

zendesk

CX Trends 2024

Les principales tendances dans la distribution

Dans le cadre du rapport CX Trends 2024, Zendesk a demandé à 500 responsables de la CX du secteur de la distribution à travers 20 pays quelles étaient les tendances qui leur permettraient de répondre aux attentes et besoins croissants des consommateurs. Découvrez ces tendances et l'impact qu'elles peuvent avoir sur votre entreprise.



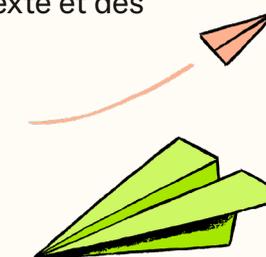
L'IA ET LES EXPÉRIENCES INTELLIGENTES

L'IA générative permettra d'offrir une expérience plus humaine, personnalisée et interactive, plus rapidement

Dans le secteur de la distribution, il est essentiel de personnaliser l'expérience et de comprendre le client. C'est pour cela que l'IA générative est en train de révolutionner le secteur. 68 % des responsables de la CX dans le retail pensent qu'elle peut permettre d'humaniser les interactions numériques, et elle représente pour les entreprises une opportunité de transformer leur parcours client et leur CX en général.

L'IA générative peut également donner plus de moyens aux agents du service client : il est à noter que 83 % des responsables de la CX dans le retail ont doté leurs agents d'outils d'IA générative ou prévoient de le faire au cours de l'année à venir. Ces responsables savent que l'IA générative permet d'offrir une personnalisation plus aboutie, par exemple avec des recommandations de produits, et peut fournir une assistance plus rapide et plus intelligente grâce à une meilleure compréhension du contexte et des subtilités des problèmes des clients.

Pour profiter des avantages offerts par l'IA générative, les enseignes



doivent disposer de données et de centres d'aide complets sur lesquels l'IA générative peut s'appuyer pour offrir des expériences d'achat plus personnalisées.

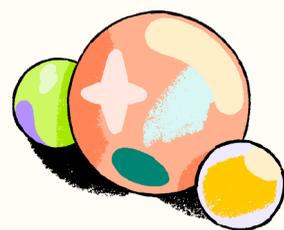
DES DONNÉES ET DES EXPÉRIENCES FIABLES

Les entreprises veulent pouvoir modifier instantanément l'expérience des utilisateurs, ce qui les pousse à exploiter davantage les données en temps réel

Avec les récentes avancées technologiques, en particulier l'IA, on attend désormais des enseignes qu'elles fournissent non seulement des informations instantanées et pertinentes en temps réel, mais aussi qu'elles anticipent les besoins des clients avant même qu'ils ne se manifestent, une tendance clé pour les responsables de la CX du secteur de la distribution.

Les enseignes peuvent donc utiliser l'IA pour répondre aux attentes croissantes des consommateurs en matière de personnalisation et de services proactifs, par exemple

via les réponses d'achat ou les recommandations de produits personnalisées.



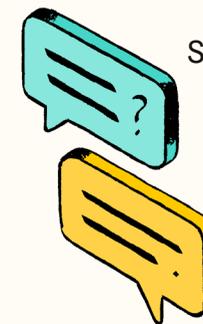
L'adoption de cette tendance transformera le parcours client, ce qui se traduira par une meilleure fidélité des clients et par des gains d'efficacité.

Cependant, 55 % des responsables de la CX du secteur de la distribution estiment qu'ils ne parviennent pas à offrir aux consommateurs un service aussi instantané qu'ils l'exigent. Pour rattraper leur retard, ils doivent privilégier les investissements dans l'IA et l'analyse de données pour améliorer le libre-service et proposer des interactions immédiates grâce aux chatbots avancés. Ils doivent également être plus à même de suivre et d'agir en fonction de l'intention des clients, ce qui nécessite une gestion des données poussée et l'utilisation de systèmes de suivi d'intention automatisés et évolutifs.

LES EXPÉRIENCES IMMERSIVES DE NOUVELLE GÉNÉRATION

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

Les consommateurs sont à la recherche d'expériences en ligne plus stimulantes et interactives. Le commerce en direct et le commerce conversationnel offrent aux enseignes de grandes opportunités de révolutionner l'expérience d'achat en ligne et ainsi de renforcer la fidélité des clients.



S'orienter vers le commerce conversationnel et suivre le live stream permettent aux consommateurs de bénéficier de conseils en direct et de poser des questions en temps réel à l'équipe commerciale, comme ils le feraient en magasin.

Ces méthodes nécessitent que les responsables de la CX mettent à jour ou modifient les politiques de confidentialité en matière de données pour protéger les données des clients lors de ces interactions, mais aussi qu'ils investissent dans les bons outils pour accompagner ces plateformes. Les responsables d'enseignes doivent également offrir de nouvelles formations aux équipes de service client pour s'assurer qu'elles soient en mesure de gérer les interactions via le chat, la messagerie et en live stream.

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

	Légère hausse des investissements	Forte hausse des investissements
L'IA générative pour la CX	42 %	30 %
Une technologie qui exploite les données pour créer des expériences instantanées et personnalisées	36 %	31 %
Le commerce conversationnel (permettant aux clients de faire des achats directement avec les interactions d'un chat)	36 %	34 %

Ces trois tendances offrent de belles opportunités aux enseignes, 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 peut vous aider 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