

LE TOURNANT DIGITAL

Comment moyennes et grandes entreprises peuvent renforcer leur expérience client en 2021



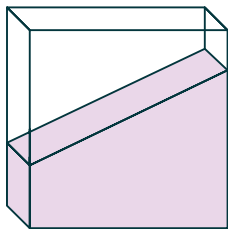
LE TOURNANT DIGITAL

Le contexte ne permet plus d'opérer une transition digitale sur plusieurs années : vous devez agir sans attendre.

En 2020, la pandémie a chamboulé le monde. Du jour au lendemain, les entreprises ont dû repenser l'organisation du travail, mais aussi gérer de nouvelles attentes parmi les consommateurs. Face à la digitalisation forcée des interactions, l'adoption rapide de nouvelles technologies pour échanger avec les clients et fédérer les équipes en télétravail est devenue une question de survie pour de nombreuses sociétés.

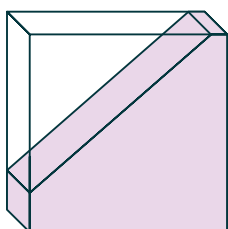
57 %

des moyennes entreprises prévoient un plus grand budget pour la technologie d'expérience client en 2021



65 %

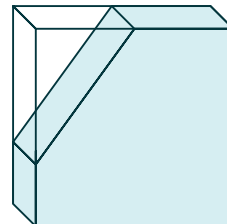
des grandes entreprises prévoient un plus grand budget pour la technologie d'expérience client en 2021



Selon le rapport Zendesk sur
les tendances de l'expérience client 2021

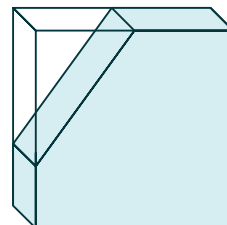
89 %

des chefs de moyenne entreprise (entre 100 et 999 employés) affirment que la pandémie a accéléré leur transformation technologique



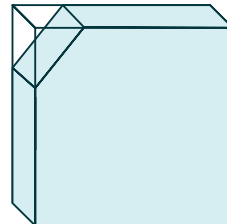
91 %

des chefs de grande entreprise (plus de 1 000 employés) affirment que la pandémie a accéléré leur transformation technologique



98 %

des moyennes et grandes entreprises ont adopté de nouveaux outils ou processus



Celles qui ont misé sur l'expérience client avant la pandémie ont déjà une longueur d'avance. Les champions de l'expérience client ont six fois plus de chances de dépasser leurs objectifs de rétention de la clientèle. Les clients sont toujours plus exigeants et les entreprises doivent investir dans de nouveaux processus et technologies pour ne pas se laisser dépasser par des concurrents proposant une meilleure expérience.

Les budgets alloués sont souvent serrés, mais beaucoup de sociétés comptent le revoir à la hausse en 2021.

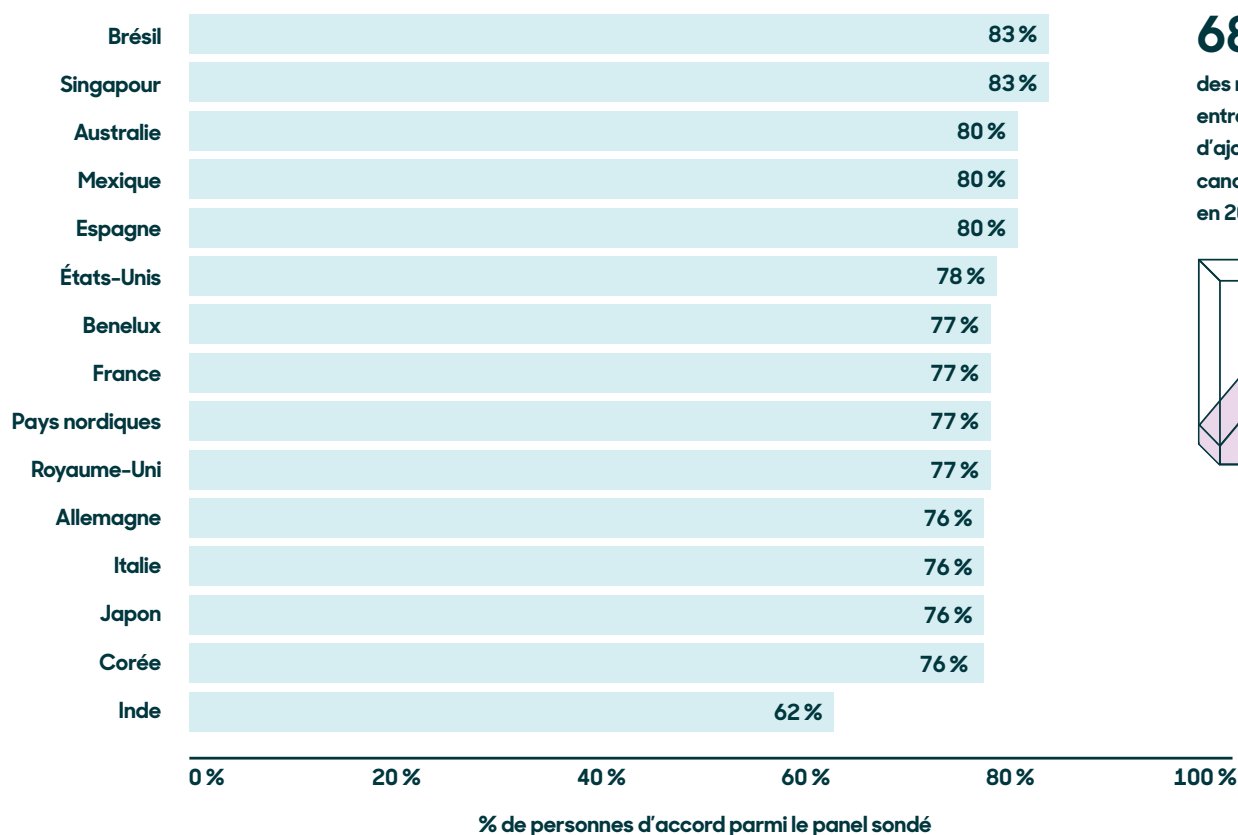
Investir dans votre expérience client est toujours payant, mais difficile de savoir par où commencer. C'est pourquoi nos experts ont analysé les données de clients Zendesk à travers le monde afin de vous proposer 8 bonnes pratiques à mettre en œuvre sans plus attendre pour proposer une expérience client d'exception.

01

Faciliter la vie de vos clients

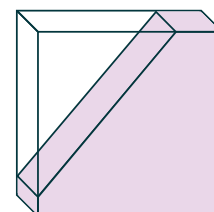
PRIORITÉ N°

Les consommateurs restent intransigeants malgré le contexte sanitaire. Comme nous le voyons ci-dessous, 80 % d'entre eux n'hésiteront pas à aller voir ailleurs en cas de service client décevant.



68 %

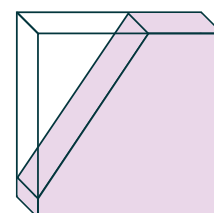
des moyennes entreprises envisagent d'ajouter un nouveau canal d'assistance en 2021



En 2021, les clients s'attendent à des expériences en ligne d'une simplicité absolue, comparables ou supérieures à celles qu'ils ont en personne. Cela n'a pas échappé aux entreprises, qui pour la plupart envisagent en 2021 d'adopter de nouveaux canaux et de développer leur self-service pour que les clients puissent trouver rapidement réponse à leurs questions sans avoir à contacter un agent.

76 %

des grandes entreprises envisagent d'ajouter un nouveau canal d'assistance en 2021



BONNE PRATIQUE N° 1 :

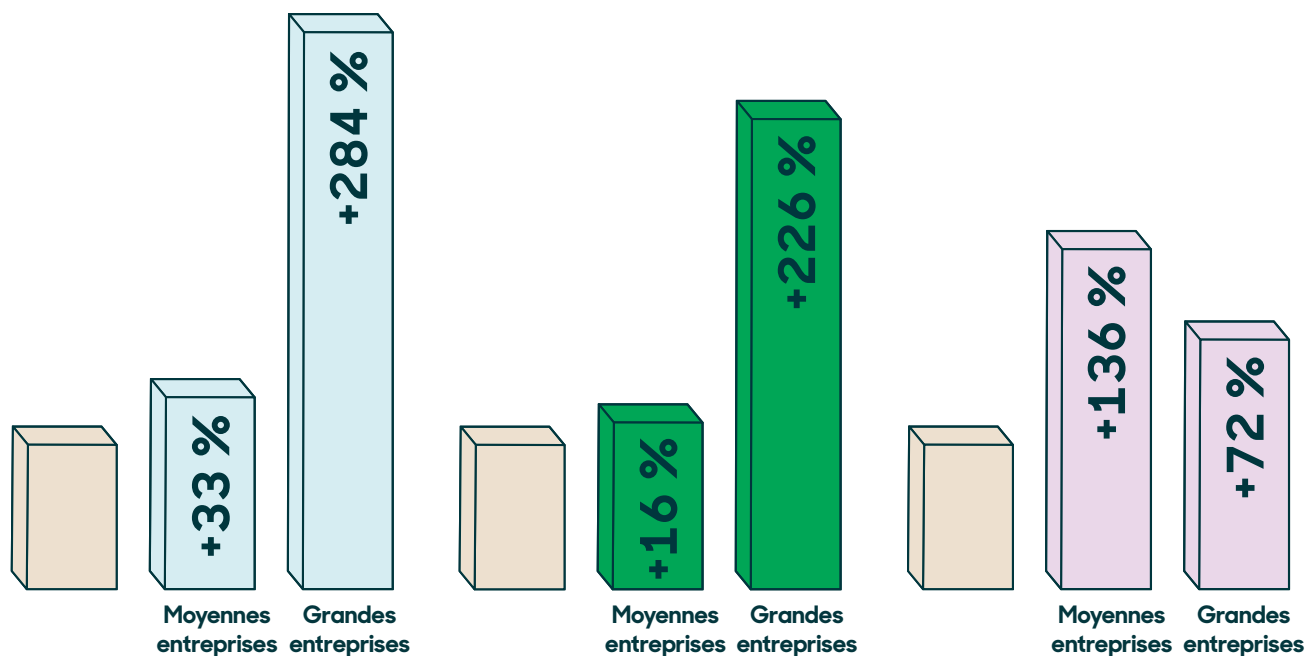
Venir à la rencontre de vos clients

Les clients souhaitent pouvoir contacter facilement votre assistance sur les canaux de messagerie qu'ils utilisent au quotidien, comme Facebook Messenger et WhatsApp.

- WhatsApp
- SMS/Messages texte
- Facebook Messenger/MD sur Twitter

Les champions de l'expérience client sont au moins 1,5 fois plus susceptibles d'utiliser la messagerie

Les requêtes envoyées par messagerie ont doublé en 2020



La messagerie permet aux clients d'obtenir de l'aide sur les applications qu'ils utilisent pour échanger avec leurs proches de façon rapide, pratique, personnelle et sûre. De plus, les conversations n'ont pas besoin de se dérouler en direct, ce qui offre une flexibilité pour les clients — qui peuvent entamer, interrompre et reprendre une conversation à tout moment, lorsqu'ils le décident, sans perdre l'historique de leurs échanges — mais aussi pour les agents, qui peuvent aider davantage de clients à la fois.

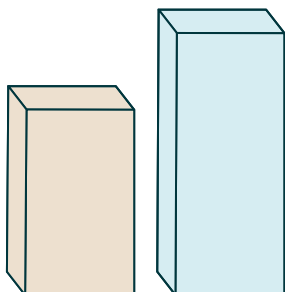
BONNE PRATIQUE N° 2 :

Proposer un self-service pour des réponses plus rapides

Les clients souhaitent pouvoir vous contacter facilement. Mais pour des questions simples, ils s'attendent à des réponses rapides. À l'ère du digital, ils préfèrent s'aider par eux-mêmes et tirer parti des ressources que vous proposez en ligne.

37 %

de visites en plus sur les bases de connaissances depuis la pandémie



Les moyennes entreprises les plus performantes étaient 34 % plus susceptibles d'étoffer leur self-service en 2020 et 4 fois plus susceptibles d'utiliser AnswerBot

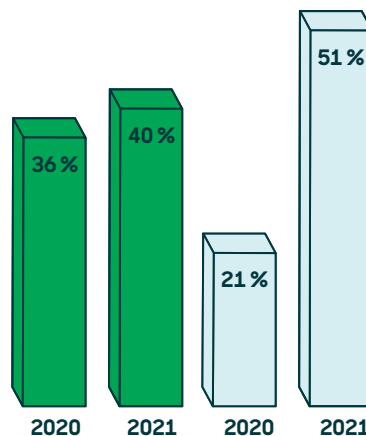
Le self-service fait aussi gagner un temps précieux aux agents en leur évitant de devoir répondre sans cesse aux mêmes questions. Associé à l'IA, le self-service offre encore plus d'avantages : un assistant virtuel basé sur l'IA comme celui de [Zendesk](#) peut diriger les clients vers des articles pertinents et leur permettre de trouver réponse à leurs questions à tout moment de leur parcours, même sur votre page de paiement. Les bots ne dorment jamais et les consommateurs y ont accès 24 h/24.

Malgré un bond de 50 % du taux d'adoption en 2020, l'IA reste sous-utilisée. C'est pourtant un outil très utile pour faciliter la tâche de vos agents. De plus, les API d'assistance virtuelle de Zendesk permettent aux équipes d'assistance d'intégrer leur logiciel d'expérience client à différentes solutions de chatbots, comme [Ada](#), pour que bot et agents puissent travailler efficacement ensemble.

Les grandes entreprises les plus performantes étaient 35 % plus susceptibles d'étoffer leur self-service en 2020 et 3 fois plus susceptibles d'utiliser AnswerBot

● Moyennes entreprises ○ Grandes entreprises

Malgré un gain de popularité auprès des grandes entreprises, l'IA reste sous-utilisée



02

PRIORITÉ N°

Porter assistance à vos agents

Parallèlement à l'ajout de nouveaux canaux en ligne pour contacter leurs clients, les entreprises ont aussi dû revoir leur mode de fonctionnement pour s'adapter au télétravail.

Pour faciliter ce changement, elles doivent tout mettre en œuvre pour proposer une bonne expérience collaborateur : une condition sine qua non pour une expérience client de qualité. Pourtant, les agents se sentent souvent dépassés.

Pour offrir une assistance efficace et un service client d'exception, aller à la rencontre des clients sur leurs canaux préférés ne suffit pas. Vous devez également doter vos équipes des outils nécessaires pour mener à bien leur tâche, quel que soit le mode de contact utilisé par le client.



Seuls 59 % (moyennes entreprises) et 56 % (grandes entreprises) des agents pensent avoir les bons outils pour réussir dans ce nouveau monde



71 % (moyennes entreprises) et 69 % (grandes entreprises) des agents se sentent dépassés

BONNE PRATIQUE N° 3 :

Tout rassembler au même endroit pour offrir une vue unique aux agents

En 2020, ce sont les grandes entreprises qui ont fait face à la plus grande fluctuation des tickets d'assistance. Leurs agents ont besoin d'un espace de travail unique qui rassemble tous leurs canaux, leurs outils et les informations contextuelles sur les clients pour leur permettre d'assurer une assistance rapide et personnalisée à grande échelle.

Aujourd'hui, 40 % des clients utilisent différents canaux pour résoudre un seul et même problème. Les agents doivent donc pouvoir passer facilement d'un canal à l'autre, sans jamais perdre le fil des interactions précédentes, pour éviter aux clients de devoir répéter des informations déjà fournies ou patienter pendant qu'un agent recherche le contexte requis à chaque changement de canal.



Les moyennes entreprises les plus performantes sont 93 % plus susceptibles d'avoir des agents qui travaillent sur tous les canaux

Par exemple, si Marie envoie un SMS à Cool Kitchen pour rendre un mixeur, les agents doivent avoir accès aux informations suivantes :

-  Si elle les a contactés pour signaler un problème avec le mixeur auparavant, même depuis un autre canal
-  Ses coordonnées, comme son adresse e-mail, pour lui envoyer un reçu
-  Son ancienneté client (les clients fidèles bénéficient peut-être de retours gratuits)
-  Les détails de facturation, d'expédition et de commande – Cool Kitchen peut même intégrer sa solution d'expérience client à Shopify pour que ses agents disposent de ces informations et puissent aider Marie à retourner son mixeur sans avoir à quitter leur espace de travail



Les entreprises les plus performantes ont 3 fois plus d'agents qui travaillent sur plusieurs canaux

BONNE PRATIQUE N° 4 :

Utiliser des workflows qui renforcent l'efficacité et la collaboration de vos agents

Les entreprises, particulièrement les plus modestes, investissent dans des outils qui encouragent l'efficacité et la collaboration entre équipes et services.

Les agents doivent s'adapter aux changements perpétuels pour être efficaces. Il incombe aux entreprises de leur fournir les outils pour travailler plus intelligemment. Afin d'améliorer les workflows des agents, les organisations peuvent :

- Proposer aux agents des réponses prédéfinies pour leur faire gagner du temps
- Router automatiquement les problèmes aux agents compétents
- Capturer les coordonnées des clients avec un bot

À l'ère du digital, les outils de collaboration se sont multipliés. Les entreprises les plus performantes optimisent leurs workflows pour offrir à leurs agents les outils et les données nécessaires pour collaborer efficacement. Avec Zendesk, vous pouvez encourager vos agents à échanger entre eux au sein des tickets, ou bien encore intégrer des outils tels que Slack et Zoom et mettre en place des permissions rigoureusement définies pour permettre aux agents de collaborer entre eux, avec d'autres services et même avec des partenaires externes.



Les moyennes entreprises les plus performantes sont 35 % plus susceptibles d'avoir élargi ou adapté leurs workflows en 2020 ; ce chiffre est de 33 % parmi les grandes entreprises

BONNE PRATIQUE N° 5 :

Étoffer votre self-service grâce aux agents

Une bonne gestion des connaissances permet aux clients de trouver leur réponse plus rapidement et aide les agents à trouver les informations pertinentes en un temps record. Vos agents sont votre meilleure ressource pour étoffer votre base de connaissances et s'assurer qu'elle est à jour pour une efficacité optimale. Pourtant, de nombreux agents ne sont pas habilités à y contribuer.

Les entreprises peuvent intégrer la gestion des connaissances dans les workflows des agents. Les outils de gestion des connaissances permettent aux agents de créer de nouveaux articles lorsqu'ils traitent un ticket et les suggestions basées sur l'IA automatisent la mise à jour.



Les meilleures organisations sont 37 % plus susceptibles d'avoir adopté des fonctionnalités qui permettent aux agents de contribuer à la connaissance

03

PRIORITÉ N°

Synchroniser votre entreprise

Pour les entreprises, la transition digitale est un impératif toujours plus pressant. Mais dans cette ruée vers le numérique, il est parfois difficile de maintenir une bonne cohésion à tous les échelons.

Pour y parvenir, l'accès aux données doit être facilité. Les solutions CRM qui cloisonnent les données entre outils et logiciels sont obsolètes. Aujourd'hui, les entreprises ont besoin d'une plateforme CRM ouverte et flexible, capable de connecter les points de données de chaque canal. Les organisations gagnent ainsi en agilité et peuvent se concentrer sur l'essentiel : l'analyse et l'exploitation des informations utiles, car la réactivité est une priorité absolue cette année.



**Gagner en agilité
est une priorité
absolue pour plus
de la moitié des
entreprises**



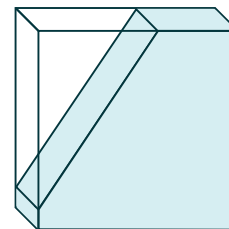
BONNE PRATIQUE N° 6 :

Personnaliser l'expérience client grâce à une vue unifiée du client

Les relations clients sont essentielles dans le contexte actuel. Pourtant, en raison de leur clientèle nombreuse, les grandes organisations peinent souvent à offrir une assistance adaptée à chaque interlocuteur. La raison ? Peu d'agents ont accès aux bonnes données pour personnaliser les interactions.

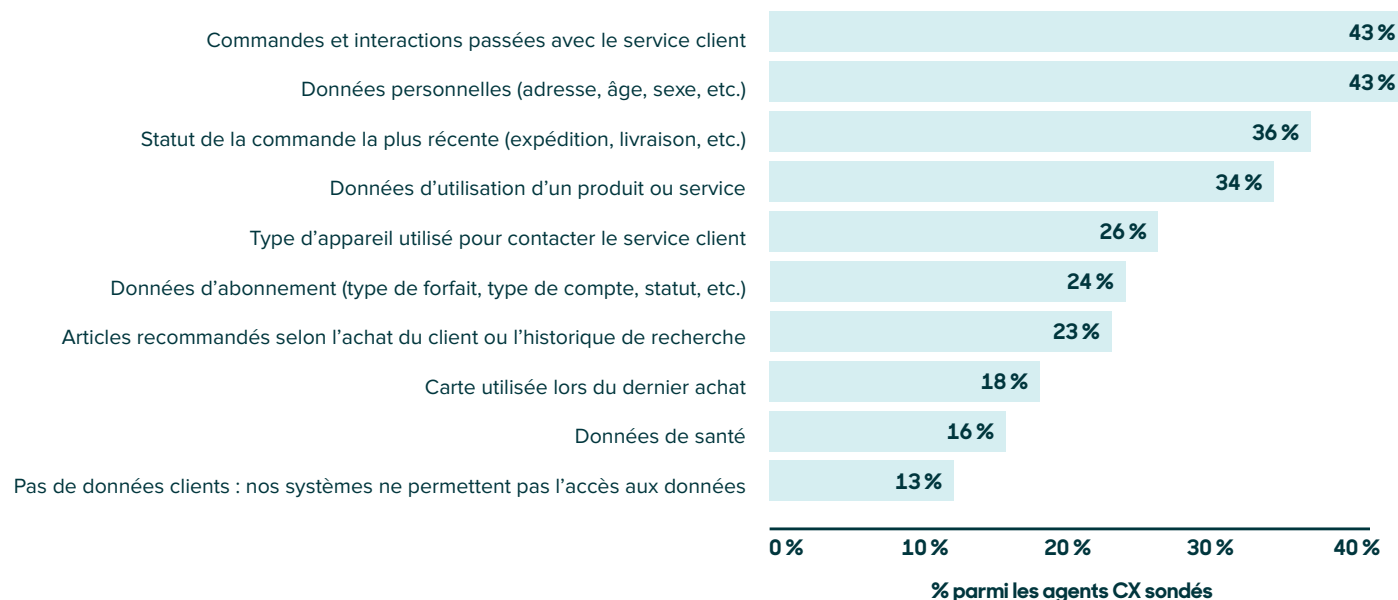
75 %

des clients attendent des expériences personnalisées



La plupart des agents manquent d'informations utiles sur leurs interlocuteurs

Quels types de données clients pouvez-vous consulter dans vos systèmes lors du traitement d'un ticket ?



Pour offrir des expériences personnalisées et tisser une relation de confiance, les entreprises doivent gérer et interpréter les données clients en coulisses. Cela implique de créer une vue unifiée du client qui rassemble toutes les sources données internes et externes.

Face à la digitalisation croissante des échanges et à l'essor du télétravail, la sécurité des informations est un enjeu de premier plan pour 80 % des décideurs technologiques en 2021. Les entreprises ont besoin d'une plateforme d'expérience client dotée de fonctionnalités de sécurité de niveau professionnel et d'audits complets qui soit conforme aux normes de sécurité et de respect de la vie privée.

BONNE PRATIQUE N° 7 :

Optimiser votre solution d'expérience client avec des applications, des intégrations et des automatismes

Une solution d'expérience client qui fonctionne harmonieusement avec tous vos outils et applications est nécessaire pour que vos agents aient toujours à leur disposition les dernières informations. Aujourd'hui, les entreprises n'ont plus besoin de se limiter à une seule plateforme pour obtenir une vue unifiée du parcours client et de ses données. Des outils tels que [Workato](#) permettent aux organisations de faire tomber les silos en synchronisant l'ensemble des données de leurs applications cloud.

[Zendesk Marketplace](#) rassemble plus d'un millier d'applications prêtes à l'emploi et d'intégrations prédéfinies. Vous y trouverez des outils de gestion des workflows comme [Playvox WFM](#), des applications de gestion de projet comme [Atlassian](#), des logiciels de traduction comme [Unbabel](#) ou encore des outils d'enquête personnalisables comme [SurveyMonkey](#). Une technologie ouverte et flexible permet aussi aux organisations d'optimiser l'espace de travail de leurs agents grâce à des applications personnalisées. C'est pourquoi 68 % des moyennes entreprises et 73 % des grandes entreprises ont recours à des développeurs pour personnaliser leur solution d'expérience client.

Quand les agents ont accès à une mine d'informations client provenant de différents canaux en un seul endroit, ils peuvent anticiper leurs besoins, personnaliser davantage leur service, mais aussi gagner en efficacité. En effet, une telle source de données unique permet de simplifier les workflows, de trouver les bonnes informations en un temps record et d'automatiser les processus. Cela est d'autant plus important que l'automatisation est essentielle pour les grandes entreprises.



Les entreprises les plus performantes sont 33 % plus susceptibles d'optimiser leur solution d'expérience client avec des applications et des intégrations



Les entreprises les plus performantes utilisent plus de deux fois plus d'outils pour améliorer les workflows de leurs agents et automatiser les tâches

BONNE PRATIQUE N° 8 :

Améliorer vos performances grâce aux analyses de données

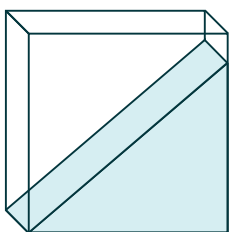


Pour garder votre entreprise au diapason et améliorer votre expérience client, il est nécessaire d'analyser chaque canal pour identifier les domaines dans lesquels votre équipe peut s'améliorer et mieux cerner le comportement des clients. Pourtant, 38 % des chefs de moyenne entreprise et 33 % des chefs de grande entreprise n'ont pas d'outils adaptés pour mesurer le succès des équipes en télétravail.

Les entreprises les plus performantes sont 40 % plus susceptibles d'utiliser les rapports d'analyse pour leur expérience client

38 %

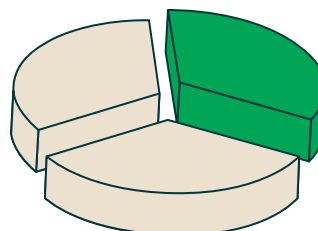
des chefs de moyenne entreprise n'ont pas d'outils adaptés pour mesurer le succès des équipes en télétravail



Pour rester réactives et agiles face aux changements perpétuels, les équipes d'expérience client doivent s'équiper de logiciels d'analyse capables de leur donner instantanément des informations sur lesquelles agir. Avec des outils d'analyse en temps réel intégrés dans leur solution d'expérience client, les équipes d'assistance peuvent réagir aux tendances d'aujourd'hui tout en comprenant celles d'hier.

33 %

des chefs de grande entreprise n'ont pas d'outils adaptés pour mesurer le succès des équipes en télétravail



Votre entreprise est-elle prête pour le tournant digital ?

Dans le monde d'aujourd'hui, trois éléments sont incontournables et indissociables pour offrir une expérience client d'exception : simplifier la vie de vos clients, porter assistance à votre équipe d'assistance et assurer une synchronisation harmonieuse à l'échelle de l'entreprise. Il est essentiel de leur accorder la même importance : ils sont interdépendants et nécessaires à votre succès.

Zendesk Suite est un logiciel de service client tout-en-un et simple à utiliser qui saura évoluer avec votre entreprise. Découvrez comment Zendesk peut aider votre entreprise à bien aborder le tournant digital.

Pour débiter :
faites un essai gratuit dès aujourd'hui

