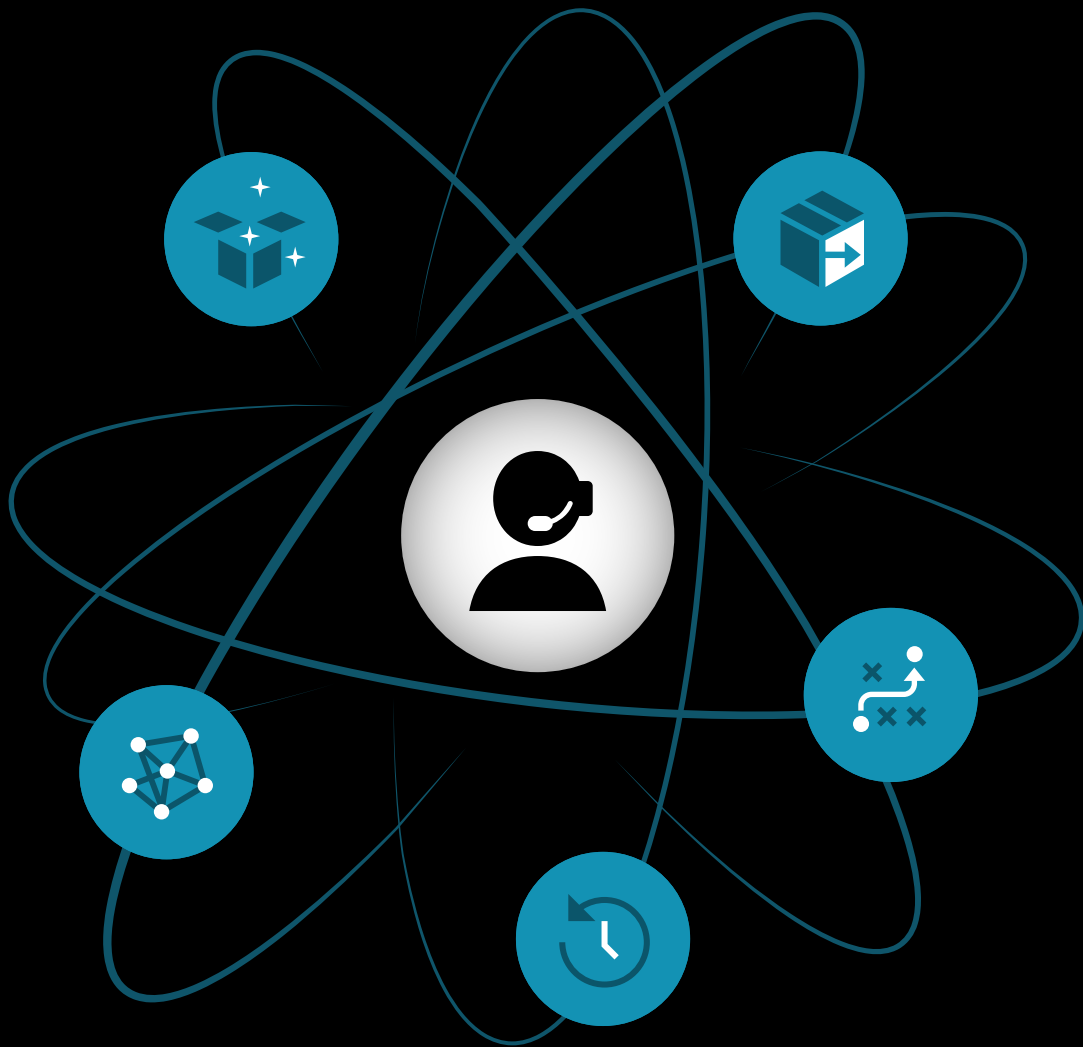


# Cinq ingrédients pour amorcer le service Always-On



## Public visé

Ce livre électronique est destiné aux chefs d'entreprise tels que les vice-présidents aux ventes et au service à la clientèle ainsi que les cadres supérieurs aux objectifs d'affaires, et les agents financiers, opérationnels et technologiques qui :

- Sont confrontés à un volume croissant de demandes de la part des clients et à leurs attentes de plus en plus grandes.
- Souhaitent explorer de nouvelles stratégies d'amélioration du service à la clientèle, des centres de contact et du service après-vente.
- Aimeraient voir comment les entreprises utilisent la technologie pour responsabiliser les clients et les agents du service après-vente.



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



Bien que nous n'ayons pas eu de pandémie depuis de nombreuses années, nous pouvons regarder l'histoire et déduire qu'il y aura de grands changements durables dans l'esprit du client. »

Blake Morgan  
Forbes



Après une crise, le défi de répondre au volume et à l'intensité des demandes de renseignements des clients s'aggrave. Il y a **cinq ingrédients clés** que chaque organisation de services peut intégrer pour assurer d'excellentes expériences client.

**1. Maintenez la qualité du service lorsque le client en demande plus**

Pag. 6

**2. Améliorez l'efficacité et l'automatisation afin de réduire les coûts**

Pag. 9

**3. Soutenez les équipes distantes à travailler efficacement**

Pag. 11

**5. Harmonisez le service à la clientèle, le service après-vente, les agents virtuels et la réalité mixte pour créer une expérience client connectée**

Pag. 13

**4. Offrez une expérience client connectée et empathique**

Pag. 12



## Dans l'esprit de 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, cependant, le maintien d'un service de haute qualité à mesure que le nombre de demandes augmente est plus difficile.

Les clients s'attendent à ce que les organisations fournissent un service exceptionnel en tout temps, peu importe ce qui se passe au sein ou au-delà de votre organisation. Les entreprises qui répondent bien à de nouveaux défis se démarqueront à court et à long terme. Pour ce faire, ils ont besoin d'une technologie adéquate.

De nombreuses organisations de services peuvent être tentées de rechercher des solutions ponctuelles pour des problèmes spécifiques. Ceux qui optent pour des solutions intégrées découvriront un avantage unique résultant de la synthèse de plusieurs éléments vitaux. Ce livre électronique explore chacun des cinq éléments essentiels pour libérer le potentiel de réussite des services à la clientèle et après-vente de chaque entreprise.



# 1. Maintenez la qualité du service lorsque le client en demande plus

De nombreuses entreprises des États-Unis s'efforcent de suivre le rythme des augmentations d'appels de service. Cette tendance s'attardera tant et aussi longtemps que l'impact de la pandémie de 2020 se fera sentir dans notre vie et notre économie.

Les services financiers, la fabrication et les organisations du secteur public font face à certains des plus grands défis. Les banques, par exemple, peuvent faire face à une augmentation du nombre de clients qui tentent de mettre au point de nouveaux arrangements en matière d'auto, de carte de crédit et de paiements hypothécaires. Les travailleurs de première ligne dans le secteur manufacturier sont soumis à des pressions pour assurer la production, malgré un nombre réduit de personnes au travail. Les organisations du secteur public reçoivent un nombre record de demandes de 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 des volumes de cas plus élevés de la part de clients stressés et frustrés.





## L'incidence sur les organisations de service

Pour mieux comprendre les conséquences d'une crise sur le service à la clientèle, [l'équipe Harvard Business Review](#) de [Tethr](#) (une entreprise d'intelligence artificielle et d'apprentissage automatique) a réalisé une étude portant sur un million appels de service à la clientèle impliquant plus de 20 entreprises qui représentent un large éventail d'industries.<sup>1</sup> Les appels ont eu lieu entre le 11 mars 2020, lorsque l'OMS a déclaré la COVID-19 une pandémie, 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, l'entreprise moyenne participant à l'étude a vu le pourcentage d'appels difficiles doubler, passant de 10 % à 20 %.



## Le rôle de la technologie

La technologie peut aider à résoudre ces problèmes. Par exemple, les services à la clientèle peuvent automatiser les tâches répétitives pour libérer du temps précieux pour les agents. Les clients s'habituent également à interagir avec les canaux en libre-service, comme les portails et les robots conversationnels. Les robots conversationnels peuvent souvent aider les clients à résoudre des problèmes courants sans avoir besoin de l'intervention d'un agent. Lorsque cela est nécessaire, le robot conversationnel peut connecter un client à l'agent le mieux adapté pour résoudre le problème.

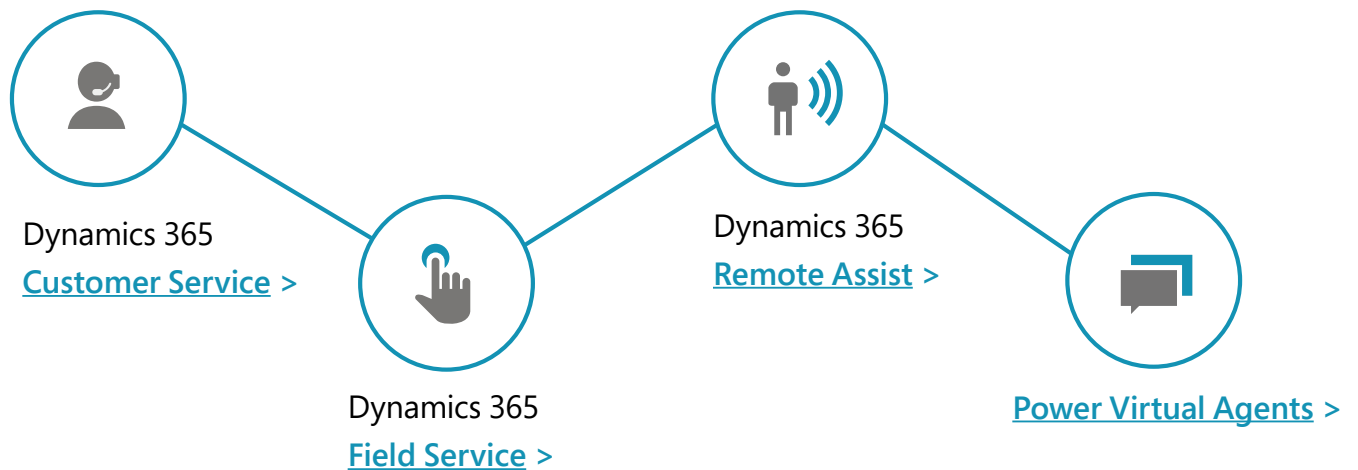
<sup>1</sup> « [Supporting Customer service through the coronavirus Crisis](#) », Harvard Business Review, 2020.



Les capacités d'analyse peuvent donner aux clients et aux agents du service après-vente une vue plus globale des clients pour une meilleure prise de décision. Les outils de collaboration aident les employés de première ligne à se soutenir mutuellement, même lorsqu'ils ne sont pas au bureau.

Le véritable pouvoir de la technologie émerge lorsque ces outils se rejoignent, avec des données et des informations passant de l'agent virtuel à l'agent du service à la clientèle au technicien sur le terrain, offrant une expérience transparente et positive pour les clients.

## Solutions pour les organisations de services afin de répondre aux augmentations de la demande des clients







## 2. Améliorez l'efficacité et l'automatisation afin de réduire les coûts

Même si de nombreuses entreprises voient le nombre de demandes des clients augmenter, dans la plupart des cas, la taille du personnel de service et des ressources est demeurée la même, voire réduite en raison des licenciements. Cette tendance peut se poursuivre pendant des années, car les équipes de service font face à un manque de personnel et à des budgets limités. La réponse à ce problème réside dans l'automatisation.

Il existe plusieurs façons pour les entreprises de réduire le travail administratif des agents et ainsi libérer du temps pour se concentrer sur les clients. Notamment se concentrer sur l'automatisation des processus tels que :



Les charges de travail



La gestion des documents



La vérification des documents et leurs approbations

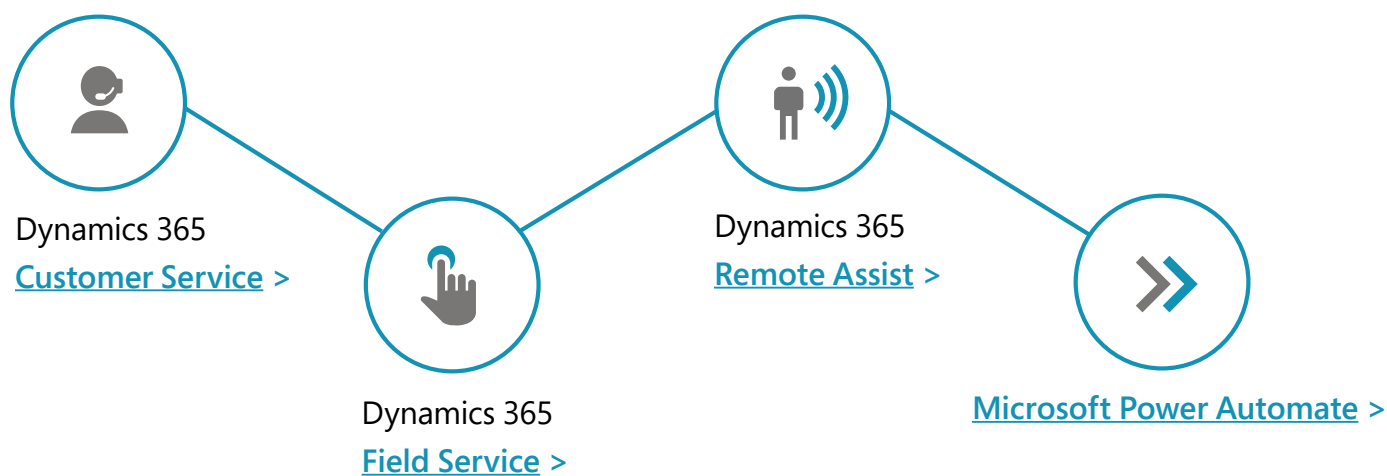


La gestion des demandes des employés



En simplifiant la gestion des processus d'activité liés aux services, les agents sont plus susceptibles d'avoir des informations précises et ainsi de mieux servir les clients.

## Solutions de service pour l'automatisation



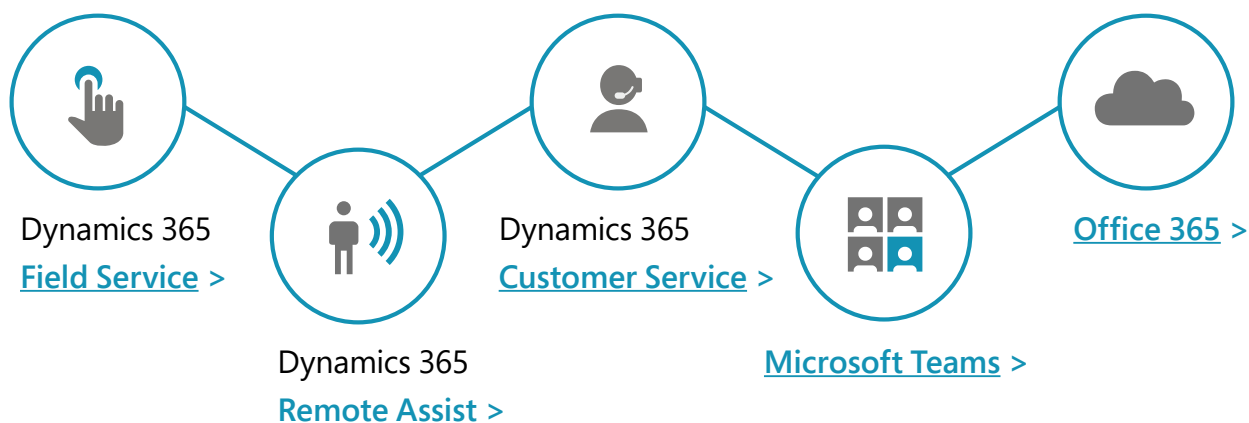


### 3. Soutenez les équipes distantes à travailler efficacement

Les organisations de service à la clientèle ont également constaté une transition vers un plus grand nombre d'agents travaillant à distance, les analystes prédisent que cette tendance continuera. Un plus grand nombre d'agents travaillant à distance peut nécessiter un soutien technologique accru, notamment en investissant ou en améliorant la technologie pour les travailleurs et en transférant les centres de contact vers des services basés sur le nuage.

Les équipes qui avaient l'habitude de travailler et de collaborer au bureau peuvent également bénéficier des outils et des plateformes de collaboration en ligne. Des outils de collaboration de qualité permettent aux employés de rester connectés et de recueillir des conseils de manière informelle et ponctuelle.

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



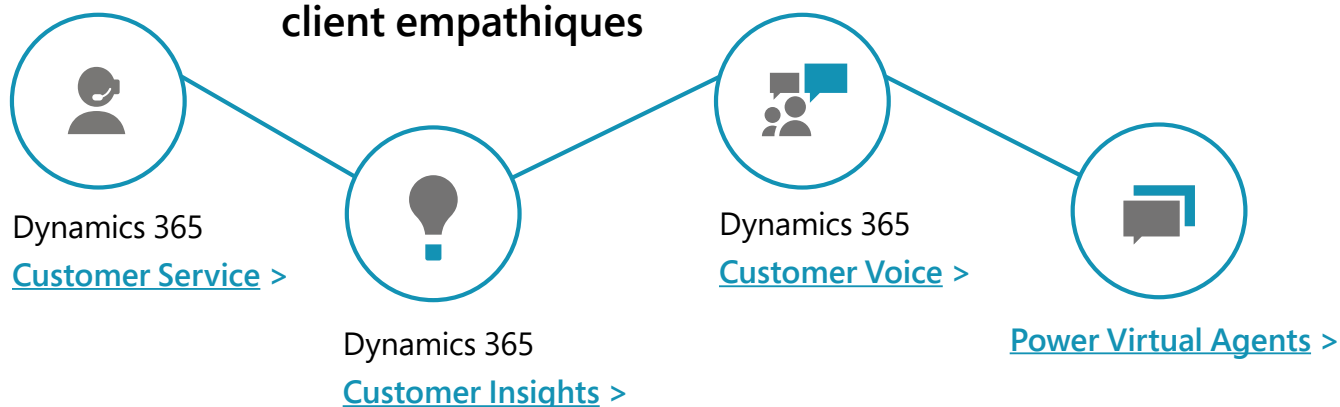


## 4. Offrez une expérience client connectée et empathique

Le fait de devenir une organisation centrée sur le client exige des informations de haute qualité, des renseignements sur les clients et des applications de service intégrées pour créer un engagement plus personnalisé tout au long du parcours client. En adoptant une vision holistique des clients et en réunissant des données transactionnelles, d'observation et comportementales en temps réel, les professionnels du service à la clientèle peuvent mieux déterminer les meilleures actions à entreprendre et les meilleurs produits à recommander.

Les organisations intègrent également les renseignements sur les clients dans les processus numériques. Par exemple, si un client se connecte à un portail en libre-service, un robot conversationnel activé par l'intelligence artificielle peut reconnaître le client, prendre son profil et déterminer le produit ou le service lié à sa demande. Avoir un robot conversationnel capable de reconnaître la personne et son historique d'achat est une façon numérique de créer une expérience client positive.

### Des solutions de service pour des expériences client empathiques





## 5. Harmonisez le service à la clientèle, le service après-vente, les agents virtuels et la réalité mixte pour créer une expérience client connectée

Lorsque les chefs de service explorent des solutions technologiques, ils cherchent souvent une solution pour résoudre un problème spécifique. Par exemple, une entreprise peut acheter un robot virtuel pour répondre aux demandes croissantes des clients ou investir dans une offre de réalité mixte pour augmenter la productivité des techniciens de terrain et de site de fabrication, réduire le besoin de voyager des experts et permettre une résolution des problèmes plus rapide.

Le problème avec cette approche c'est que dans les solutions ponctuelles, il manque l'élément essentiel pour la réussite du service : l'intégration de toutes les applications dans le parcours client.



### Faire de l'intégration la base

Les entreprises qui utilisent des solutions ponctuelles créent un travail supplémentaire pour leurs agents, qui doivent naviguer dans plusieurs systèmes pour voir toutes les activités d'un client sur tous les canaux. Une solution intégrée donne aux agents une image complète du client, ce qui leur permet d'offrir un service rapide et personnalisé.

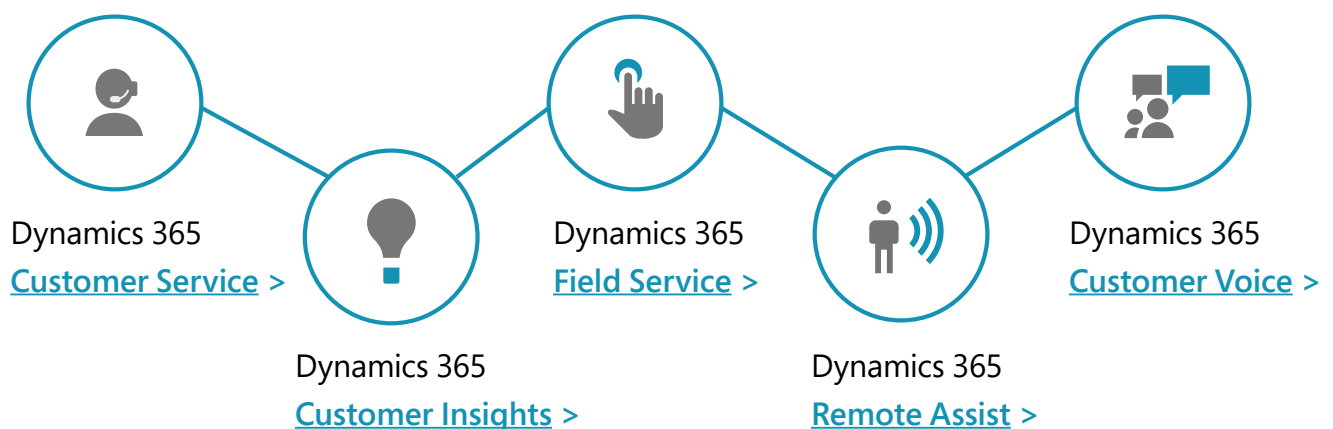


Une approche point-solution charge également les agents avec des tâches administratives qu'une solution intégrée pourrait automatiser. Par exemple, une solution intégrée peut regrouper divers aspects de la prise en charge téléphonique, comme la création automatique de billets, l'enregistrement des appels et la documentation sur l'historique des clients, afin que les agents puissent se concentrer sur les interactions avec les clients.

L'utilisation d'une solution intégrée permet également aux responsables de mieux voir les performances de leur service et de leurs agents individuels, ce qui peut aider à définir des objectifs et des orientations de formation.

Les organisations de services devraient, au minimum, commencer par quelques solutions intégrées. Travailler avec une plateforme complète de solutions intégrées fait des atouts de chaque solution une nouvelle norme de performance.

## Solutions de service D365



## Étapes suivantes

Les organisations de services ne peuvent plus comparer les niveaux de service actuels par rapport à ceux du passé. Les clients interagissent avec des centaines de fournisseurs chaque mois. Ils comparent ainsi votre entreprise non seulement à vos performances passées, mais aussi à toutes les autres entreprises avec lesquelles elles interagissent, à l'intérieur et à l'extérieur de votre secteur.

Les organismes normalisateurs d'un secteur, comme la vente au détail, offrent le niveau de service auquel les clients s'attendent de chaque entreprise. Cela signifie que les professionnels du service ont besoin de tous les avantages possibles pour répondre aux attentes des clients et offrir un service de qualité.

La solution de technologie intégrée adéquate peut aider à répondre aux besoins créés par l'escalade de demande des clients à l'aide de ressources limitées. En adoptant une solution intégrée, les informations relatives aux clients peuvent circuler tout au long du parcours de service du client, ce qui rend leur expérience plus personnalisée, plus pertinente et plus positive.

Apprenez-en davantage sur la façon dont vous pouvez développer le plein potentiel des équipes de service à la clientèle et de service après-vente de votre organisation.

**Communiquez avec un conseiller  
du service des ventes**



© Microsoft Corporation, 2020. Tous droits réservés. Le présent document est fourni « tel quel ». Les renseignements et les opinions qui y sont exprimées, y compris les URL et les autres références de sites Web, peuvent faire l'objet de modifications sans préavis. Vous assumez tous les risques liés à son utilisation. Ce document ne vous donne aucun droit légal sur aucune propriété intellectuelle dans les produits Microsoft. Vous pouvez copier et utiliser ce document uniquement à des fins de référence interne.