ViiBE, une solution partenaire de Zendesk, disponible dans la Marketplace Zendesk.

La solution ViiBe associe vidéo-assistance et suivi de tickets. Elle est destinée au SAV, au service d'assistance et au support technique industriel. Elle présente le triple avantage d'établir de meilleurs diagnostics à distance, d'optimiser les résolutions au premier contact et d'apporter une plus grande proximité entre les collaborateurs et entre les agents et les clients. À la clé : des gains économiques grâce à la réduction des déplacements ainsi qu'une amélioration des indicateurs de satisfaction.



À l'issue d'un appel sur la solution ViiBE, le client peut évaluer les explications de l'assistant et la qualité de cette technologie, ce qui permet alors de mesurer le NPS. Et les retours sont encourageants, tant côté équipes qu'utilisateurs. La réduction des déplacements permet non seulement d'économiser des coûts mais aussi de réduire les émissions de carbone, ce qui améliore les stratégies de RSE des clients.

**Partager les bonnes pratiques internationales tout en préservant les spécificités locales**

Decathlon a bien compris que pour vendre du matériel, une enseigne doit toujours accorder une importance toute particulière à la construction et à

la mise en place de son SAV. C'est pourquoi, bien que les équipes collaborent pour échanger de bonnes pratiques, chaque service doit être adapté à la population locale. En Russie par exemple, les clients vont souvent préférer effectuer eux-mêmes les réparations, alors que dans d'autres pays, ils vont plus instinctivement rechercher l'aide d'un SAV.

Pour Decathlon, la prochaine priorité est de mettre en place des formations sur les produits et l'outil Zendesk, pour la France et à l'étranger. Sur le long terme, le but est d'aider d'autres divisions sports que le fitness à améliorer leur expérience client grâce au processus mis en place par Domyos via l'outil Zendesk.

« La plateforme Zendesk est à la fois simple et intuitive. »

– Benoît Lacayrouze  
Responsable du SAV de Domyos - Decathlon