

Back Market saisit l'occasion d'optimiser son service client



BackMarket

Créée

2014

Collaborateurs

345

Présence dans

10 Pays

Levée de fonds en 2020

110m€

CSAT en un an

+10pts

Taux de contact

-50%

Rapidité du temps de réponse
WhatsApp vs email

x5

Taux de résolution AnswerBot

8%

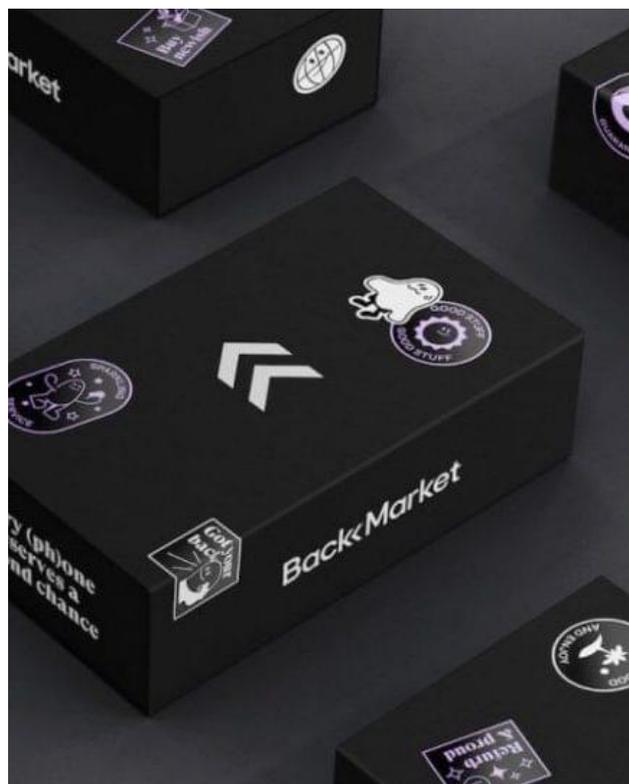
Produits utilisés

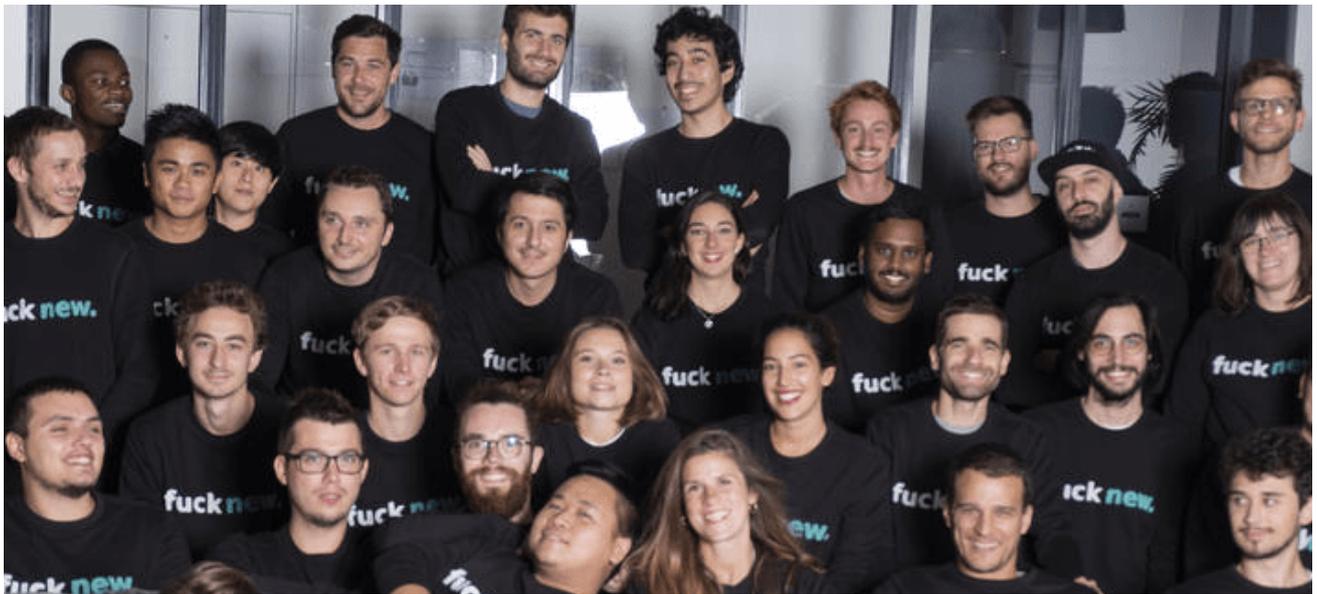


Back Market a fait de l'expérience client une priorité en offrant un service client omnicanal, dont un centre d'aide élaboré et la messagerie WhatsApp. A la clé : +10 points de satisfaction client.

En France, en Europe et aux Etats-Unis : plus personne n'arrête Back Market ! L'entreprise a fait de l'expérience client une priorité en offrant un service client omnicanal, dont un centre d'aide élaboré et la messagerie WhatsApp. A la clé : +10 points de satisfaction client.

Pourquoi acheter neuf alors que l'on peut avoir aussi bien pour moins cher avec des





produits reconditionnés, plus respectueux de l'environnement ? C'est en tenant cette promesse que Back Market s'est imposée en 5 ans comme le champion du reconditionné en France, aux États-Unis et dans plusieurs pays d'Europe.

Smartphones, ordinateurs, aspirateurs, appareils photo, lave-vaisselles, TV... qu'ils soient technophiles ou « écolos », les clients retrouvent absolument tout sur cette market place, et cela fait du bien au porte-monnaie et à la Planète !

Un service client à double niveau

Pour offrir la meilleure expérience aux consommateurs, cette entreprise en pleine expansion propose des produits reconditionnés au meilleur rapport qualité/ prix mais pas seulement ! Leur satisfaction passe aussi par l'efficacité de ses services clients. Dans les 8 pays où elle est présente, Back Market s'appuie sur un réseau de 150 conseillers. La moitié se charge de gérer les services clients propres à la marque, l'autre celui de la communauté des 1200 reconditionneurs référencés sur la place de marché, ayant adhéré au service du Back Care.

Depuis fin 2017, les conseillers et toutes les équipes dédiées à l'expérience client de Back Market (qualité, support vendeur, création de catalogues) – soit le tiers des effectifs – utilisent la plateforme CRM de Zendesk. Notamment les solutions de ticketing Support, de téléphonie Talk, de self-service Guide et d'analyse et de reporting Explore. Elle intègre également le module Collaboration, qui facilite les interactions entre les équipes, et l'app Capture des connaissances qui permet aux conseillers d'enrichir continuellement la base de connaissances en ajoutant des articles qui aident les clients.

Back Market utilise aussi l'outil Answer Bot pour automatiser les réponses à partir des ressources de la base de connaissances. Enfin depuis peu, l'entreprise propose également le réseau social WhatsApp intégré directement dans l'application mobile Back Market ce qui permet de créer une expérience mobile fluide de contact pour les clients. Les premiers résultats sont très encourageants : une réponse 5 fois plus rapide que

"Nos clients ont de plus en plus envie de trouver des réponses rapidement par eux-mêmes, sans avoir besoin de parler à un humain."

– Alice Plainfossé
Process manager - Back Market

par email et une CSAT meilleure de 5 points. Les équipes envisagent donc de déployer ce canal à plus grande échelle.

« La plateforme CRM que nous utilisons depuis nos débuts était assez limitée. Il nous fallait un nouvel outil scalable et flexible pour continuer à grandir de manière raisonnée. La solution en mode SaaS Zendesk s'est imposée comme une évidence, de par sa maturité et sa compatibilité avec nos modes de fonctionnement. Nous faisons énormément de ticketing, et Zendesk est la référence en ce qui concerne les automatismes et les sorties de données. », précise Nicolas Pellissier, Directeur Service Client, Qualité et Services de Back Market.

Des gains significatifs

Chaque semaine, 10 000 tickets sont traités sur les canaux principaux (mail, webform, FAQ et téléphonie...) : « Nos clients ont de plus en plus envie de trouver des réponses rapidement par eux-mêmes, sans avoir besoin de parler à un humain. Il y a 6 mois, nous avons donc déployé [Zendesk Guide](#), afin de proposer des FAQ aux clients et aux marchands. Nous avons réduit significativement notre taux de contact, notamment par mail. Du côté d'[Answer Bot](#), nous sommes également sur une bonne progression, puisque cet outil de self-service fondé sur l'intelligence artificielle atteint un taux de 96% de suggestions automatiques d'articles sur les canaux e-mail et webform, un taux de clic supérieur à 25% et un taux de résolution supérieur à 8%, explique Alice Plainfossé, Process manager chez Back Market. Nous avons aussi besoin de suivre en temps réel notre activité et de maîtriser la donnée. J'utilise quotidiennement [Zendesk Explore](#) pour construire des dashboards personnalisés à partager avec nos conseillers. Quelques secondes me suffisent pour sortir la donnée qui m'intéresse. »

Sur le chemin de l'optimisation avec Zendesk

Les équipes de Back Market apprécient la volonté de Zendesk d'améliorer l'outil à leurs côtés, comme le précise Nicolas Pellissier : « Nous sommes arrivés à une taille, où l'on pourrait envisager de créer un outil interne autour de nos process. Il nous semble plus pertinent de bénéficier de la flexibilité d'un outil externe, que l'on optimise en continu avec Zendesk. »

Alice Plainfossé va elle aussi dans ce sens :

« Je sais que je peux demander des conseils à mes interlocutrices chez Zendesk. Elles comprennent ce qui est utile pour nous, au niveau des fonctionnalités et des services de l'outil, tout en s'adaptant à la culture de Back Market sur le service client. En termes de recommandation technique, le support de Zendesk m'apporte des réponses spécifiques. »

Scalabilité : Franchir de nouveaux paliers

Chez Back Market, qui vient de réaliser [une nouvelle levée de fonds de 110 millions d'euros](#), les projets ne manquent pas : « Outre un service 24 h/24, 7 jours sur 7, l'objectif est de moderniser nos canaux. Nous croyons énormément en des outils comme WhatsApp. A mi-chemin entre le mail et le téléphone, ils permettent d'avoir des conversations à la fois courtes et conviviales avec nos clients », ajoute Nicolas Pellissier.

Il s'agira aussi d'interfacer les réseaux sociaux avec [la plateforme Zendesk Sunshine](#) : « Pour créer une histoire avec nos clients, améliorer et accélérer leur prise en charge, nous devons comprendre d'où ils viennent, ce qu'ils ont acheté et font chez nous. Sunshine va nous aider à leur apporter des réponses plus pertinentes », conclut Alice Plainfossé.

"La solution en mode SaaS de Zendesk s'est imposée comme une évidence, de par sa maturité et sa compatibilité avec nos modes de fonctionnement."

– Nicolas Pellissier

Directeur Service Client, Qualité et Services - Back Market



Une place de marché... cliente d'une place de marché

Back Market améliore sa relation client et introduit de l'innovation en s'appuyant aussi sur les applications et services disponibles sur la [Marketplace Zendesk](#). Parmi elles, Back Market a choisi :

- [Miuros](#), pour monitorer les données et la qualité de leur service client et pour automatiser ses tâches et faire des recommandations aux conseillers du Service directement dans Zendesk
- [Tymeshift](#), logiciel de gestion du personnel omnichannel pour mieux gérer l'ensemble des opérations du centre d'appels via Zendesk
- [Slack](#), messagerie interne pour améliorer la communication et les process entre les équipes. L'application Slack intégrée à Zendesk Support permet de centraliser et faciliter la gestion de tickets et notamment de créer des tickets ou des notes internes et de recevoir des notifications sur ces tickets.
- [Deadline](#), qui permet de mettre des alertes et rappels sur des tickets, et même des triggers pour s'assurer de répondre dans les temps
- [Unbabel](#), qui permet d'obtenir rapidement des traductions de qualité pour les tickets dans toutes les langues
- [Trustpilot](#), pour collecter et gérer les feedbacks publics des clients et consolider les retours dans Zendesk pour y répondre facilement
- [Stonly](#), qui a permis à Back Market de mettre en place des guides interactifs au sein des articles du centre d'aide pour accompagner le client étape par étape dans la résolution de son problème.

“Je sais que je peux demander des conseils à mes interlocutrices chez Zendesk. Elles comprennent ce qui est utile pour nous, au niveau des fonctionnalités et des services de l'outil, tout en s'adaptant à la culture de Back Market sur le service client.”

– Alice Plainfossé
Process manager - Back Market