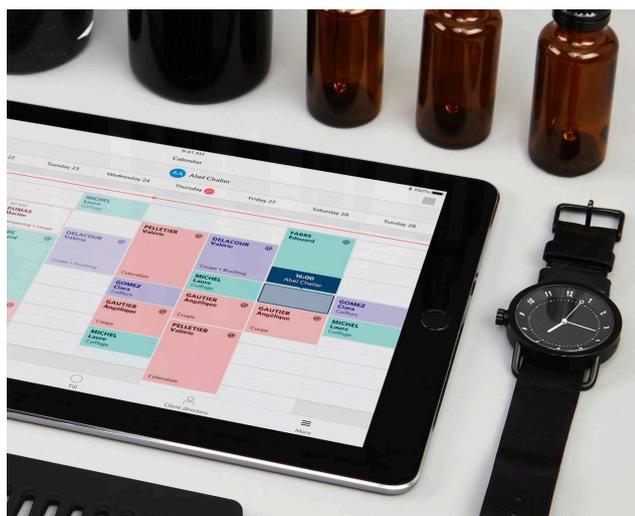


Surmonter les pics de charge grâce à l'expérience client omnicanale



Par téléphone, via un Chat, sur le web ou en utilisant une application mobile: les clients veulent désormais pouvoir contacter leur assistance sur n'importe quel canal, au moment qui leur convient le mieux. L'omnicanal, c'est l'assurance pour eux comme pour l'entreprise de ne jamais perdre le fil de la conversation!

Une tendance confirmée dans le récent rapport Zendesk sur les tendances de l'Expérience Client en 2020. Sur ces cinq dernières années, le nombre d'entreprise optant pour une approche omnicanale a été multiplié par six. Une stratégie payante puisque les entreprises proposant une assistance omnicanale résolvent les tickets trois fois plus vite et sont en mesure de répondre en moyenne à 5,7 fois plus de tickets.

Nous avons donc demandé à deux de nos clients, **Romain Rodriguez, Head of Customer Support chez Wavy**, et **Olivier Pascal, Head of Customer Support & Customer Relations chez Netatmo**, de partager leurs propres expériences sur l'amélioration de l'expérience client omnicanale.

Confinement: quelles mesures mettre en place pour continuer d'accompagner les clients?

Dans le contexte de la crise sanitaire, nombreuses sont les entreprises à avoir pris le pari de repenser de mettre en place de nouveaux usages. Mais dans tous les cas, la tendance est la (ré)orientation vers une approche omnicanale, conversationnelle et de self-service pour absorber les pics de demandes.





< Page d'accueil

Tout

Configuration - Installation

Connexion - Réseau

Application et notifications

Stockage (carte SD -
Dropbox - FTP)

Profil - Status

Vidéo - Évènements

Interactions avec le produit

Apple HomeKit

Assistants vocaux

Ressources utiles

Tous les articles (affichés du plus vu au moins vu)

Comment modifier la configuration Wi-Fi de ma Caméra ? J'ai changé de routeur. Comment configurer ma Caméra pour la connecter à nouveau à Internet ?	▼
Comment trouver le numéro de série de mon produit (ou son adresse MAC) ?	▼
Comment installer la Caméra Intérieure Intelligente ?	▼
Je ne parviens pas à installer la Caméra Intérieure Intelligente, que faire ?	▼
Comment fonctionne le stockage vidéo et qu'est-ce qui est stocké sur les serveurs Netatmo ?	▼
L'application Netatmo Security affiche « Carte SD défectueuse » ou « Carte SD absente ». Qu'est-ce que cela signifie ?	▼
Où trouver le code d'association HomeKit ?	▼
Où se trouve la carte SD sur ma Caméra Intérieure Intelligente ?	▼
L'application Netatmo Security affiche le message suivant : « Vidéo indisponible. La Caméra est déconnectée. ».	▼
Qu'indique la LED de couleur de ma Caméra Intérieure Intelligente ?	▼

La preuve par deux.

Née en 2016, Wavy est une application destinée aux professionnels du monde de la beauté et de la coiffure. Pendant la crise du Covid-19, Wavy a connu un pic d'activité inattendu, réalisant ainsi son meilleur mois de l'année durant le confinement. Face à ces flux imprévisibles, le choix a été fait de réduire les horaires d'appel du service client pour rediriger davantage les utilisateurs vers le chat. Ce canal a noté une augmentation des demandes de 21 % en mai.

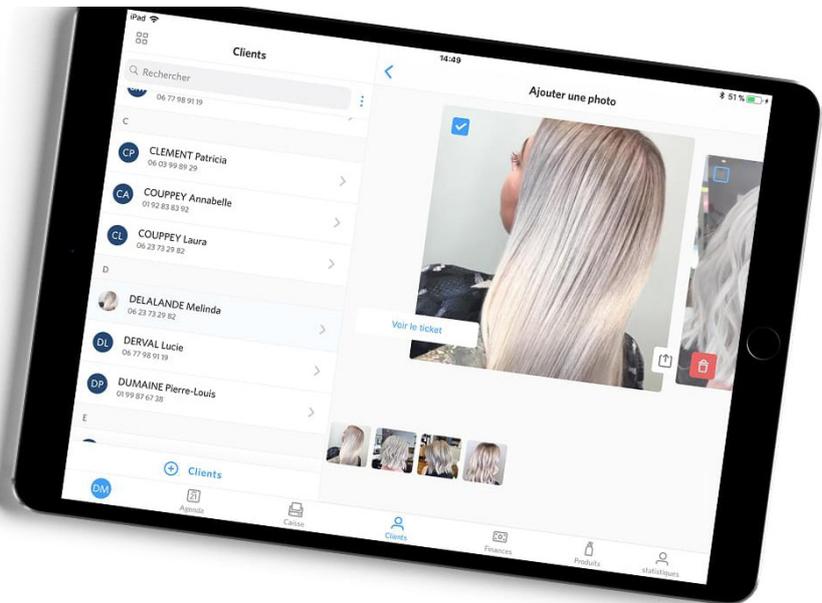
De son côté, Netatmo, entreprise française spécialisée dans les objets connectés pour la maison, a fait face à une augmentation significative des demandes SAV. La raison principale? Les utilisateurs finaux disposaient de plus de temps pour se renseigner. Pour mieux accompagner ses clients, Netatmo s'est fixée comme objectif de rendre son service client Customer Centric. Un des axes d'améliorations a été de faire évoluer son centre d'aide, notamment en testant l'intelligence artificielle avec Answer Bot, pour répondre automatiquement aux e-mails en s'appuyant sur les articles pertinents du centre d'aide et résoudre ainsi les demandes des clients.

La diminution du temps de réponse est un véritable enjeu chez Netatmo et Wavy. L'utilisation du chat permet de répondre très rapidement. Il est bien perçu par les clients, qui apprécient le contact humain et son côté rassurant.

Automatisation et personnalisation au centre différentes stratégies omnicanales

Wavy a fait le choix d'utiliser la plateforme CRM de Zendesk qui regroupe tous les canaux jusqu'aux utilisés individuellement par son service client. Grâce aux différentes intégrations, à un accès à l'historique du client et à une plus grande personnalisation de la solution, l'entreprise a pu améliorer son accompagnement client... Et gagner du temps!

La stratégie de Netatmo repose, quant à elle, sur l'utilisation d'un centre d'aide (base de connaissance). Netatmo oriente ses utilisateurs vers l'assistance en ligne pour absorber les volumes de demandes entrantes et permettre à l'utilisateur de trouver lui-même sa réponse. Ce centre d'aide permet également d'envoyer des e-mails et de créer des tickets. C'est là que l'automatisation prend toute son importance, en compilant l'intégralité des informations transmises par le client.



Le rôle des réseaux sociaux dans l'amélioration des conversations

Pour être au plus proche de ses clients, Wavy a également intégré les réseaux sociaux dans sa stratégie pour interagir et assister ses clients. Par exemple, Messenger est directement accessible depuis la page Facebook de l'entreprise. Une intégration qui a facilité le travail des équipes et qui a été plébiscitée par les clients qui ont pu témoigner de leur soutien et échanger plus directement avec les agents.

Depuis trois ans, Netatmo a fondé une équipe spécialisée dont le rôle est de gérer les demandes provenant des réseaux sociaux dans Zendesk.

Le Self-Service: vecteur d'amélioration de la productivité et de la qualité des réponses

Chez Netatmo, le centre d'aide est au cœur de la

stratégie client. Objectif: Réduire la pression sur le service client en permettant aux utilisateurs de trouver par eux-mêmes la solution à leurs questions sur un espace self-service. C'est le principe du «best support is no support».

En concentrant les efforts des équipes Support et Produit, l'entreprise a donc refondu l'intégralité de son centre d'aide pour atteindre cet objectif. Au programme: ajout d'un top 10 des questions les plus fréquentes, organisation du centre d'aide par produit, analyse des questions reçues pour les transformer en articles... Le centre d'aide est mis à jour régulièrement, dans six langues et compte aujourd'hui plus de 1 900 articles.

Centraliser la data et les KPIs pour mesurer l'efficacité de sa stratégie omnicanale

Pour Wavy, cette stratégie omnicanale a permis

« Fournir une relation ou une assistance via les réseaux sociaux nous paraissait essentiel. Aujourd'hui, c'est un canal de communication à part entière. [...] Il faut pouvoir réagir vite et traiter les demandes dans différentes langues. »

– Olivier Pascal

Head of Customer Support & Customer Relations – Netatmo

de pouvoir enfin mesurer la satisfaction client et l'efficacité de l'équipe, ce qui était auparavant très difficile à faire sur 3 outils différents. Wavy s'appuie désormais sur Zendesk Explore pour mesurer et suivre les métriques clés et affiche aujourd'hui des résultats impressionnants : une satisfaction client (CSAT) de 92%, un taux de décroché et le One touch ticket à 90%, et enfin un Wait time chat de 9mn.

De son côté, Netatmo suit également ces métriques clés mais également le NPS (Net Promoter Score) qui est à 60 aujourd'hui, et le FRT (First Reply Time) qui est à 24h en moyenne. Un chiffre qui tombe à quelques heures seulement sur les réseaux sociaux. L'entreprise utilise elle aussi Explore pour croiser les informations recueillies et définir une stratégie d'amélioration produit ou un changement d'organisation.

Enrichir sa plateforme pour une meilleure collaboration interne et personnalisation de l'expérience client

Pour améliorer son expérience de livraison, Netatmo utilise la solution Shipup qui permet au support de suivre un colis avec exactitude, sans avoir besoin de rechercher les informations nécessaires à la livraison sur les différents sites des transporteurs. Cela améliore l'approche client en déclenchant des notifications personnalisées à chaque changement de statut du colis. Le support client peut aussi recevoir une enquête post livraison pour évaluer la satisfaction client. Il bénéficie également de

dashboards de suivi des produits expédiés. De quoi offrir un service à valeur ajoutée après achat et d'éviter des demandes de contact inutiles.

Wavy a poussé encore plus la réflexion pour élargir l'utilisation de la plateforme CRM Zendesk à un autre département de l'entreprise : l'équipe commerciale. Grâce à l'utilisation de Zendesk Sell, plusieurs départements peuvent maintenant échanger en interne pour mieux répondre aux interactions avec les prospects et les clients. L'automatisation à partir du back office et la possibilité d'intégrer des formulaires pour l'onboarding client permettent de gagner du temps et de centraliser la connaissance client. L'équipe commerciale utilise aussi Sell pour avoir un meilleur suivi des opportunités commerciales pour améliorer le taux de conversion.

Ces deux exemples montrent que l'implémentation d'une stratégie omnicanale ne s'improvise pas : elle se pense en amont. Un état des lieux détaillé et, une bonne analyse des besoins et des priorités de l'entreprise permet de trouver la solution la mieux adaptée à ses objectifs. Cela permet de maintenir l'excellence de l'expérience client sur le long terme.

« Avant on avait une difficulté à mesurer notre CSAT (...) mais maintenant tout est regroupé en un seul et même outil de Business Intelligence (Explore). On a vu une augmentation de notre taux de participation et de notre CSAT qui est passée de 86,5% en janvier à 92% aujourd'hui. »

– Romain Rodriguez
Head of Customer Support – Wavy