

ZENDESK INSIGHTS

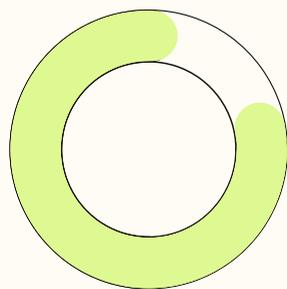
Comment le commerce conversationnel transforme chaque interaction client en opportunité de vente

zendesk

CX Trends 2024



Comme l'a révélé le rapport CX Trends 2024 de Zendesk, les dirigeants d'entreprise doivent se préparer à proposer des expériences immersives de nouvelle génération à leurs clients. Avec des outils émergents comme la technologie vocale avancée, la diffusion en direct et les capacités de gestion prédictive des agents, les entreprises disposent d'une grande souplesse pour créer des expériences client attrayantes et interactives : le genre de moments mémorables pour des clients plus fidèles et satisfaits.



80 %

des clients veulent que les agents les aident dans tous les domaines, de la vente au service client en passant par l'assistance

Les clients veulent une expérience rapide, pratique et riche de sens où leur problème est résolu en une seule interaction. Avec une technologie plus performante que jamais, les clients en attendent davantage de leur expérience d'achat. Aujourd'hui, tous les regards se portent sur la messagerie conversationnelle.

L'assistance réactive ne suffit plus et les responsables CX l'ont bien compris. Ils voient qu'il y a une opportunité à saisir en investissant dans la technologie et les partenariats nécessaires pour faire du commerce conversationnel une réalité (plus de deux tiers des responsables de CX ont déjà commencé à coopérer avec des fournisseurs et des experts externes). Dans un contexte où toujours plus d'acteurs proposent des expériences en direct et instantanées qui stimulent leur croissance, les équipes de CX sont impatientes de déployer ces

fonctionnalités pour éviter de se laisser distancer par la concurrence.

Le commerce conversationnel aura un impact substantiel sur les revenus : c'est une évidence. Les clients qui bénéficient de l'attention et des soins immédiats d'un agent professionnel sont plus satisfaits et plus fidèles.

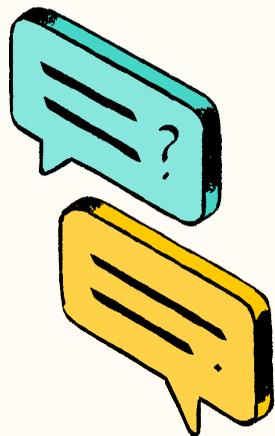
Cependant, pour que le commerce conversationnel porte ses fruits, il ne suffit pas d'avoir la bonne technologie. Pour livrer l'expérience fluide tant recherchée, les responsables de CX doivent optimiser leurs opérations et former des agents hybrides spécialisés à la fois dans l'assistance et la vente. En répondant rapidement à ces défis, vous ouvrirez la voie à des expériences que les agents, les clients et votre entreprise apprécieront.

BONNES PRATIQUES

- 1 Rendre le commerce plus fluide en intégrant des fonctionnalités de paiement dans la conversation
- 2 Fournir aux agents tout le nécessaire pour conclure une vente
- 3 Tirer parti de l'IA pour recommander des produits pertinents aux clients
- 4 Permettre aux clients de poursuivre la conversation sur tous les canaux pour garder le contact

Le commerce conversationnel vise à utiliser la messagerie et la technologie conversationnelle pour améliorer l'expérience d'achat dans le e-commerce.

Rendre le commerce plus fluide en intégrant des fonctionnalités de paiement dans la conversation



Les clients recherchent une expérience rapide et instantanée qui leur permet de résoudre leurs problèmes sans avoir à ouvrir plusieurs pages web. S'ils peuvent faire des achats directement dans la conversation avec vos agents, ils récompenseront votre entreprise en achetant d'autres produits. La première étape pour donner cette possibilité aux clients est de faciliter les transactions de paiement.

Intégrez vos plateformes de commerce et de paiement dans la messagerie

En permettant aux clients de régler leur panier directement dans la conversation où ils reçoivent des recommandations de produits, vous réduirez le temps nécessaire à l'achat et leur éviterez d'avoir à ouvrir plusieurs pages pour finaliser la transaction.

Facilitez la tâche des clients en permettant aux agents de valider leur achat à leur place

Pour les clients pressés ou peu à l'aise avec la technologie, le fait qu'un agent puisse valider un achat à sa place est un excellent moyen de finaliser une vente. Donnez à vos agents la possibilité de créer un panier et de compléter la commande au nom de l'acheteur pour améliorer l'expérience de votre assistance client.

Fournir aux agents tout le nécessaire pour conclure une vente



Sans les bons outils, les interactions seront lentes, maladroitement et par extension insatisfaisantes. Mais avec le bon logiciel à portée de main, vos agents seront plus à l'aise pour dialoguer avec les clients sur le terrain du commerce. Voici quelques conseils pour faciliter les initiatives de recommandation des agents.

Déployez des outils de filtrage et de recherche avancés pour faciliter l'accès aux catalogues de produits

Les agents sont plus efficaces dans leurs conversations lorsqu'ils peuvent parcourir votre catalogue pour trouver la recommandation parfaite et présenter le produit d'une manière attrayante et conviviale pour l'acheteur. Grâce à des fonctions avancées telles que la recherche et le filtrage, aider les clients à trouver ce dont ils ont besoin peut devenir un jeu d'enfant. Vous pouvez intégrer vos applications de commerce tierces telles que Shopify pour permettre aux agents d'accéder directement aux catalogues de produits dans leur interface, améliorant ainsi l'efficacité et la qualité des recommandations.

Offrez à vos agents le contexte utile sur le client pour optimiser les interactions commerciales

La technologie ne fait pas tout. L'accès aux données est également primordial pour rendre les échanges plus pertinents. Les agents qui disposent des données utiles dans leur interface de travail peuvent voir l'historique des achats, les centres d'intérêt, les abonnements, les points de fidélité et les coupons, et même les réclamations en cours : autant de facteurs importants pour lancer la discussion sur de bons rails. Des outils tels que Zendesk facilitent encore cette tâche grâce à des fonctionnalités intégrées permettant de fournir du contexte aux agents.

TÉMOIGNAGE CLIENT

Spoonflower, une place de marché de premier plan pour l'impression à la demande de papier peint, de décoration intérieure et de tissus haut de gamme, s'est tournée vers le commerce conversationnel, transformant ses opérations d'expérience client en un générateur de chiffre d'affaires.

« Notre chiffre d'affaires par utilisateur est plus élevé lorsqu'un client discute avec nous que lorsqu'il navigue seul sur le site. Et notre taux de conversion par chat est neuf fois plus élevé que le taux de conversion standard pour les clients utilisant le site. Notre service client génère désormais du chiffre d'affaires et apporte une valeur ajoutée à la marque. Cette transformation s'est opérée en douceur, et les dirigeants peuvent maintenant compter sur cette équipe pour participer aux résultats globaux. »

Michelle Swart, administratrice et analyste de données Zendesk pour le compte de Spoonflower

Spoonflower

Intégrez vos offres dans votre interface de messagerie

Promotions, abonnements marketing ou encore programmes de récompenses : vos agents doivent pouvoir proposer ces avantages aux clients directement à partir de leur interface. Vous stimulez ainsi vos ventes tout en renforçant leur loyauté.

Tirer parti de l'IA pour recommander des produits pertinents aux clients



Trouver le bon produit pour la demande d'un client peut prendre du temps. C'est là que l'IA peut faire la différence en analysant rapidement les offres de votre entreprise pour faire ressortir celles qui correspondent le mieux aux besoins du client, et vous permettre de gagner un temps précieux et d'améliorer votre précision. Voici quelques conseils pour tirer parti de cette technologie.

Utilisez des outils qui recommandent des produits en fonction de l'historique du client, du contexte et des requêtes

L'IA peut vous aider à recommander le bon produit en analysant des données qui ne figurent pas dans la demande du client, comme la page il se trouve, son historique d'achats et ses préférences en matière de produit : tout ce qui forme le contexte client.

vos résultats. Pour cela, vous devez créer une structure de reporting solide permettant d'établir un lien direct entre les suggestions et le chiffre d'affaires réalisé. Votre système doit pouvoir suivre les conversions, la valeur moyenne des commandes, le coût des transactions et d'autres indicateurs clés en lien avec l'IA. Ces informations vous aideront à mesurer le ROI de vos outils d'IA et à prendre des décisions éclairées pour affiner vos modèles afin de mieux aider vos clients.

Appliquez un système de reporting pour suivre l'attribution du chiffre d'affaires généré

Il ne suffit pas de recommander des produits aux clients grâce à l'IA : il faut aussi savoir si ces recommandations ont un effet positif sur

Permettre aux clients de poursuivre la conversation sur tous les canaux pour garder le contact



Les clients sont plus que jamais désireux de profiter d'opportunités de commerce conversationnel dans leurs canaux de messagerie sociale. En offrant ce type de conversations sur les outils de messagerie préférés du client, ainsi que sur le web et les applications mobiles, les marques peuvent aller au-delà d'un service simplement transactionnel et réactif, et apporter de la valeur ajoutée aux clients tout au long de leur parcours.

Utilisez la messagerie omnicanal pour garder le fil des conversations

Avec un commerce conversationnel capable de passer du web au canal de messagerie préféré du client (e-mail, téléphone, WhatsApp, etc.), la conversation se déroule dans un espace qui élargit les possibilités d'expérience client. La relation entre le client et la marque ne reste alors pas cantonnée à un seul point de contact.

Proposez des expériences riches et immersives grâce aux canaux de messagerie conversationnelle

Il existe toute une gamme d'outils de messagerie conversationnelle, tels qu'Apple Messages for Business, Google Business Messages et WhatsApp (Meta), qui permettent tous à votre entreprise d'interagir avec ses clients de façon efficace. Renseignez-vous sur ces solutions pour voir si elles pourraient convenir à votre entreprise.

Restez à la pointe des tendances

Chaque interaction est l'occasion de générer du chiffre d'affaires, et le commerce conversationnel en est la clé. Avec une expertise profondément enracinée dans l'expérience client, Zendesk peut vous aider à libérer le potentiel du commerce conversationnel pour générer plus de revenus et augmenter la satisfaction des clients.

La solution de commerce conversationnel de Zendesk intègre des outils d'engagement en temps réel pour vous aider à assister vos clients, promouvoir vos produits et conclure des ventes au sein de conversations continues. Par exemple, elle permet aux agents de relancer les paniers abandonnés et d'accompagner les transactions actives tout en informant le client sur la disponibilité des produits.

Une solution telle que Zendesk vous aidera à répondre à l'engouement croissant des clients pour le commerce conversationnel. Grâce à la puissance du commerce conversationnel, votre entreprise sera en mesure de renforcer ses liens avec ses clients, de les fidéliser et de les inciter à renouveler leurs achats.

Methodologie

Les résultats CX Trends présentés dans ce rapport proviennent de deux sources : une enquête mondiale menée auprès de 2 500 consommateurs dans 20 pays et une seconde enquête mondiale avec près de 4 500 participants (dont 1500 entreprises et 1000 consommateurs dans la région EMEA).



Pour en apprendre plus sur la manière dont vous pouvez mettre la puissance du commerce conversationnel au service de votre entreprise, contactez Zendesk dès aujourd'hui.

zendesk