



4 étapes pour dynamiser votre stratégie de service client dans un contexte incertain



Ajustez votre approche

La pandémie mondiale de la Covid-19 a contraint la majorité des entreprises à s'adapter à un mode de travail digital et à imposer le télétravail à leurs employés. Lors du confinement, les centres d'appels ont été sursollicités, ce qui a eu pour conséquences de submerger les conseillers, qui ont dû non seulement faire face à l'augmentation du travail mais aussi au manque d'outils technologiques.

Pour répondre aux attentes de vos clients et leur laisser une impression pérenne et positive après la fin de la pandémie, suivez les quatre étapes suivantes :

1 Montrez à vos clients que vous leur portez de l'attention

2 Soutenez vos conseillers

3 Faites baisser les coûts

4 Élaborez des stratégies à valeur ajoutée

Montrez à vos clients que vous leur portez de l'attention

C'est l'occasion unique de montrer à vos clients que vous êtes à leurs côtés. Dans un contexte où tout paraît incertain, il est important de vous différencier auprès de vos clients et de les accompagner pour retrouver un sentiment de normalité et de sécurité. Que faire pour qu'ils sachent que vous vous souciez d'eux ? Voici deux solutions :

Optimisez vos options en libre-service : soyez disponible 24h/24, 7j/7

Dans cette période où le temps n'a plus la même valeur et où vos clients ont plus que jamais besoin de vous, il est temps de remédier au bon vieux paradigme du centre d'appels et de passer au niveau supérieur. Booster vos solutions en libre-service à l'aide d'assistants virtuels intelligents (IVA) peut faire toute la différence. Les IVA peuvent comprendre le parcours de chaque client et fournir des informations contextuelles en temps réel, sans aucune interruption.

Boostez vos capacités de prise en charge numérique : interagissez avec vos clients là où ils sont

Vos clients sont sur les réseaux sociaux. Et vous ? Si vous n'êtes pas encore présent sur ces canaux de communication, il est temps de vous y mettre ! Que ce soit sur votre site web ou via un autre support digital, vous devez être en mesure de répondre rapidement à chacune de leurs demandes. De plus, ces supports permettent à vos conseillers de traiter plusieurs demandes simultanément, un atout crucial à un moment où le volume de demandes est plus important que jamais.

Dans un contexte où tout paraît incertain, c'est l'occasion de vous différencier auprès de vos clients et de les accompagner pour retrouver un sentiment de normalité et de sécurité.



Soutenez vos conseillers

Dans un centre d'appels, les conseillers travaillent souvent en équipe : ils collaborent et partagent leurs expériences pour résoudre des questions et problèmes clients. Se retrouvant soudain à travailler seuls de chez eux, vos conseillers auront besoin d'un nouvel outil digital, qui leur permettra de partager leurs expériences avec leurs responsables et de continuer à recevoir leurs conseils. Voici deux stratégies clés pour mieux soutenir vos conseillers durant toute cette période :

Déployez de nouvelles méthodes de collaboration et de conseil : remédiez aux lacunes

Face à cette situation inédite et difficile, les clients rencontrent de nouvelles problématiques. La nature de leurs attentes change. À l'heure actuelle, la pro-activité des outils digitaux tels que l'automatisation et l'intelligence artificielle permettent de remédier aux lacunes de vos conseillers et les aident à répondre aux problématiques de vos clients avec pertinence, rapidité et aisance.

Simplifiez le travail des conseillers grâce à l'automatisation : réduisez les tâches répétitives

C'est le moment idéal pour se poser cette question : comment l'automatisation robotisée des processus (RPA) peut vous aider à accélérer vos tâches et faciliter le travail de vos conseillers. La RPA ne nécessite aucune intervention, peut exécuter les tâches à faible valeur ajoutée de vos conseillers, telles que le copier-coller des données entre écrans ou la conclusion de toutes les interactions. Ainsi vos conseillers peuvent se consacrer à d'autres tâches en offrant un service plus empathique à vos clients.



Faites baisser les coûts

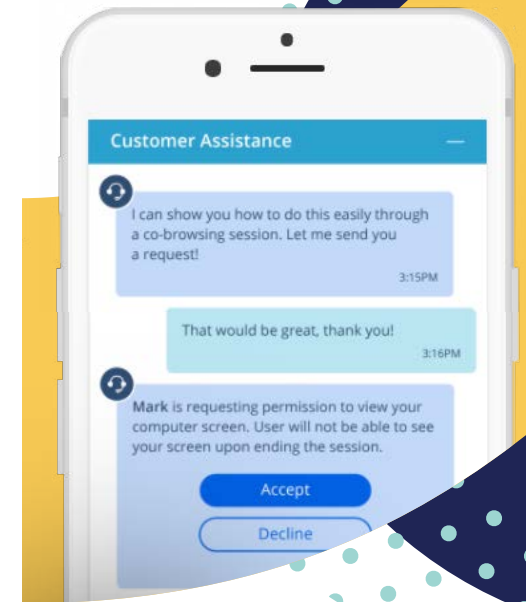
Le client est au cœur de votre stratégie de service. En cette période économique difficile, il est essentiel de maintenir les coûts et de limiter les dépenses. Les entreprises ont besoin de s'assurer qu'elles peuvent optimiser le temps sur le service client. Cela implique une maîtrise des coûts et du service liés tout en garantissant la qualité de service à vos clients. Voici ce que vous pouvez faire :

Catégorisez les demandes : réduisez le volume d'événements de backlog

Nombre d'entreprises font face à une vague sans précédent de demandes, ce qui allonge le délai d'attente des clients (appels, emails), tout en essayant de catégoriser ces sollicitations. Il est temps d'élargir vos services d'assistance grâce aux outils digitaux et de donner à vos conseillers les outils dont ils ont besoin pour traiter les demandes, optimiser et accroître leurs performances. En parallèle, les robots de messagerie peuvent filtrer les nombreux e-mails, classer, catégoriser et attribuer les e-mails aux conseillers dédiés, ce qui réduit le flux des e-mails entrants.

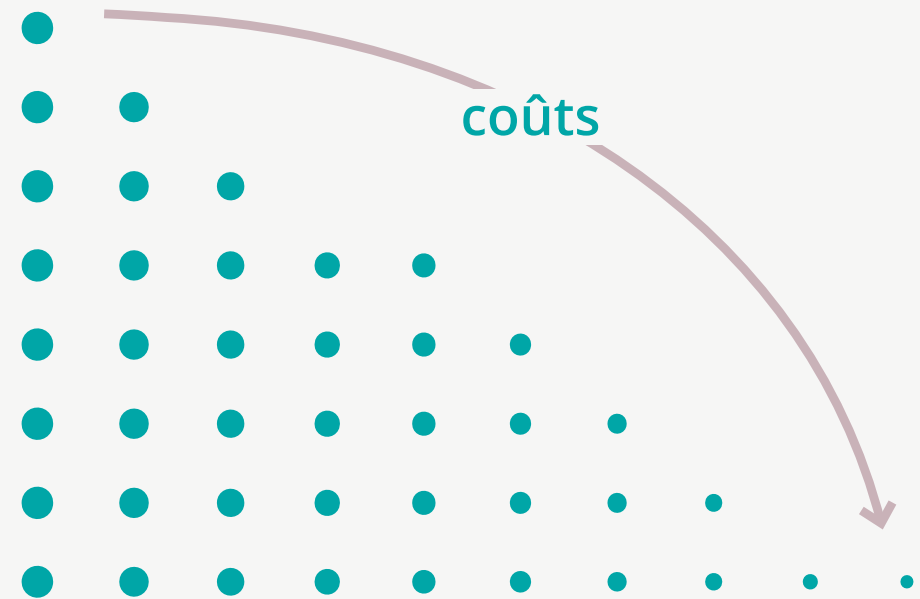
Dopez l'efficacité : accélérez la capacité de traitement et réduisez les coûts

Le case management dynamique permet de réduire les délais de traitement moyens et le coût de service. Assurer la continuité dans le suivi des dossiers tout au long du parcours client accélère les interactions et élimine les tâches sans véritable valeur ajoutée. Associé à des conseils intelligents sur des canaux automatisés et assistés par des conseillers, le case management dynamique facilite le passage d'un canal de communication à un autre, sans que les clients n'aient à se répéter. En transposant le contexte client sur chacun de vos canaux d'interaction, du web à vos conseillers par exemple, vous réduirez les délais de traitement moyens et serez plus à même d'offrir au client une réponse immédiate dès le premier appel.





« Les entreprises veulent s'assurer que leurs investissements dans le service client sont justifiés et cela signifie revoir à la baisse le coût du service même si les clients ont plus que jamais besoin de vous. »



Élaborez des stratégies à valeur ajoutée

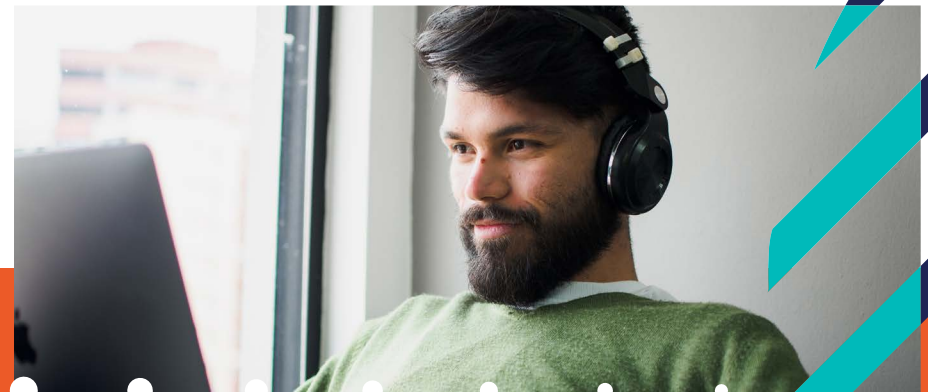
Face à une économie incertaine, protéger la trésorerie de l'entreprise est crucial. Vous devez adopter des stratégies novatrices pour conserver vos parts de marché et vos meilleurs clients. Primes de fidélité, solutions à valeur ajoutée, mise en place de plans de paiement allégés pour laisser à vos partenaires et clients le temps de recouvrer les pertes essuyées lors de la pandémie... Autant de stratégies que vous pouvez mettre en œuvre pour conserver le cap.

Fidélisez les clients à leur juste valeur : faites des offres personnalisées

La dernière chose que vous voulez à tout prix éviter est d'essuyer de nouvelles pertes. Il est probable que certains clients seront contraints de réduire leurs dépenses, voire rencontreront des difficultés financières. Ne laissez pas vos clients vous quitter simplement parce qu'ils sont temporairement en difficulté ! Faites preuve d'empathie et convenez ensemble de solutions (report des échéances, remises, primes de fidélité...). Faites-en sorte qu'ils sachent que vous êtes à leurs côtés. Identifiez la « next-best-action » pour faire de chaque client un partenaire futur.

Donnez le meilleur de vous-même : proposez des solutions pertinentes

Demandez-vous ce que vous pouvez faire pour vos clients, outre le fait d'apporter une réponse à leur demande. De quelles solutions pourraient-ils avoir besoin durant cette période ? Ne pourriez-vous pas, par exemple, offrir une protection contre les découverts à un client qui se retrouve soudain à court d'argent ? En prenant vos décisions selon le principe de « next-best-action », vous pouvez proposer des offres pertinentes et convaincantes aux bons clients, et éviter à vos autres clients d'avoir à subir des conversations qui ne les concernent pas et ne feraient que les irriter et allonger inutilement les délais de traitement moyens.



Nous résolvons les grands défis d'aujourd'hui et de demain.

Ces quatre étapes peuvent vous aider à faire face aux nouveaux défis d'un monde en télétravail et adapter votre entreprise pour l'avenir. Une stratégie de service client de qualité passe par votre capacité à montrer à vos clients que vous les accompagnez et que vous épauliez vos conseillers. Réduire le coût de service pour chacun de vos clients en basculant vers des outils digitaux et en garantissant la qualité du service est l'objectif premier de très nombreuses entreprises qui s'engagent sur la voie de la digitalisation. Les cadres doivent d'abord privilégier les sources de revenus majeures de l'entreprise, et c'est d'autant plus vrai dans un monde disruptif.

Si vous éprouvez des difficultés à faire face à la demande actuelle, adoptez des solutions pérennes, qui sauront résister à toutes les tempêtes. Les stratégies présentées ici ne sont pas de simples solutions temporaires, mais doivent constituer le socle de vos efforts de transformation digitale à grande échelle, peu importe ce que sera le « nouveau normal ».



Durant cette période exceptionnelle, Pega est à vos côtés.

Consultez notre livre blanc pour aider votre entreprise à améliorer ses prestations dans un contexte difficile.

Téléchargez-le [ici](#).



Pega est le leader des logiciels dans le cloud dédié à l'engagement client et à l'excellence opérationnelle. Les plus grandes marques internationales font confiance aux solutions logicielles basées sur l'IA de Pega pour optimiser chaque interaction client sur n'importe quel canal, tout en s'assurant que les promesses de la marque sont tenues. La plateforme de développement d'applications low-code de Pega permet aux entreprises de créer et de faire évoluer rapidement des applications répondant aux besoins de leurs clients et de leurs employés et favorisant une transformation numérique globale. Depuis plus de 35 ans, Pega aide les entreprises à accroître la satisfaction des clients, réduire leurs coûts et augmenter la valeur vie client.

Pour de plus amples informations, rendez-vous sur [pega.com](https://www.pega.com)