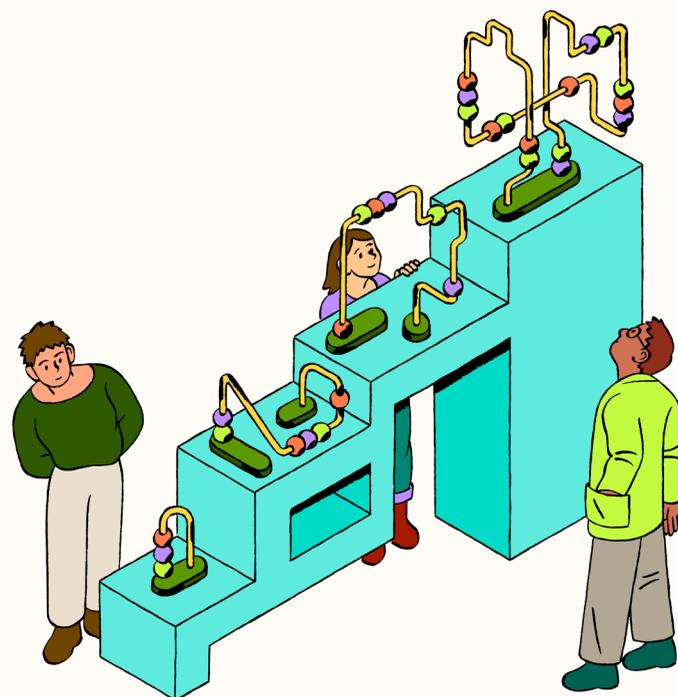


zendesk

CX Trends 2024

Les principales tendances pour les entreprises comptant entre 250 et 999 employés

Dans le cadre du rapport CX Trends 2024, Zendesk a demandé à 850 responsables de la CX dans des organisations comptant entre 250 et 999 employés dans 20 pays quelles étaient les tendances qui leur permettraient de garder une longueur d'avance sur la concurrence et d'offrir de meilleures expériences client. Découvrez ces tendances et l'impact qu'elles pourraient avoir sur votre entreprise.



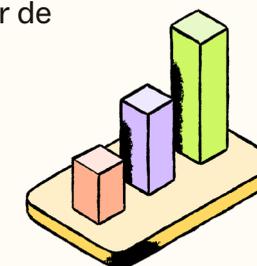
L'IA ET LES EXPÉRIENCES INTELLIGENTES

Le fossé se creuse entre les responsables de la CX et les agents sur tout ce qui a trait à l'IA : la stratégie, les outils et l'impact sur les rôles

L'IA joue un rôle de plus en plus déterminant dans les entreprises car elle leur permet de faire évoluer leurs opérations de service à grande échelle, de booster les performances des agents et d'améliorer les interactions avec les clients. En effet, 81 % des responsables de la CX affirment que pour améliorer l'expérience client, il est indispensable d'intégrer l'IA générative au sein des outils utilisés par les agents.

Or, de leur côté, les agents de service client ne pensent pas avoir reçu la formation ou les outils nécessaires, et nombre d'entre eux s'inquiètent pour leur emploi. Si ce décalage de perception entre les responsables de la CX et leurs équipes n'est pas résolu, il risque de nuire à l'expérience client.

La bonne nouvelle est que 78 % des responsables de la CX estiment que la véritable valeur de l'IA réside dans sa capacité à amplifier l'impact de l'intelligence humaine, et non à la remplacer.

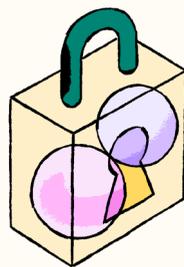


Pour libérer le potentiel de l'IA à plus grande échelle, les responsables de la CX doivent impérativement insister sur ce point auprès des agents, investir dans des outils d'IA et améliorer la formation de leurs équipes.

DES DONNÉES ET DES EXPÉRIENCES FIABLES

La sécurité n'a plus des allures d'accessoire : elle est intégrée de manière fluide tout au long du parcours client

Face à l'augmentation du nombre de cas de fraude numérique, de nombreux consommateurs se méfient des organisations avec lesquelles ils partagent leurs informations et auprès desquelles ils achètent. Curieusement, 85 % des responsables de la CX sont convaincus que leurs clients ont confiance en leurs mesures de protection des données, tandis que 60 % des consommateurs estiment que la plupart des entreprises n'en font pas assez pour protéger leurs données.



Pour gagner la confiance des clients et les fidéliser, les responsables de la CX doivent changer la façon dont ils intègrent les mesures de sécurité au sein du parcours client, sans le perturber.

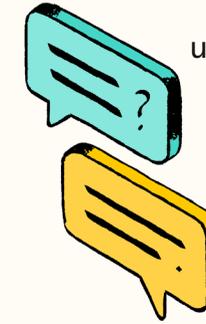
Heureusement, il existe plusieurs moyens d'intégrer facilement des mesures de sécurité dans la CX, par notamment l'authentification multifactorielle, le chiffrement des interactions de service client et la transparence des données. Les entreprises doivent également exploiter les outils d'IA pour détecter proactivement les fraudes, et ainsi améliorer en toute transparence la sécurité des interactions clients.

LES EXPÉRIENCES IMMERSIVES DE NOUVELLE GÉNÉRATION

Les expériences immersives et en direct influencent à présent fortement l'avenir des achats en ligne

À cause des changements de comportements induits par la pandémie et de l'essor des nouvelles technologies, les consommateurs ne veulent plus seulement que leurs achats en ligne soient pratiques : ils veulent des expériences captivantes et interactives.

Zendesk a identifié deux façons dont les entreprises peuvent offrir ces expériences. Le commerce conversationnel, qui permet aux clients d'effectuer un achat facilement via le chat ou la messagerie, et offre un service, des ventes et une assistance centralisés au sein d'une conversation unique. Le commerce en direct (live-shopping), qui désigne le shopping en direct agrémenté de conseils d'achat en temps réel, donne



une dimension plus humaine au shopping en ligne en améliorant la compréhension du produit.

Actuellement, seuls 35 % des responsables de la CX interrogés utilisent le commerce conversationnel, mais 55 % d'entre eux prévoient de le faire au cours de l'année à venir. Pour offrir des expériences client d'exception, il faudra former les équipes de service client à gérer les interactions via le chat, la messagerie et en live stream, mais aussi investir dans les bons outils pour accompagner ces tendances.

Évolution prévue des investissements au cours de l'année prochaine :

	Légère hausse des investissements	Forte hausse des investissements
Mise à disposition d'outils d'IA générative pour les agents	36 %	32 %
Sécurité en matière de CX	43 %	37 %
Commerce conversationnel (permettant aux clients de faire des achats directement à partir de la fenêtre de chat)	37 %	38 %

Ces trois tendances offrent de belles opportunités aux organisations comptant entre 250 et 999 employés, mais ce ne sont pas les seules. Il existe encore d'autres tendances que les organisations peuvent suivre pour continuer à offrir des expériences client de qualité.

CX Trends 2024 : Libérez le potentiel de la CX intelligente

Consultez le rapport complet pour découvrir comment Zendesk vous aide à tirer parti de la CX intelligente grâce à des guides de bonnes pratiques, des événements virtuels et en présentiel, et bien plus encore.

Rendez-vous sur cxtrends.zendesk.com/fr