



Tipsheet

Cartographier le parcours client moderne avec une expérience omnicanal

70 % des clients dans le monde préfèrent les marques qui fournissent des services sur plusieurs canaux.

Les clients d'aujourd'hui sont difficiles à satisfaire et pas faciles à duper. Alors qu'ils exercent leur pouvoir sur le choix des canaux, vous devez créer des parcours qui soient totalement transparents.

Voici comment enchantez vos clients sans effort en créant des expériences cross-canal :

1 Libre-service

Le client d'aujourd'hui veut prendre le contrôle de son expérience. A moins que la résolution du problème soit au-delà de leurs capacités, ils veulent le faire eux-mêmes. Et d'ailleurs, comment en vouloir à vos clients qui ne recherchent qu'une solution rapide et simple à des problèmes courants ? En réalité, plus vous donnez les capacités à vos clients de répondre à leurs propres questions, plus ils seront satisfaits, et moins vous surchargez vos agents.

76% des clients dans le monde préfèrent commencer par essayer de résoudre leur problème eux-mêmes avant de contacter le support.

Enchantez vos clients en :

- Les aidant à s'aider avec une base de connaissance efficace et un chat en libre-service
- Rendant le support accessible 24/7 avec des IA et des chatbots
- Étant disponible sur de multiples canaux, comme l'email, le téléphone, les réseaux sociaux, le chat et la messagerie instantanée

2 Chat & Messagerie

Le Live Chat est passé d'un canal "nice-to-have" au "must-have" pour les services clients. Les clients sont impatients et s'attendent à des réponses instantanées. Rajoutez à ce mélange une dose de clients "millennials" et vous comprendrez pourquoi les conversations instantanées sont maintenant la base.

Alors que les centres de contact traditionnels restent populaires, le Live Chat monte en puissance, avec 21% des clients interrogés dans le monde qui en font leur canal préférentiel.

Enchantez vos clients en :

- Leur offrant des résolutions immédiates dans un contexte complet.
- Ayant des conversations avec eux sur les canaux de messagerie qu'ils préfèrent (Facebook Messenger, Apple Business Chat, Whatsapp, et plein d'autres...)
- Dirigeant les requêtes vers les bons agents grâce au routing intelligent des tickets.

3 Email

Aussi "old school" que ça peut paraître, l'email reste un canal vers lequel les clients se tournent pour des problèmes compliqués. Les longues explications ou la personnalisation sont légions sur ce canal. L'email est une opportunité unique d'avoir des conversations qui vous permettront de construire une vraie relation avec vos clients.

77% des clients dans le monde utilisent l'email comme un canal régulier, et 36% le préfèrent aux autres canaux.

Enchantez vos clients en :

- Ayant un contexte complet de leur parcours
- Ne les faisant pas attendre pour le bon agent grâce à des règles d'assignement intelligentes.
- Revenant rapidement vers eux, en aidant vos équipes à collaborer efficacement

4 Réseaux Sociaux

Les clients qui expriment leur frustration sur les réseaux sociaux ont souvent l'impression que vos autres canaux les ont laissés tomber. Ils ont eu une mauvaise expérience avec votre support et ne vont très certainement pas se retenir sur les critiques, particulièrement pas sur des canaux publics comme les réseaux sociaux. Mauvaise presse n'est jamais bonne pour les affaires. C'est pourquoi vous devez vous occuper de ces demandes en priorité.

46% des clients dans le monde expriment leurs critiques sur l'expérience d'une marque en la postant sur les réseaux sociaux.

Enchantez vos clients en :

- Utilisant l'IA pour dénicher les commentaires qui requièrent votre attention
- En mettant les choses dans leur contexte (car il s'agit d'une discussion publique)
- Rendant vos efforts visibles et immédiats

5 Téléphone

À l'ère des conversations pleines d'abréviations, un appel de vos clients signifie qu'il y a urgence. Les clients décrochent le téléphone pour vous joindre lorsqu'ils sont en déplacement, ou s'ils requièrent votre attention immédiate. Aidez-les en restant joignable et en arrivant au cœur du problème. Rapidement.

54% des clients à travers le monde utilisent régulièrement le téléphone pour entrer en contact avec des marques.

Enchantez vos clients en :

- Leur épargnant le besoin de tout expliquer
- Minimisant les temps d'attente et équilibrant les ressources entre les canaux
- Restant joignable en dehors des heures de travail du support, avec des robots vocaux.

6 Ne réagissez pas. Prédisez.

Face à une compétition féroce, il est crucial de montrer à vos clients que vous prenez soin d'eux. Les données clients peuvent vous aider à créer des expériences proactives et personnalisées qui vous distinguent de la concurrence. Prévenez les problèmes avant qu'ils ne se produisent et dès le premier signe de friction en anticipant les besoins de vos clients. Vous pourrez ainsi intervenir au bon moment, plutôt qu'une fois qu'ils vous sollicitent.

69% des clients dans le monde préfèrent les marques qui les notifient et les aident de manière proactive.

Enchantez vos clients en :

- Utilisant les données clients pour anticiper leurs besoins.
- Évitant les frustrations avant qu'elles ne se produisent.
- Les tenants informés proactivement avant qu'ils aient besoin de le demander.

Vous voulez offrir une expérience moderne, sans efforts ni frictions à vos clients et vos équipes de support ?

Planifiez une démo dès maintenant ->

