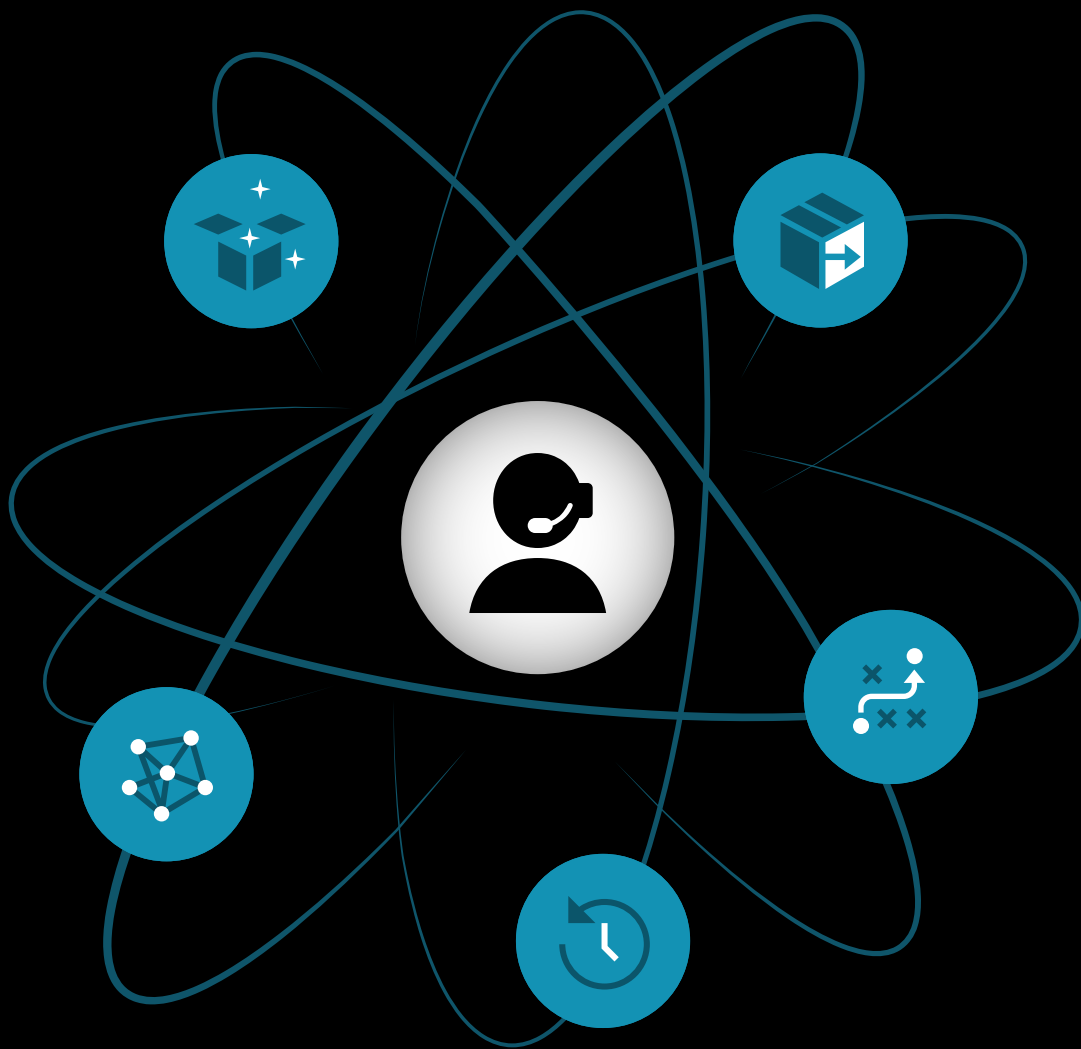


# Les cinq facteurs qui déclenchent un service client permanent



## Public visé

Cet Ebook est destiné aux chefs d'entreprise tels que les vice-présidents des ventes et du service client, ainsi que les cadres supérieurs des revenus, des finances, des opérations et des technologies qui :

- Font face à des demandes de plus en plus nombreuses et à des attentes élevées de la part des clients.
- Souhaitent découvrir de nouvelles stratégies afin d'améliorer le service client, les centres de contact et le service après-vente.
- Souhaiteraient savoir comment les entreprises utilisent la technologie pour responsabiliser les clients et les agents de service après-vente

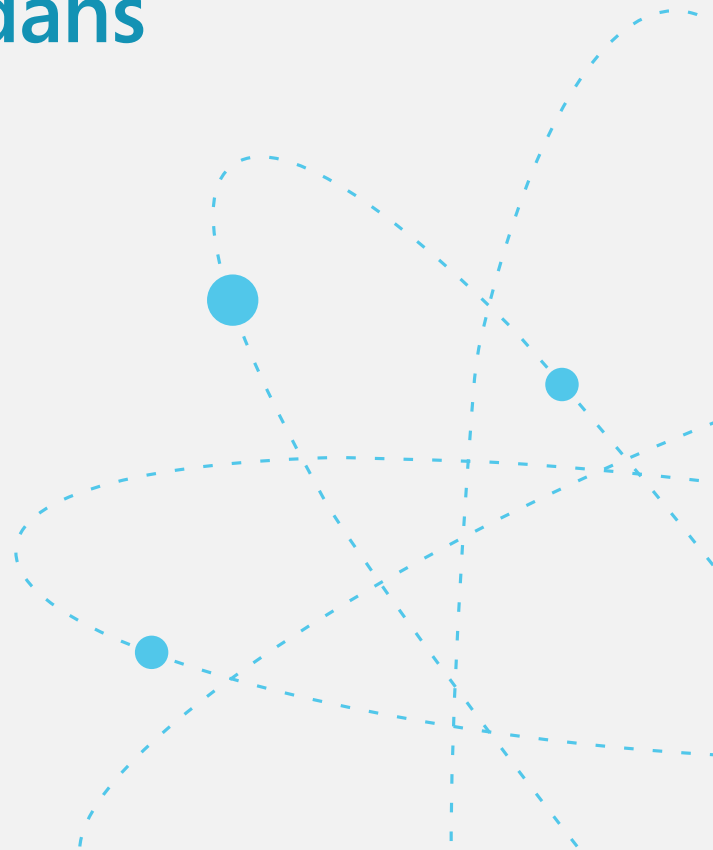


**Temps de lecture estimé : <6 minutes**

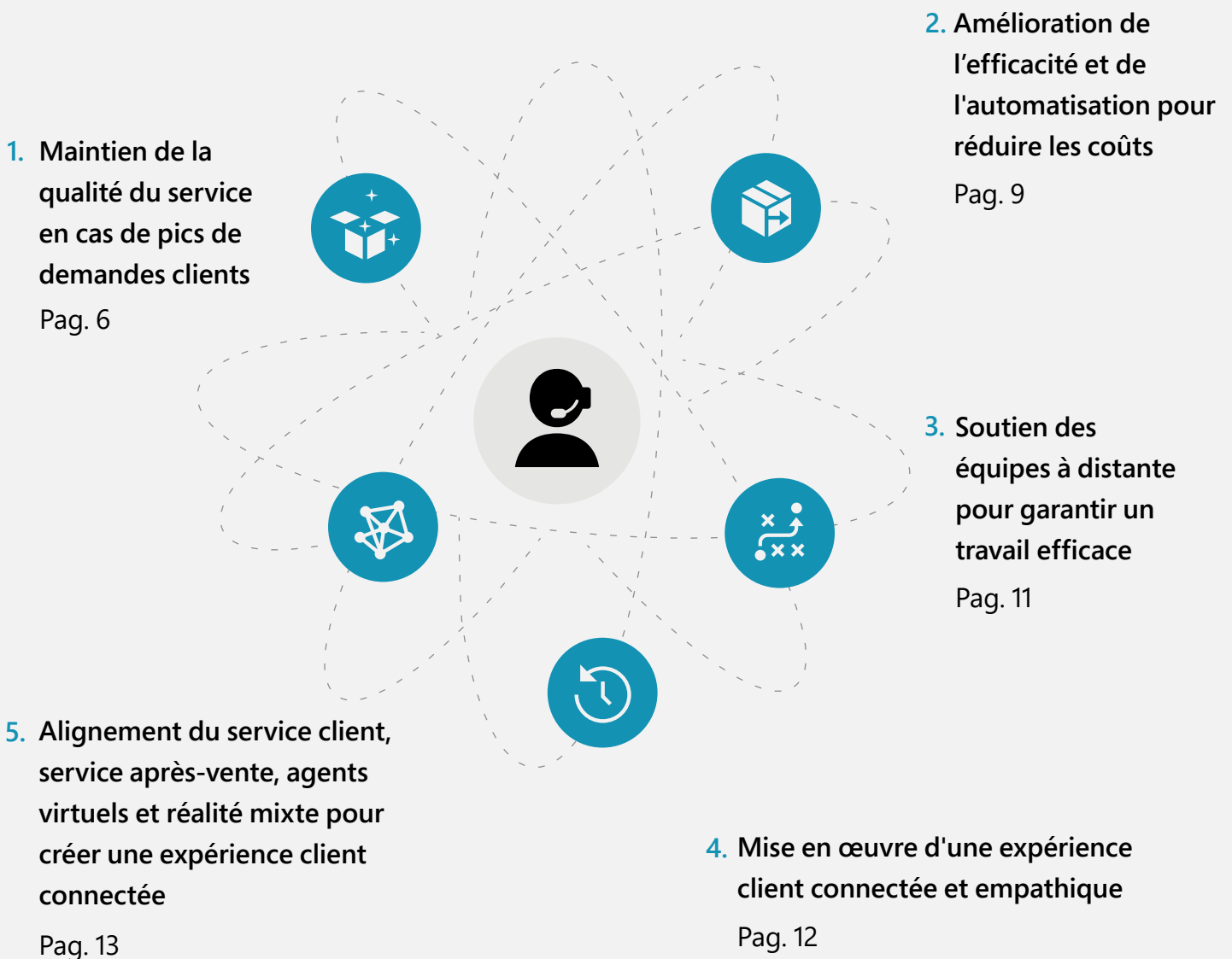


Bien que nous n'ayons pas connu de pandémie depuis de nombreuses années, l'histoire nous permet de supposer qu'il y aura des changements majeurs et durables dans l'esprit du client.

Blake Morgan  
Forbes



À la suite d'une crise, le défi de répondre au volume et à l'intensité des demandes des clients s'est accentué. Chaque organisation de services peut intégrer cinq facteurs clés pour garantir une excellente expérience client.



## Comprenez vos clients

Au cours de la dernière décennie, l'excellence du service est devenue un facteur de différenciation concurrentiel pour les marques. En temps de crise, il est cependant plus difficile de maintenir un service de haute qualité alors que le nombre de demandes augmente.

Les clients attendent des entreprises qu'elles fournissent un service exceptionnel 24 h/24 et 7 j/7, indépendamment de ce qui se passe au sein ou en dehors de l'entreprise. Les entreprises qui savent répondre aux nouveaux défis se différencieront à court terme et à long terme. Pour ce faire, les entreprises doivent se doter d'une technologie adaptée.

De nombreuses organisations de services peuvent être tentées de rechercher des solutions ponctuelles à des problèmes spécifiques. Ceux qui optent pour des solutions intégrées bénéficieront d'un avantage unique résultant de la synthèse de plusieurs éléments essentiels. Cet Ebook explore chacun des cinq éléments essentiels pour exploiter le potentiel de réussite des services client et services après-vente de chaque entreprise.



# 1. Maintien de la qualité du service en cas de pics de demandes clients

De nombreuses entreprises américaines s'empressent de suivre les pics des appels de service. Cette tendance se prolongera à mesure que l'impact de la pandémie de 2020 se fera sentir dans nos vie et dans l'économie.

Les organisations industrielles, de services financiers et du secteur public sont confrontées à certains des plus grands défis. Les banques, par exemple, peuvent voir davantage de clients qui tentent de trouver de nouveaux arrangements pour les règlements liées aux véhicules, aux cartes de crédit ou aux hypothèques. Les collaborateurs de première ligne dans les centres de production sont contraints de maintenir la production malgré un nombre réduit du personnel. Les organismes du secteur public reçoivent un nombre record de demandes pour le chômage et d'autres services sur leurs portails et dans les centres de contact. Dans de nombreux secteurs, les agents et les techniciens sont confrontés à un nombre d'incidents plus élevé de la part de clients stressés et frustrés.

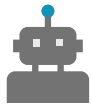




## Impact sur les organisations de service

Pour mieux comprendre l'impact d'une crise sur les départements des services client, [l'équipe de Harvard Business Review](#) de [Tethr](#) (une entreprise d'intelligence artificielle et de machine learning) a réalisé une étude sur un million d'appels de service client impliquant plus de 20 entreprises représentant un large éventail de secteurs.<sup>1</sup> L'étude a pris en compte les appels réalisés entre le 11 mars 2020, lorsque l'OMS a déclaré la pandémie de la COVID-19, et le 26 mars 2020.

L'équipe a classé les appels en fonction du niveau d'effort requis pour que le client atteigne son objectif (de facile à difficile). Sur deux semaines, les entreprises participant à l'étude ont vu en moyenne le pourcentage d'appels considérés comme difficiles doubler, passant de 10 % à 20 %.



## Le rôle de la technologie

La technologie peut aider à résoudre ces problèmes. Par exemple, les départements de services peuvent automatiser des tâches répétitives afin de libérer un temps précieux aux agents. Les clients s'habituent également à interagir sur des canaux libre-service comme les portails et les chatbots. Les chatbots peuvent souvent aider les clients à résoudre des problèmes courants sans avoir à faire appel à un agent en direct. Lorsque cela est nécessaire, le chatbot peut mettre en contact un client avec un agent habilité à résoudre le problème.

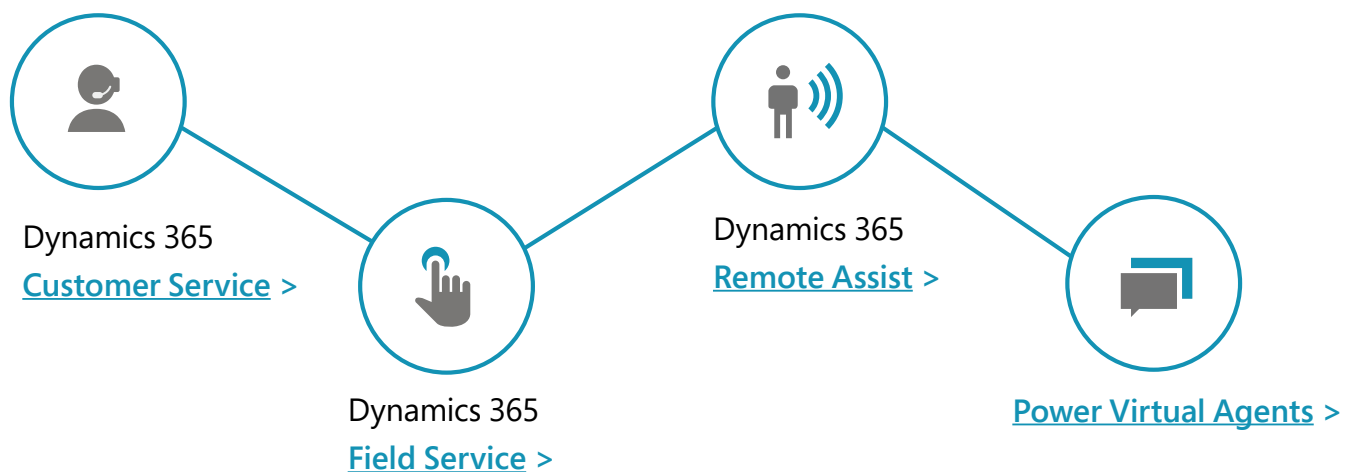
<sup>1</sup>« [Soutenir le service client dans la crise du coronavirus](#) », Harvard Business Review, 2020.



Les capacités d'analyse de données peuvent permettre aux agents des services clients et des services après-vente d'avoir une vision plus globale des clients pour ainsi prendre des décisions en conséquence. Les outils de collaboration permettent aux collaborateurs de première ligne de s'aider mutuellement, même lorsqu'ils ne sont pas sur leur lieu de travail.

La technologie révèle toute sa puissance en combinant ces outils et en faisant transiter les données et les informations de l'agent virtuel à l'agent du service client en passant par les techniciens de terrain, ce qui permet d'offrir aux clients une expérience positive et unifiée.

## Solutions des organisations de services visant à répondre à l'augmentation des demandes clients







## 2. Amélioration de l'efficacité et de l'automatisation pour réduire les coûts

Même si de nombreuses entreprises voient le nombre de demandes clients augmenter, la taille des ressources et du personnel de service est restée dans la plupart des cas identique, ou a été réduite, en raison des licenciements. Cette tendance pourrait perdurer durant des années, puisque les équipes de service doivent composer avec des départements en sous-effectif et des budgets limités. La réponse à ce problème réside dans l'automatisation.

Les entreprises peuvent avoir recours à plusieurs moyens pour réduire la charge de travail administratif des agents et leur permettre de consacrer plus de temps aux clients. Il s'agit notamment de se concentrer sur l'automatisation des processus tels que :



La charge de travail



La gestion des documents



La révision et la validation des documents

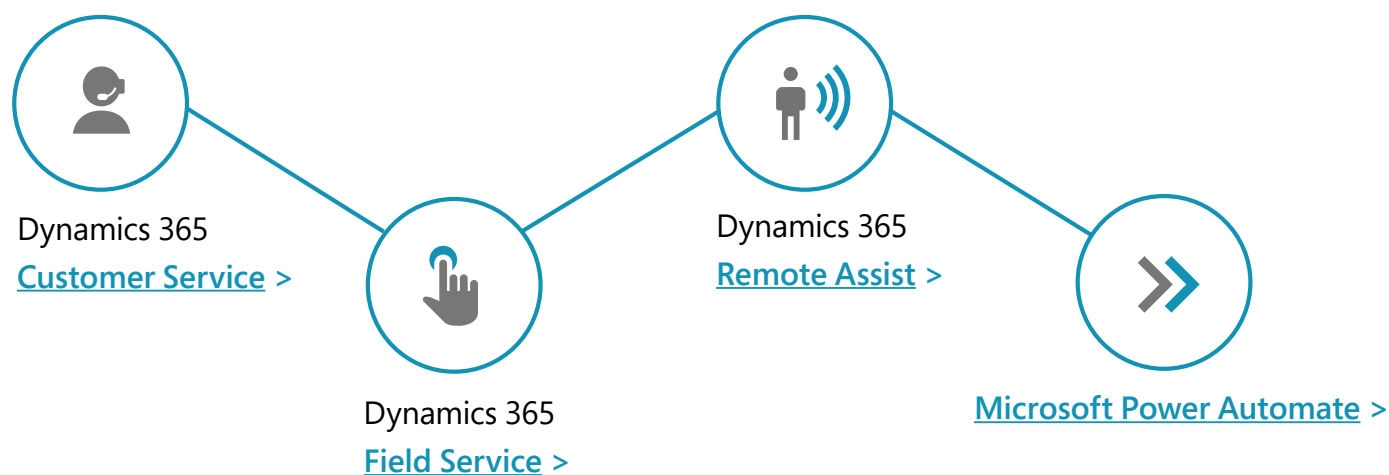


La gestion des demandes des collaborateurs



En rationalisant la gestion des processus métier liés aux services, les agents sont plus susceptibles d'obtenir des informations précises et de mieux servir les clients.

## Solutions de service pour l'automatisation



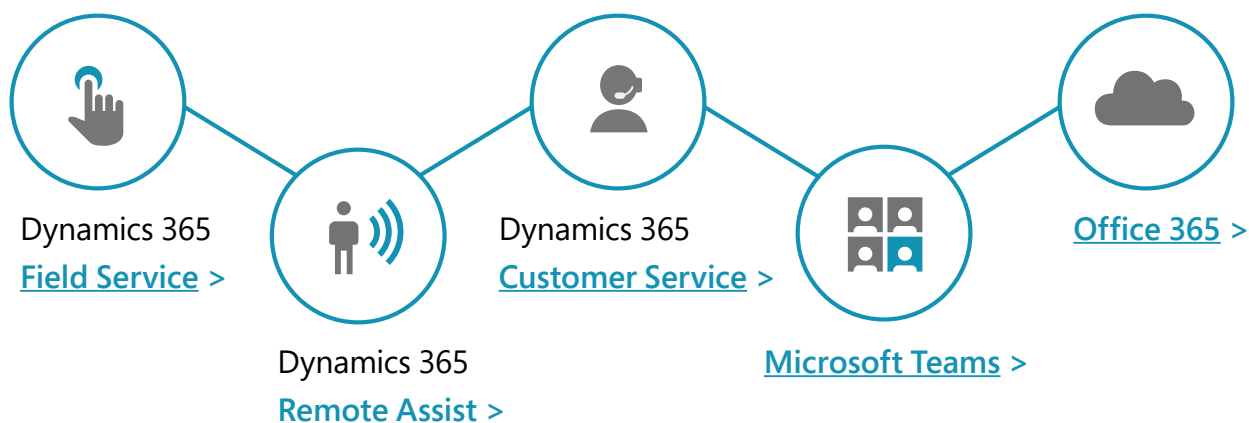


### 3. Soutien des équipes à distance pour garantir un travail efficace

Les organisations de services client ont également constaté une progression du nombre d'agents travaillant à distance, une tendance qui, selon les analystes, devrait se poursuivre. Davantage d'agents travaillant à distance peuvent nécessiter un soutien technologique plus appuyé, qui se traduit notamment par une mise à niveau ou un investissement dans la technologie pour les collaborateurs et par la migration des centres de contact vers des services basés sur le cloud.

Les équipes qui avaient pour habitude de travailler et de collaborer ensemble peuvent également tirer parti des outils et des plateformes de collaboration en ligne. De bons outils de collaboration permettent aux collaborateurs de rester en contact et de recueillir des conseils facilement de manière informelle et ponctuelle.

#### Solutions de service pour le travail à distance



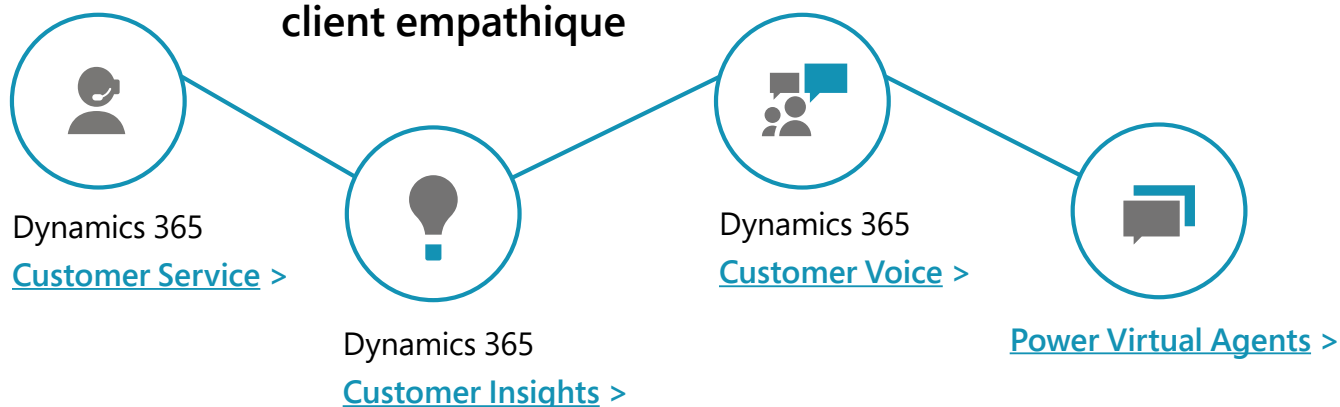


## 4. Mise en œuvre d'une expérience client connectée et empathique

Pour devenir une organisation centrée sur le client il est nécessaire de disposer d'informations de haute qualité, de renseignements sur le client et d'applications de services intégrés pour créer un lien plus personnalisé tout au long du parcours client. En adoptant une vision globale des clients et en réunissant les données transactionnelles, observationnelles et comportementales en temps réel, les professionnels de service peuvent mieux identifier les futures actions et recommandations de produit.

Les organisations intègrent également des informations clients dans les processus numériques. Par exemple, si un client se connecte à un portail en libre-service, un chatbot activé par une IA peut reconnaître le client, établir son profil et identifier le produit ou le service associé à sa demande. Ce chatbot et sa faculté d'identifier une personne et son historique d'achat permet de créer par l'intermédiaire du numérique, une expérience client positive.

### Solutions de services pour une expérience client empathique





## 5. Alignement du service client, service après-vente, agents virtuels et réalité mixte pour créer une expérience client connectée

Lorsque les responsables de service explorent des solutions technologiques, ils cherchent souvent une solution à un problème particulier. Par exemple, une entreprise peut acheter un produit d'agent virtuel pour répondre aux demandes croissantes des clients ou investir dans une offre de réalité mixte pour accroître la productivité des techniciens sur le terrain et sur site industriel, limiter le recours d'experts et leurs déplacements et permettre une résolution plus rapide des problèmes.

Il manque néanmoins un élément essentiel à la réussite de service dans cette approche de solutions ponctuelles : l'intégration de toutes les applications dans le parcours client.



### L'intégration comme fondement de base

Les entreprises qui utilisent des solutions ponctuelles engendrent du travail supplémentaire à leurs agents, qui doivent naviguer dans plusieurs systèmes pour voir toutes les activités du client sur l'ensemble des canaux. Une solution intégrée offre aux agents une vision complète du client, ce qui leur permet de fournir un service rapide et personnalisé.

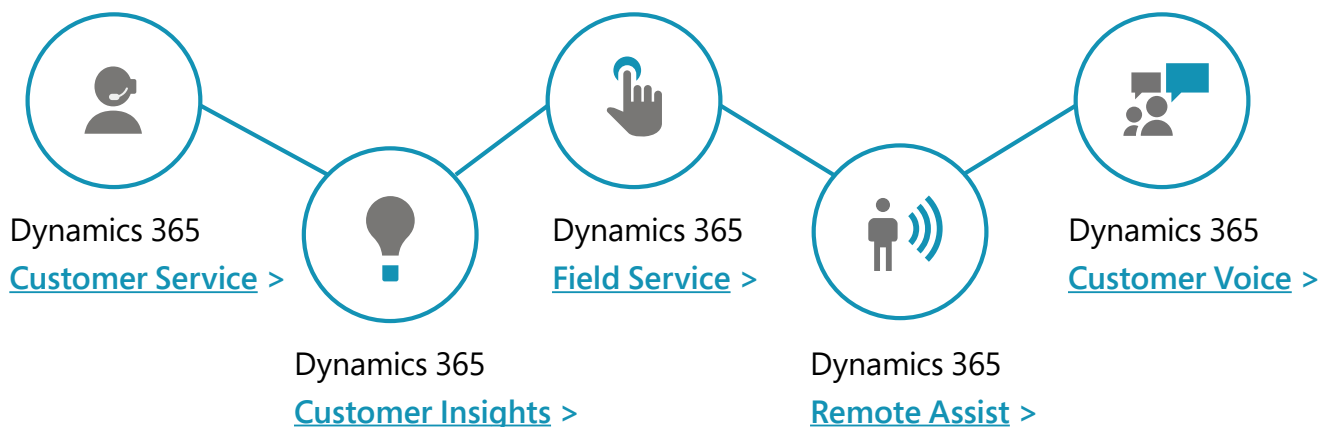


Une approche de solution ponctuelle engendre également des tâches administratives à la charge des agents qu'une solution intégrée pourrait automatiser. Par exemple, une solution intégrée peut regrouper différents aspects d'une assistance téléphonique, tels que la création automatique de billets, l'enregistrement des appels et la documentation de l'historique client, afin que les agents puissent se concentrer sur leur échange avec le client.

La solution intégrée permet également aux responsables d'avoir une meilleure visibilité sur les performances des agents et des départements, ce qui permet de définir des orientations et objectifs de formation.

Les organisations de services doivent, au minimum, démarrer avec quelques solutions intégrées. Une plateforme complète de solutions intégrées permet de rassembler les points forts de chacune des solutions à un nouveau niveau de performance.

## Solutions de service D365



## Étapes suivantes

Les organisations de services ne peuvent plus comparer les niveaux actuels de service avec les précédents. Chaque mois, les clients s'engagent auprès de centaines de fournisseurs. Ils comparent alors votre entreprise non seulement à vos performances passées, mais aussi à toutes les autres entreprises avec lesquelles ils s'engagent, dans votre secteur d'activités ou au-delà.

Les normalisateurs dans un secteur donné, comme la distribution, offrent des niveaux de service que les clients attendent de chaque entreprise. Cela signifie que les professionnels de service ont besoin de tous les moyens nécessaires pour répondre aux attentes des clients et fournir un service de qualité.

La solution technologique intégrée appropriée peut permettre de répondre au besoin de demandes croissantes des clients à l'aide de ressources limitées. Une solution intégrée permet de faire circuler tout au long du parcours de service du client les informations relatives aux clients, ce qui rend l'expérience plus personnalisée, appropriée et positive.

Découvrez comment exploiter pleinement le potentiel des équipes de service client et de service après-vente de votre entreprise.

[Contactez un conseiller commercial](#)



©2020 Microsoft Corporation. Tous droits réservés. Le présent document est fourni « en l'état ». Les informations et les points de vue exprimés dans le document, y compris les adresses URL et autres références à des sites web, sont susceptibles d'être modifiés sans préavis. Vous assumez les éventuels risques associés à leur utilisation. Le présent document ne vous donne pas les droits juridiques propres à la propriété intellectuelle de tout produit Microsoft. Vous pouvez photocopier et utiliser ce document à titre de référence interne.