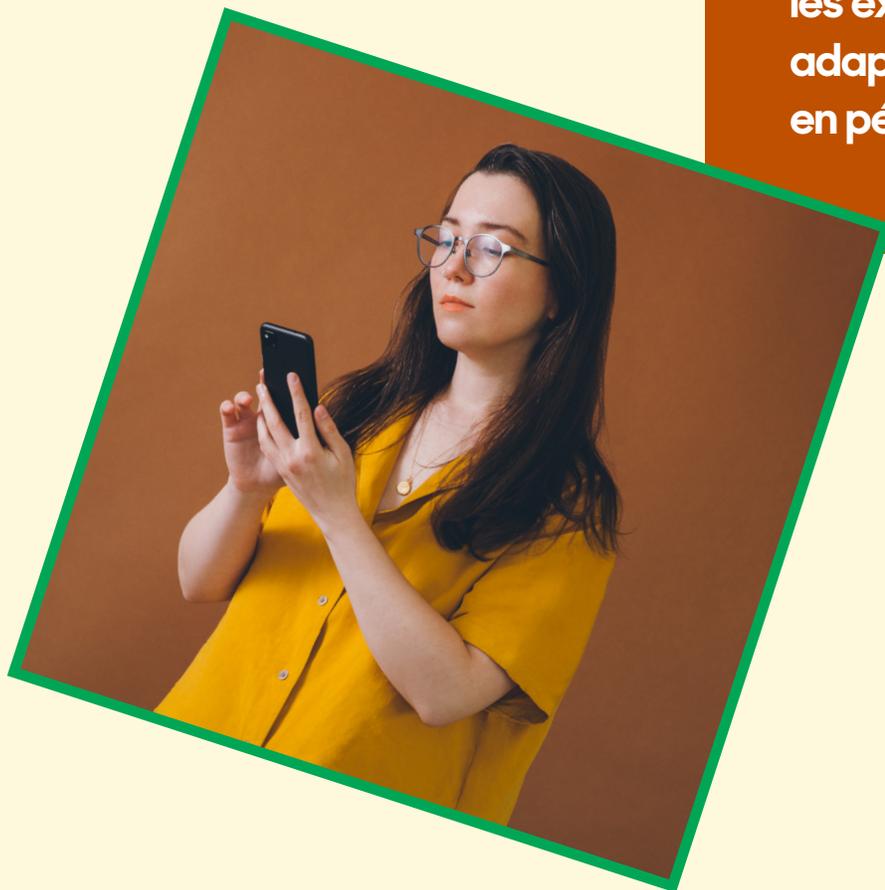


Gérer les coûts, soutenir la croissance et favoriser la fidélisation en période de ralentissement économique

Un guide pour aider les experts de la CX à adapter leur service client en période d'incertitude.



Sommaire

06

Défi n° 1

Réduire les coûts opérationnels



08

Défi n° 2

Ralentir la hausse des dépenses



LUSH

10

Défi n° 3

Booster votre chiffre d'affaires



12

Défi n° 4

Exploiter la puissance commerciale de ses agents de service client



14

Défi n° 5

Fidéliser ses clients



Introduction



**Rien n'est permanent,
sauf le changement.**

Héraclite,
philosophe grec

Les entreprises du monde entier, quel que soit leur secteur, peuvent se reconnaître dans cet ancien dicton. Le changement demeure plus que jamais une force motrice.

Qu'il s'agisse de faire face à une récession imminente, une inflation vertigineuse, des perturbations dans la chaîne d'approvisionnement ou des tensions géopolitiques, aucune entreprise n'est à l'abri des changements du marché. De tels défis viendront toujours remettre en cause les plans commerciaux, aussi solides soient-ils. Diriger une entreprise reste une tâche ardue.

Et pourtant nous le faisons quand même. Avec courage, ingéniosité et résilience.

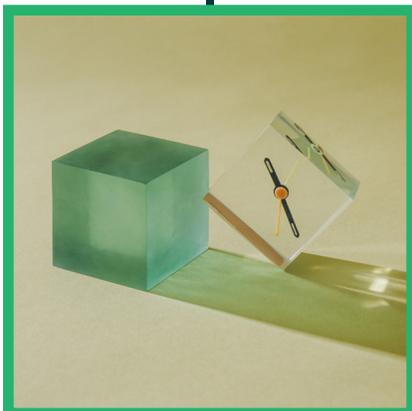
Les entreprises qui réussissent le mieux s'efforcent de rester suffisamment agiles pour s'adapter au changement, suffisamment humbles pour essayer de nouvelles choses et suffisamment courageuses pour persévérer. Les entreprises qui survivent sont celles qui sont prêtes à ajuster leurs pratiques commerciales et à trouver de nouvelles façons d'avancer. Beaucoup d'entre elles ne font pas que survivre d'ailleurs, elles prospèrent.

L'agilité au travail

- Lorsque la croissance fulgurante d'[Unity Technologies](#) a failli faire dérailler son assistance client, l'entreprise a optimisé sa façon d'utiliser sa plateforme d'assistance pour fournir une option de self-service viable. Résultat ? Unity a économisé 1,3 million de dollars et obtenu un score CSAT de 93 %.
- Quand [Spartan Race](#), la plus grande marque de courses d'obstacles et d'endurance au monde, a dû réduire ses effectifs pendant la pandémie, les agents n'arrivaient plus à faire face au volume de demandes d'assistance par chat en direct. L'entreprise a mis à niveau sa plateforme d'assistance pour aider ses clients via d'autres canaux. Ainsi, elle a augmenté de 40 % le nombre de vues du centre d'assistance et considérablement amélioré son score CSAT. En parallèle, Spartan Race a ajouté une intégration d'e-commerce avec Shopify qui lui a permis de booster ses ventes de 27 %.
- Quand [Dorm Room Movers](#) a incorporé ses systèmes à Zendesk Suite et à l'Espace de travail d'agent unifié, l'entreprise a pu offrir une expérience omnicanale fluide basée sur une messagerie en temps réel et asynchrone. En rendant son service plus rapide et plus personnalisé, Dorm Room Movers a vu son taux de conversion des leads augmenter de 79 %.

Une bonne expérience client fait toute la différence

Aujourd'hui, tous les regards sont tournés vers l'expérience client (CX) dans la mesure où il s'agit d'un levier puissant qui aide les entreprises à gérer leurs coûts, booster leur croissance et favoriser la rétention. Lorsque les équipes de CX sont entendues par la direction, les entreprises adoptent une position plus compétitive, quelle que soit la conjoncture sur le marché mondial ou local.



Dans notre [rapport sur les Tendances de l'expérience client 2022](#), 61 % des personnes interrogées ont déclaré qu'elles se détourneraient d'une marque après une seule mauvaise expérience client, contre 22 % en 2021. Et que se passe-t-il après deux mauvaises expériences ? Vous n'entendrez plus jamais parler d'eux.

Plus de 60 % des consommateurs déclarent que la pandémie de 2020 a placé la barre plus haut pour le service client, mais 54 % pensent que les entreprises le considèrent toujours comme secondaire. Votre croissance dépend de votre capacité à offrir de meilleures expériences clients.

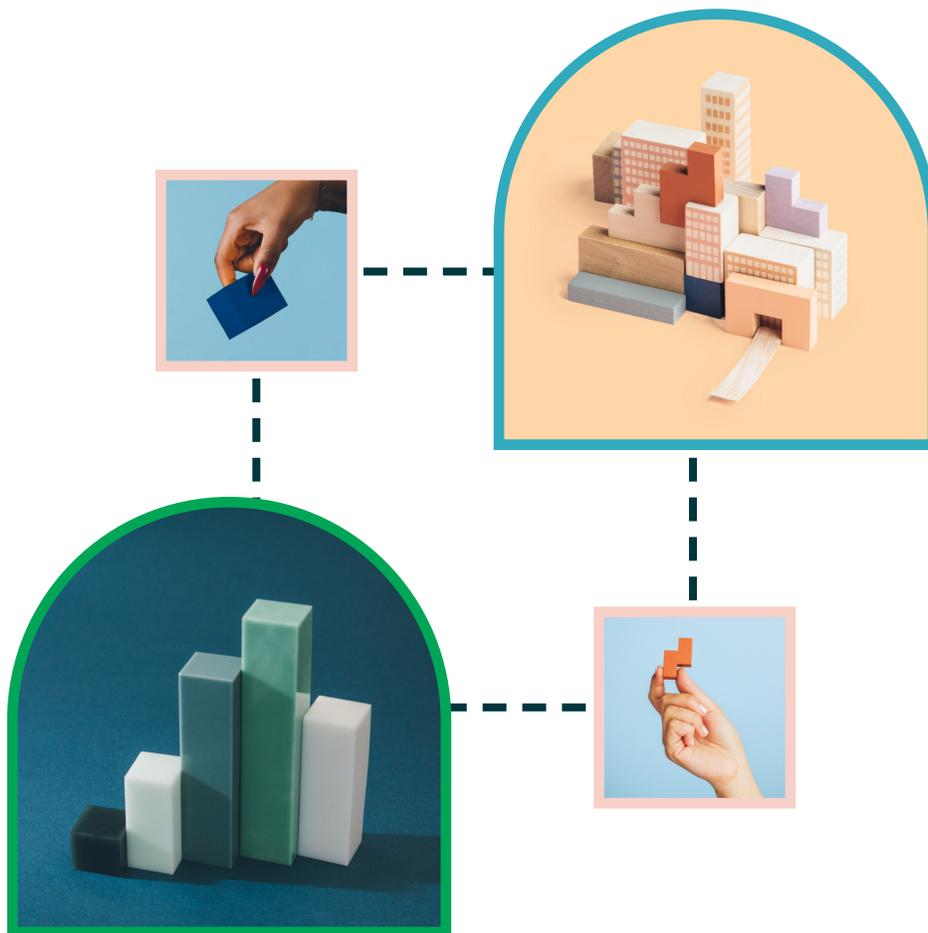
À partir des réponses des participants à notre enquête, nous avons constaté que :

- 64 % des entreprises jugent que le service client a un impact direct sur leur revenu.
- 60 % affirment que le service client influe sur le taux de rétention client.
- 49 % jugent que le service client contribue au volume de ventes croisées.

Offrir une expérience client de qualité n'est pas facile dans un marché incertain, même pour les entreprises qui peuvent s'adapter rapidement. Les organisations les plus innovantes et les plus prospères font face aux difficultés du moment en priorisant les dépenses ou en optimisant les outils d'assistance client dont ils disposent déjà. Leur objectif ? Atteindre l'efficacité opérationnelle et réduire les coûts tout en offrant des expériences client d'exception.

Dans ce guide, nous décrivons cinq défis auxquels les équipes de CX sont confrontées face aux ralentissements économiques, voire à la récession, et quelques stratégies importantes pour surmonter ces difficultés.

Nous expliquerons comment faire attention à chacune de vos ressources (personnes, budget, temps) sans nuire à la qualité de votre expérience client. Nous partagerons également des témoignages de clients qui ont réussi à s'adapter et faire face au changement, et montrerons comment vous pouvez y arriver aussi.



DÉFI

Réduire les coûts opérationnels

Ce n'est pas le moment de choisir l'inaction. Les experts de la CX doivent faire preuve de courage et de créativité, tout en essayant de conserver un équilibre entre satisfaire les attentes des clients et gérer des budgets plus serrés.

L'un des moyens les plus efficaces pour réduire les coûts opérationnels est d'investir intelligemment dans l'automatisation. En combinant l'intelligence artificielle (IA) et les solutions automatisées avec une assistance client personnalisée et humaine, vous pouvez offrir à vos clients ce dont ils ont besoin, au moment où ils en ont besoin. Cela peut également vous aider à améliorer l'efficacité en interne et à réduire les coûts opérationnels en allouant les talents humains aux tâches à plus forte valeur ajoutée.

Un bon logiciel d'assistance client permet aussi de faciliter le partage d'informations grâce à des workflows intelligents, des bibliothèques de connaissances, des forums communautaires et des outils de collaboration qui permettent aux agents de trouver les réponses instantanément. Avec ce type de solutions, vous pouvez offrir un service client plus personnalisé et assurer des résolutions à la fois plus rapides et plus satisfaisantes.

Les actions à engager

Investissez dans une technologie d'assistance client automatisée ou optimisez-la pour améliorer la productivité et l'efficacité opérationnelle de vos employés.

Comment Zendesk peut vous aider

- Réduisez les coûts opérationnels et éliminez les tâches redondantes et à faible valeur ajoutée en **créant des workflows qui font gagner du temps** aux agents et en **proposant des automatisations** qui réduisent le nombre de tickets sans investir dans des outils, une formation ou du personnel supplémentaires.
- Créez des **bases de connaissances** et des **forums communautaires** solides, avec des **bots intégrés aux workflows**, afin que les clients puissent s'auto-assister. Ainsi, vous économiserez à la fois du temps et de l'argent.
- Mettez les agents en relation avec les équipes de back-office via des **outils de collaboration** (comme Teams ou Slack) pour qu'ils puissent interagir avec leurs collègues qui peuvent les aider à résoudre les tickets des clients plus rapidement.

TÉMOIGNAGES CLIENTS



Veyo a embauché moins d'administrateurs et d'agents, économisant ainsi 450 000 \$ par an

[Veyo](#) assure un service de transport médical non urgent (NEMT) aux patients bénéficiant des programmes Medicaid et Medicare qui ont besoin d'accéder à des soins de santé essentiels, avec jusqu'à 35 000 trajets par jour. En évoluant, l'organisation a eu besoin d'un système de gestion des tickets centralisé, de fonctionnalités lui permettant de gérer plusieurs secteurs d'activité et d'un workflow digital pour améliorer son efficacité.

Avec Zendesk, Veyo et ses clients économisent environ 2 000 heures par an car ils ont accès rapidement et facilement au contexte historique de chaque ticket, ce qui réduit les pertes de temps et de ressources ainsi que les doublons. Mieux encore, l'entreprise économise 450 000 \$ par an en effectifs et enregistre un score de satisfaction client (CSAT) de 87 %.



Unity Technologies a réduit ses coûts opérationnels, économisant 1,3 million de dollars

[Unity](#) est la première plateforme mondiale de contenu 3D interactif en temps réel. Elle aide les créateurs dans les domaines du jeu, de l'animation, de l'automobile et les métiers de l'architecture. Après avoir connu une croissance fulgurante de 2019 à 2020, l'entreprise a décidé d'optimiser la façon dont elle utilisait Zendesk pour faire évoluer son assistance sans augmenter ses effectifs.

L'ajout d'automatisations Zendesk et d'options de self-service a aidé Unity à réduire le volume de tickets, minimiser le délai de traitement et créer des workflows efficaces au sein de son équipe d'assistance, y compris des questions fréquentes qui alimentent Answer Bot et favorisent le self-service. Lorsqu'un pic de tickets d'assistance a confronté Unity à des activités frauduleuses de la part d'utilisateurs non valides, l'entreprise a investi dans une autre solution automatisée via Zendesk : un formulaire web contre la fraude publicitaire. Ainsi, un agent peut gérer 95 % des tickets en appuyant sur une seule touche.

En 2021, Unity a redirigé près de 8 000 tickets vers le self-service mis en place par Zendesk, ce qui représente 1,3 million de dollars d'économies et un score CSAT de 93 %.

Ralentir la hausse des dépenses

Les changements qui bouleversent le marché exigent que de nombreuses organisations se serrent la ceinture dans plusieurs domaines. Mais même si vous avez arrêté les embauches et réduit votre budget, cela ne doit pas freiner votre élan en matière de CX. Voici comment tirer le meilleur parti de votre plateforme d'assistance client.

Explorez en profondeur les fonctionnalités de la solution technologique que vous possédez déjà pour optimiser vos outils sans dépasser votre budget. Pouvez-vous réduire la rotation du personnel ou les investissements en main-d'œuvre en activant un service conversationnel omnicanal avec des réponses rapides et personnalisées sur des canaux comme le chat en direct, les réseaux sociaux et les SMS ?

Avez-vous essayé d'ajouter des automatisations ou des articles à votre centre d'aide pour favoriser le self-service et rediriger les tickets répétitifs ? Si les clients peuvent résoudre leurs problèmes par eux-mêmes grâce à une FAQ bien conçue, vous aurez besoin de placer moins d'agents en première ligne.

Il existe également de nombreuses façons de connecter vos outils technologiques actuels à votre plateforme d'assistance pour la personnaliser encore davantage. Une petite enquête informatique peut générer de grandes économies.

Les actions à engager

Tirez le meilleur parti de votre plateforme d'assistance client actuelle pour ralentir les dépenses et l'embauche sans faire une croix sur la qualité ou la croissance.

Comment Zendesk peut vous aider

- Offrez un service client **omnicanal et conversationnel** à vos clients tout en conservant l'historique des interactions et d'autres contextes utiles dans un **Espace de travail d'agent unifié**, afin que les agents puissent fournir des **réponses personnalisées** plus rapidement.
- Activez les automatisations comme les **chatbots**, les **pages en self-service** et la possibilité pour les agents de résoudre des problèmes similaires en masse afin de réduire le nombre total de contacts quotidiens.
- Adoptez une **plateforme d'assistance évolutive** capable de relier tous vos outils technologiques existants à l'aide d'API, de webhooks ou même de cadres applicatifs pour accroître **les capacités de personnalisation de Zendesk** sans éparpiller vos ressources.

TÉMOIGNAGES CLIENTS



Virgin Pulse a évité une hausse de 25 à 30 % de ses coûts de main-d'œuvre annuels

En tant que plus grand fournisseur mondial de solutions de bien-être, [Virgin Pulse](#) compte 14 millions de membres dans 190 pays. L'entreprise utilise Zendesk pour fournir une expérience d'assistance omnicanale par téléphone, e-mail, chat, Answer Bot et via les réseaux sociaux de Twitter et Facebook. Pour faire face à une croissance de 15 à 20 %, Virgin Pulse a investi du temps et des ressources afin d'optimiser l'utilisation de son site d'assistance, réalisé par Zendesk.

L'entreprise a chargé une équipe de services électroniques de créer plus de 2 000 questions fréquentes et de constamment mettre à jour les articles afin que les membres puissent s'auto-assister le plus possible. Avant la mise à jour du site d'assistance, l'entreprise comptait 90 000 vues de la FAQ par mois. Après que l'équipe a amélioré sa bibliothèque de connaissance, ce chiffre est passé à 275 000 vues par mois (soit une hausse de 250 %).

Si Virgin Pulse n'avait pas mis en place une stratégie de self-service, la société estime qu'elle aurait dû augmenter son budget d'assistance de 25 à 30 % par rapport à ce qu'elle dépense aujourd'hui pour faire face à l'augmentation des requêtes d'assistance.

LUSH

Lush a amélioré sa productivité de 50 % et réduit ses coûts de plus de 208 000 \$ en un an

L'enseigne de cosmétiques éthiques basé au Royaume-Uni, [Lush](#), compte plus de 1 000 magasins dans 49 pays. Assurer la continuité du service client est une priorité pour celle-ci, et Zendesk lui a permis de le faire tout en conservant ses 170 agents répartis sur 21 marchés et couvrant 15 langues.

Lorsqu'elle a déployé la plateforme en 2016, juste avant de connaître son Noël le plus chargé jusqu'alors, Zendesk a assuré un service client solide et homogène à tous les niveaux. L'entreprise a pu identifier les problèmes potentiels des clients sur les différents marchés et apporter les changements nécessaires rapidement, ce qui a entraîné une augmentation de 50 % de la productivité et une économie de 208 387 \$. L'expérience client a également été améliorée, avec un score CSAT de 91,8 %.

Booster votre chiffre d'affaires

Les chiffres confirment le rôle essentiel de la CX : une [étude IBM et Adobe](#) a révélé que « les organisations qui font de la transformation numérique de l'expérience client une priorité commerciale absolue ont enregistré une croissance trois fois plus élevée de leur chiffre d'affaires ».

L'intégration d'une plateforme d'assistance dans les opérations commerciales, y compris le partage de données clients clés dans l'ensemble de l'organisation, ouvre de nouvelles opportunités de croissance du chiffre d'affaires. Lorsque les agents en direct disposent du contexte historique dont ils ont besoin pour fournir un service personnalisé, ils peuvent transformer de simples interactions avec les clients en opportunités de vente incitative, introduire de nouveaux produits et renforcer la fidélité à la marque. L'effet positif sur le chiffre d'affaires peut être encore plus important s'il s'agit de clients à forte valeur ajoutée qui apprécient les petites touches personnelles.

Vous voulez d'autres preuves ? Zendesk a fait appel à [Forrester Consulting](#) pour en savoir plus sur le retour sur investissement (ROI) potentiel des entreprises qui adoptent les produits Zendesk. Nous avons interrogé sept de nos clients et avons conclu que, sur trois ans, une organisation composite pouvait s'attendre à gagner 31,2 millions de dollars pour un coût de 8,1 millions de dollars, soit une valeur actuelle nette (ou « Net Present Value ») de 23,1 millions de dollars et un ROI de 286 %.

Les actions à engager

Transformez le service client en moteur de croissance en intégrant la CX à vos opérations commerciales et en utilisant votre plateforme d'assistance client pour booster votre chiffre d'affaires.

Comment Zendesk peut vous aider

- Intégrez vos outils aux applications commerciales de base pour diriger vos données clients clés sur votre plateforme d'assistance. Ainsi vos agents disposent du contexte requis pour **accélérer la résolution des tickets, offrir une assistance proactive et transformer les interactions en sources de revenus.**
- Vous pouvez ajouter rapidement et facilement des **canaux numériques**, comme la messagerie, le téléphone, les tickets par e-mail et une base de connaissances pour répondre aux questions courantes. Gardez facilement vos canaux à jour en activant ou désactivant un canal, sans que de lourdes personnalisations soient nécessaires de la part des développeurs.
- Générez **de nouvelles opportunités d'augmenter votre chiffre d'affaires et accélérez la croissance de votre entreprise** grâce à des technologies digitales rentables et à des partenariats stratégiques.

TÉMOIGNAGES CLIENTS



Les agents de HeliosX convertissent 20 % des discussions par chat en ventes

[HeliosX](#) supervise le travail de six marques qui fournissent chacune un service client unique, allant de produits dermatologiques personnalisés à la délivrance d'ordonnances, et disposent d'un objectif commun : rendre les soins de santé facilement accessibles et abordables pour tous.

Les six marques d'HeliosX utilisent les analyses de Zendesk pour prendre des décisions basées sur les données. Un an après avoir transféré toutes ses marques sur Zendesk, HeliosX a réduit ses coûts de personnel de plus de 50 % tout en améliorant son efficacité, augmentant ses performances et maintenant un score CSAT de 96 %.

Résultat ? Les ventes et le chiffre d'affaires ont aussi augmenté. MedExpress a augmenté de 20 % le taux de conversion de ses discussions par chat avec les clients. ZipHealth utilise les SMS pour générer des revenus en facilitant la vérification de l'identité du client, ce qui entraîne une augmentation de 20 % de la finalisation des paniers en attente et une réduction considérable du temps de traitement de ces cas. Mis en relation avec un dermatologue qui leur fournit des conseils immédiats, les clients de Dermatica bénéficient d'une expérience de consultation VIP.



Spartan Race a ajouté un nouveau canal de retail et augmenté ses conversions de 27 %

[Spartan Race](#) est la plus grande marque de courses d'obstacles et d'endurance au monde. Avec plus de cinq millions de participants à des événements à travers le monde, Spartan Race produit également ses propres émissions télévisées, dispose d'une salle de sport et propose une gamme de vêtements et d'équipements de sport.

Quand la pandémie a frappé en 2020, Spartan Race a été contraint de réduire ses effectifs et ne disposait pas de suffisamment d'agents pour suivre le rythme des demandes sur le chat en direct. Pour résoudre rapidement le problème, la marque a mis à niveau son compte pour adopter Zendesk Suite. Ainsi, elle a pu proposer une assistance omnicanale par e-mail, chat, téléphone, bot, formulaire web, centre d'aide et sur les réseaux sociaux. De plus, avec l'intégration de Shopify, Spartan Race a vu ses ventes augmenter de 27 %.

Les 75 agents qui forment l'équipe aujourd'hui disposent de tout ce dont ils ont besoin pour gérer plus de 36 000 tickets par mois. Spartan Race a augmenté l'utilisation de son self-service de 46 % et les vues de son centre d'assistance de 40 %, ce qui a permis de réduire efficacement les coûts d'exploitation tout en augmentant le taux de satisfaction client.

Exploiter la puissance commerciale de ses agents de service client

Aux moments d'affluence, tout le monde doit mettre la main à la pâte. Avec la bonne plateforme d'assistance, les organisations de service client peuvent réaliser des ventes intéressantes. À bien des égards, les agents d'assistance sont de parfaits commerciaux. Leur travail consiste à résoudre les problèmes et à établir des relations pour fidéliser durablement la clientèle.

Les agents peuvent bénéficier d'une vue complète du client en accédant à l'historique des données clients et aux mesures partagées, mais aussi grâce à des outils de messagerie intégrés qui facilitent la collaboration en interne. Ainsi les agents peuvent forger des relations solides qui ouvrent de nouvelles opportunités de vente, y compris des ventes croisées, des ventes incitatives, des achats répétés et une hausse du chiffre d'affaires grâce à la fidélisation.

Lorsque la plateforme d'assistance est entièrement optimisée, l'automatisation peut également stimuler les ventes. Des recommandations de produits proactives peuvent être intégrées à chaque interaction en self-service, ce qui permet de réellement booster le chiffre d'affaires au fil du temps, et ce, à moindre effort.

Les actions à engager

Convertissez les demandes de renseignements en nouvelles ventes, ventes incitatives et ventes croisées de la part des prospects.

Comment Zendesk peut vous aider

- **Minimisez le taux d'attrition et augmentez les achats réguliers** en réglant les problèmes de vos clients rapidement et de manière personnalisée.
- Transformez les interactions avec les clients en **opportunités génératrices de revenus** grâce à des données commerciales intégrées et **des engagements d'assistance proactifs**.
- Fournissez aux agents **une visibilité sur l'historique des clients** pour leur permettre d'échanger de manière proactive avec les visiteurs du site afin d'augmenter les taux de conversion et la valeur moyenne des commandes.
- Augmentez votre **chiffre d'affaires** grâce aux **recommandations d'achat** proactives et aux interactions avec les bots de discussion.

TÉMOIGNAGES CLIENTS



Les agents de Chupi génèrent 1 million d'euros de ventes supplémentaires

L'entreprise de bijoux en ligne basée à Dublin, [Chupi](#), est spécialisée dans les bijoux de famille en or, mais également dans l'art de fournir une expérience client d'excellente qualité. L'entreprise a investi dans Zendesk au début des confinements en 2020 pour aider les nouveaux employés à s'intégrer à distance et à s'adapter rapidement à la plateforme. À mesure que l'équipe s'est familiarisée avec la plateforme, elle a activé différentes fonctionnalités de Zendesk pour répondre aux nouvelles tendances. Par exemple, le chat en direct leur a permis de gérer les requêtes facilement, ce qui a rapidement valu à l'équipe une note CSAT de 98,6 %.

Tous les appels, tickets et messages directs d'Instagram et de Facebook vont directement dans Zendesk pour fournir aux agents l'historique complet de chaque demande client. Ainsi, Chupi peut fournir un service client cohérent et personnalisé. Il n'a pas fallu longtemps avant que l'entreprise ne comprenne comment transformer les demandes d'assistance client en recettes commerciales : en « effectuant les ventes en douceur et avec gentillesse », en faisant remonter les tickets dans Zendesk et en réservant un service de consultation de bijoux virtuel où les clients peuvent voir des pièces individuelles et effectuer un suivi dans le cadre d'un forfait post-consultation. Le taux de conversion de ces sessions est de 65 %.

Ce type de vente a triplé en 2020, pour représenter un million d'euros de ventes, directement générées par l'équipe d'assistance client.



En passant des tickets aux conversations, les conversions ont augmenté de 79 %

[Dorm Room Movers](#) propose des services de stockage, de déménagement et d'expédition aux étudiants américains. Depuis sa création en 2007, la société a pris en charge le déménagement de 85 000 étudiants et géré plus de 1 000 conversations de messagerie par mois.

En passant à la messagerie et en activant des options de self-service qui incluent des suggestions d'articles automatisées et un transfert intelligent du bot vers l'agent, l'équipe peut fournir une assistance omnicanale fluide sur tous les canaux (e-mail, SMS, messagerie, voix et réseaux sociaux) sans écrire une seule ligne de code.

Au départ, les agents devaient passer d'un tableau de bord à l'autre pour afficher et répondre aux conversations sur différents systèmes de messagerie, de téléphone et de chat. Mais une fois que tout était regroupé dans la suite Zendesk et l'Espace de travail d'agent, l'entreprise pouvait rassembler ses interactions avec les clients sous forme de conversations en direct, actives ou en attente d'une réponse, alternant entre assistance en temps réel et asynchrone.

Grâce à cette vue unifiée, Dorm Room Movers peut fournir un service plus rapide et plus personnalisé. Pouvoir héberger et gérer les conversations en temps réel sur tous les canaux a véritablement changé la donne pour l'entreprise. L'équipe d'assistance peut à la fois interagir avec les déménageurs et établir des relations avec les clients. Pendant les périodes de pointe, l'entreprise peut envoyer des messages en masse au lieu de devoir répondre individuellement à chaque client, ce qui a permis à l'équipe d'augmenter considérablement les conversions.

DÉFI

Fidéliser ses clients

Qu'y a-t-il de plus gratifiant et de plus rentable que la fidélité des clients ? Selon des recherches réalisées par Bain & Company, une augmentation de seulement 5 % du taux de rétention client peut se traduire par une hausse de 25 à 95 % du chiffre d'affaires. Ces chiffres sont élevés, en particulier dans un contexte d'incertitude économique et de bouleversement des marchés.

L'augmentation de la valeur vie client (LTV) est une stratégie essentielle pour de nombreuses entreprises qui cherchent à augmenter leur chiffre d'affaires tout en maîtrisant leurs coûts. Il est beaucoup moins coûteux de continuer à plaire aux clients existants que d'en acquérir de nouveaux. La clé d'une bonne LTV est un service client personnalisé qui répond aux attentes des clients à chaque interaction.

Autrement dit, il faut fournir un service cohérent et personnalisé sur tous les canaux afin que les clients obtiennent les réponses et les résolutions qu'ils veulent, au moment où ils le veulent. En intégrant les données dans toute l'organisation, y compris les commentaires clients, vous permettez à tous les agents d'assistance d'avoir accès à l'historique complet des clients.

Les actions à engager

Misez sur un service personnalisé pour fidéliser votre clientèle.

Comment Zendesk peut vous aider

- Augmentez la LTV en fournissant un **service fluide et personnalisé** sur tous les canaux digitaux.
- Partagez les commentaires des clients et autres données associées dans toute l'organisation grâce à des **intégrations de plateformes flexibles** pour favoriser une **prise de décision éclairée basée sur les données**, qui stimule l'acquisition et la fidélisation des clients, ainsi que la rentabilité.

TÉMOIGNAGES CLIENTS



BlendJet utilise l'IA pour réaliser des économies de productivité de 30 %

Depuis la création du premier mixeur portable en 2017, [BlendJet](#) est devenue la marque de mixeurs la plus populaire sur les réseaux sociaux et la n°1 pour les ventes directes aux consommateurs. La société compte des millions de clients dans presque tous les pays du monde. Son équipe d'expérience client en pleine expansion a amélioré ses résultats lorsqu'elle s'est associée à Zendesk et TypeGenie. L'équipe a pu répondre à 30 % de tickets supplémentaires et réduire le temps de réponse pendant les périodes les plus chargées.

Forger des relations solides avec les clients est un point essentiel pour BlendJet. C'est pourquoi l'équipe souhaitait une plateforme d'assistance client qui lui permettrait de fournir un service personnalisé à long terme. BlendJet gère les tickets par e-mail, formulaire de contact, téléphone et sur les réseaux sociaux. L'équipe du service client utilise les solutions Zendesk pour les rapports et les performances. À partir de ce centre de données, elle peut facilement surveiller les différents niveaux de service et tâcher d'améliorer la CX.

Pendant la pandémie, BlendJet a intégré TypeGenie, un outil de saisie basé sur l'IA qui permet aux agents d'automatiser la saisie répétitive, au sein de Zendesk. Cette intégration a permis de faire gagner du temps aux agents, d'offrir un ton de marque cohérent dans tous les messages et de maintenir des temps de réponse rapides.



TV2 réalise un ROI de 438 % 2 ans après avoir adopté Zendesk

[TV2](#) est le plus grand groupe de télévision commerciale au Danemark. Il diffuse des programmes et des informations sur six chaînes et propose un service de streaming partiellement produit en interne. La stratégie globale de TV2 en matière de service client ? Garder une longueur d'avance. Elle y parvient en aidant ses clients à s'auto-assister grâce à l'IA. En se servant de Zendesk à la fois comme d'une plateforme d'assistance et d'un hub de données, TV2 dispose de tous les renseignements dont elle a besoin pour fournir un service client intelligent qui apporte des réponses rapides et précises et s'appuie sur un centre d'aide bien fourni (en articles, vidéos et guides).

Avec près de 3 milliards de calculs de données clients chaque jour, TV2 dispose d'informations qui l'aident à prédire les prochaines actions de ses clients. L'entreprise peut agir de manière proactive sur le taux de désabonnement, proposer aux clients des offres personnalisées (par exemple, des recommandations d'émissions de télévision basées sur l'historique de visionnage) et optimiser le marketing par e-mail.

Grâce à Zendesk, TV2 a fait passer son score CSAT de 77 % à 93 % tout en augmentant sa clientèle de 45 %. Le retour sur investissement de Zendesk était de 212 % la première année et de 438 % la deuxième année.

Montrez-vous à la hauteur avec Zendesk

Lorsque les humains se sentent menacés, ils peuvent réagir de trois manières : se battre, s'enfuir ou se figer. Mais les organisations ont une autre option : prospérer.

Face au changement immédiat ou à venir, les entreprises peuvent choisir d'avancer vers la nouveauté. Au lieu de nier la réalité ou de s'accrocher à des pratiques dépassées, les entreprises peuvent choisir d'être curieuses et de s'adapter en suivant des stratégies inédites et innovantes.

Zendesk est parfaitement adapté pour aider les entreprises à gérer l'incertitude et à aller de l'avant en toute confiance. Zendesk a été créé pour offrir une alternative aux logiciels de service client peu agiles et coûteux. Nos solutions sont devenues faciles à configurer, à apprendre, à utiliser et à entretenir. Nous aidons les entreprises à gérer immédiatement leurs défis commerciaux et nous les assistons sur le long terme en leur offrant plus d'agilité ainsi que le meilleur coût total de possession du secteur.

Découvrez comment Zendesk peut aider votre organisation de CX à gérer ses coûts, booster sa croissance et favoriser la rétention.

zendesk.fr/roi

