

Le case management 2.0 :

Transformer le service client

Sommaire

- 3** Mettre un terme aux redondances dans les centres d'appels
- 4** Améliorer les workflows des processus grâce au *case management*
- 6** Les défis d'une architecture de service client « channel-led »
- 7** Bienvenue dans le *case management 2.0* du service client
- 10** Simplifier le service à l'aide du *case management* multidimensionnel, quel que soit le cas
- 11** Il est temps de mettre à niveau votre service client

Mettre un terme aux redondances dans les centres d'appels

Vous-même, ainsi que les agents de votre service client, avez probablement entendu cette phrase : « Mais je vous ai déjà donné mon numéro de compte ». Et vous-même l'avez sans doute prononcée au moins une fois en tant que client. Les redondances sont un point de friction majeur dans les centres d'appels. Il s'agit en effet du principal sujet de frustration, aussi bien pour les clients que pour les employés.¹

Lorsqu'on demande aux clients ce qui les agace le plus lors de leurs échanges avec le service client, ils répondent dans la plupart des cas : « devoir répéter les mêmes informations ». De même, lorsqu'ils sont interrogés sur la principale difficulté à laquelle sont confrontés les services clients, les dirigeants et les employés de ces services citent le fait de « demander aux clients de répéter les mêmes informations ».

Ces problèmes de redondance ne sont toutefois que le symptôme d'un problème organisationnel bien plus important.

Quel est le problème majeur en matière de service ?

Le manque de connexion entre les systèmes, les canaux et les tâches génère des processus inefficaces, qui fractionnent le parcours des clients et des agents.

¹La résolution, nouvelle priorité, Pega, 2021, pages 6 et 8

Améliorer les workflows des processus grâce au *case management*

Le service client est motivé par un besoin effectif. Lorsque les clients rencontrent une difficulté avec un produit ou un service, souhaitent formuler une réclamation ou nécessitent la mise à jour de leurs données, ils recherchent toujours la même chose : un moyen simple et rapide de résoudre leurs problèmes, et ce, de préférence sur le canal de leur choix (téléphone, e-mail ou SMS notamment). Il arrive que les demandes des clients soient simples et puissent être résolues immédiatement (par exemple, vérifier le solde sur une facture). À d'autres moments, ces demandes peuvent être complexes et leur résolution nécessite un certain nombre d'étapes et d'opérations. Pour gérer ces demandes plus complexes, les entreprises utilisent des processus spécifiques qui permettent de résoudre les problèmes de leurs clients. L'ensemble des différentes tâches et activités requises pour fournir une solution s'appelle le ***case management***

Les formes les plus courantes du *case management* logiciel consistent à automatiser l'affectation des tâches, à savoir le flux de travail passant d'une personne à la suivante. Elles n'automatisent pas nécessairement les tâches elles-mêmes. Même si ces solutions sont adaptées à l'affectation et à l'acheminement des tâches, il s'agit essentiellement d'une simple gestion de tickets. Elles nécessitent toujours la présence d'agents qui connaissent l'action suivante et effectuent des tâches manuelles et répétitives impliquant souvent plusieurs systèmes et départements, ce qui allonge les temps de traitement et produit une expérience frustrante pour tous.



Le *case management* 1.0 est unidimensionnel et présente plusieurs lacunes :

1. Il n'orchestre pas les tâches sur l'ensemble des systèmes et des canaux.
2. Il ne bénéficie pas de fonctions d'automatisation et d'exécution, ce qui se traduit par des tâches manuelles et des délais de résolution plus longs.
3. Il n'aide pas les agents et les bots à prendre des décisions, ni à travailler plus efficacement.
4. Il entraîne une longue liste de demandes de modifications adressées aux équipes de développement, ce qui nécessite des ressources informatiques considérables pour un coût accru.

Malheureusement, cette forme de *case management* reste la norme dans de nombreux centres d'appel à l'heure actuelle.

En effet, les centres qui ont recours à une version de base du *case management* sont soumis à des pressions accrues en raison de l'augmentation du volume des demandes, des canaux déconnectés et des exigences croissantes des clients. Ils recherchent donc des moyens de fournir plus rapidement des solutions et de gérer les volumes d'appel en proposant des parcours numériques alternatifs et des options en libre-service.

Les défis d'une architecture de service client « channel-led »

La version de base du *case management* ne résout pas le problème majeur qui freine les efforts des centres d'appel (le manque de connexion entre les processus, canaux et systèmes auxquels ils ont recours pour la résolution des problèmes). Pour compliquer les choses, les clients veulent des résolutions simples et rapides sur le canal de leur choix, contraignant les entreprises à proposer leurs services sur un plus grand nombre de canaux, même lorsqu'elles doivent pour cela créer des processus déconnectés.

À l'heure actuelle, 68 % des entreprises affirment proposer un service omnicanal. Pour 70 % d'entre elles, cela signifie offrir un service sur quatre canaux ou plus.² À chaque ajout de canal, les entreprises implémentent de nouveaux processus et risquent de générer des silos qui compromettent la fluidité du parcours de service client. Ces silos sont une source fréquente de frustration chez les agents. Ils limitent notamment l'historique client disponible et obligent à demander plusieurs fois les mêmes informations, ce qui contrarie tous les intervenants.

En résumé, les processus déconnectés génèrent l'insatisfaction des clients et la frustration des agents. Les clients se détournent d'une entreprise après une mauvaise expérience avec le service client, les agents finissent par démissionner en raison de leur frustration croissante, et les équipes informatiques ont du mal à répondre aux nombreuses demandes de modification sur l'ensemble des canaux et des systèmes en silos.



77 % des clients se détournent d'une entreprise après une mauvaise expérience avec son service client

²La résolution, nouvelle priorité, Pega, 2021, page 3

Bienvenue dans le *case management* 2.0 du service client

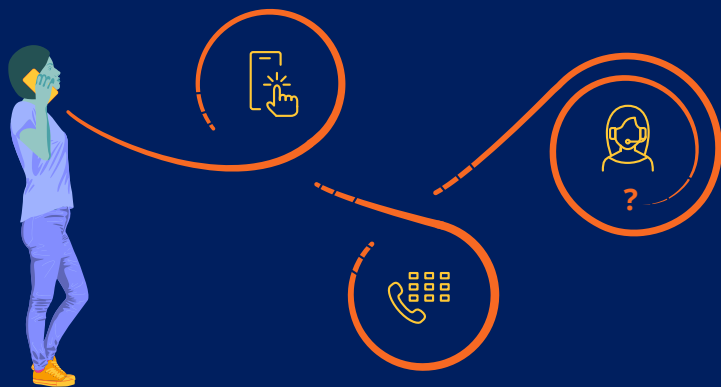
Heureusement, l'avenir d'un service client transparent, efficace et rapide est déjà là. Les grandes sociétés ont déjà compris l'intérêt de développer une stratégie de service autour du parcours client, et non autour des canaux. Bienvenue dans la nouvelle génération de service client, qui permet non seulement d'appréhender l'ensemble du dossier sur tous les canaux, mais également d'automatiser et d'exécuter les tâches (humaines et automatiques) en toute transparence. Bienvenue dans le *case management* 2.0.

Cette approche « channel-less », axée sur les clients et les résultats, accélère la résolution des problèmes, supprime les silos et sert de base multidimensionnelle à la simplification du parcours des clients et des agents. En outre, le *case management* 2.0 du service client tire parti des bonnes pratiques et est rapide à déployer grâce à des types de dossiers et des modèles de données prédéfinis et spécifiques par secteur.



Passer d'une architecture de service « channel-led » à une architecture « channel-less »

À l'inverse du *case management* de type « channel-led », l'approche « channel-less » permet aux entreprises de suivre la méthode *center-out*, qui consiste à réaliser le développement en partant de l'élément central, à savoir le parcours client, plutôt que de créer des processus pour chaque canal individuel. En se concentrant sur les résultats côté client, les entreprises peuvent développer la logique et les règles de dossier dans un hub centralisé, puis activer celui-ci sur chaque canal pris en charge afin de créer une expérience homogène à chaque interaction. Autrement dit, quel que soit le canal qu'il utilise, le client bénéficie de la même qualité de service.



Poste de service client classique

Focus : Gestion des tickets
(Affectation des tâches)



Case management de Pega

Focus : Résultats
(Tâches elles-mêmes)

L'approche multidimensionnelle du *case management*

En garantissant la cohérence sur l'ensemble des canaux, on ne résout cependant qu'une partie du problème. Les zones géographiques, les *business units*, les services et les équipes peuvent avoir un fonctionnement spécifique pour certains canaux ou segments. Malgré ces variations, les différents services de l'entreprise présentent souvent des éléments communs. En tenant compte des nombreuses dimensions d'une organisation, les entreprises peuvent réutiliser des processus et des logiques de service communs, en laissant la possibilité de configurer des variations et des scénarios uniques.

Le *case management* 2.0, ou ***case management* multidimensionnel**, est une approche destinée à orchestrer les processus de service client de bout en bout au sein d'un hub centralisé. Cette approche permet aux entreprises d'obtenir plus rapidement des résultats sur l'ensemble des canaux, notamment le libre-service et le service assisté, et d'atteindre un service proactif et préemptif.

En associant l'intelligence artificielle et l'automatisation des processus, le *case management* multidimensionnel du service client donne aux centres appels les moyens de prendre des décisions et de travailler efficacement. Cette approche permet de gérer toutes les tâches, depuis l'enregistrement d'une demande jusqu'à sa résolution, en guidant chaque étape et chaque phase du parcours client, et en retenant le contexte intégral des besoins du client tout au long de ce parcours.

Pourquoi le *case management* multidimensionnel est-il plus efficace ?

- 1 En automatisant le travail lui-même, le *case management* multidimensionnel met fin aux tâches répétitives et permet au personnel de se consacrer à des activités à plus forte valeur ajoutée.
- 2 En plus de faire gagner du temps, la suppression de ces tâches manuelles contribue à réduire les coûts et les risques, et améliore la précision dans tous les services de l'entreprise.
- 3 Avec le *case management* multidimensionnel, les entreprises peuvent optimiser leurs opérations sur l'ensemble des canaux en temps utile et de manière évolutive.

Simplifier le service à l'aide du *case management* multidimensionnel, quel que soit le cas

Le *case management* multidimensionnel contribue à :

- **Ouvrir la voie** : Le *case management* multidimensionnel ne sert pas uniquement à l'affectation des tâches : il réalise le travail lui-même grâce à l'automatisation intelligente. Il ouvre la voie aux agents en éliminant les processus manuels répétitifs, tout en supprimant les obstacles sur le parcours du client, et favorise ainsi l'autonomie et le libre-service.
- **Améliorer la visibilité** : Avec sa capacité à se concentrer sur les parcours clients individuels, le *case management* ainsi redéfini permet aux entreprises d'activer, de suivre et d'auditer les dossiers de service à chacun des points de contact, qu'il s'agisse d'applications bureautiques, mobiles, en libre-service ou de réponse vocale interactive.
- **Réduire les coûts** : Le *case management* multidimensionnel extrait des informations clients contextuelles dans l'ensemble des systèmes de service client, notamment son historique ainsi que toute information relative aux produits ou services. Les agents peuvent ainsi disposer plus facilement d'une vue d'ensemble sans basculer d'un écran à un autre, ce qui améliore leur productivité et réduit les coûts de service.
- **Traiter davantage de demandes** : Plutôt que d'automatiser le flux de travail, le *case management* multidimensionnel optimise chacun de vos canaux et permet à chacun de vos agents d'exprimer tout leur potentiel, en automatisant le travail lui-même. Cela permet de traiter davantage de demandes et d'augmenter le taux de résolution au premier contact. Les clients bénéficient d'un même niveau de qualité sur l'ensemble des canaux digitaux et via le libre-service, ce qui réduit le nombre de demandes nécessitant d'être traitées par des agents. Ces derniers sont ainsi en mesure de proposer une expérience client de haut niveau.
- **Renforcer la valeur du système d'information** : L'un des principaux avantages du *case management* multidimensionnel est qu'il contribue à accroître la valeur des systèmes existants. Tous les bénéfices évoqués ci-dessus peuvent être obtenus sans remplacer vos outils bureautiques hérités.



Il est temps de mettre à niveau votre service client

Les attentes des clients et des agents en matière de service continueront à évoluer. Mais l'avenir du service client réside dans sa simplicité. Résolutions accélérées, expériences personnalisées, minimum d'efforts pour les clients et les agents : tous ces facteurs dessinent l'avenir des centres d'appels. Les entreprises attendent davantage des écosystèmes de leur service client : elles doivent pouvoir réaliser la conception une seule fois, pour la déployer sur l'ensemble des canaux de service client. Elles doivent également pouvoir prendre en compte toutes les dimensions de leurs activités ainsi que des scénarios spécifiques à chacun de leurs processus de service. Cela exige de redéfinir leurs modes de déploiement et d'utilisation du *case management*. Le *case management* multidimensionnel débute avec le parcours client, ce qui permet aux entreprises d'optimiser leurs workflows, d'automatiser les réponses et les résolutions et de réduire les coûts. Le *case management* multidimensionnel du service client associe l'intelligence artificielle et l'automatisation des processus pour donner aux centres d'appels les moyens de prendre des décisions et de travailler efficacement, en simplifiant le service aussi bien pour les agents que pour les clients.

Renforcez votre *case management* multidimensionnel avec Pega

Afin de créer un parcours client capable de produire de meilleurs résultats métier, le *case management* multidimensionnel de Pega associe l'intelligence artificielle centralisée, l'automatisation robotique des processus (RPA) et le développement logiciel low-code. Les centres d'appels sont ainsi en mesure de prendre des décisions en matière de service et de travailler rapidement et efficacement. Notre *case management* du service client est conçu autour de l'architecture d'entreprise Center-out™, qui place le parcours client au centre de tous les processus de service.

Les Microjourneys® ou micro-parcours proposés par Pega (à savoir le cycle de vie des tâches nécessaire pour produire un résultat pertinent) permettent à votre entreprise de développer un seul parcours à la fois, en automatisant rapidement les parcours les plus fréquents pour vos agents. Mieux encore, notre application **Pega Customer Service™** contient plusieurs dizaines de micro-parcours prédéfinis et prêts à l'emploi. Les types de dossiers des micro-parcours (changements d'adresses, litiges relatifs à une transaction, activités de planification, par exemple) renforcent l'efficacité des workflows sur lesquels s'appuie le *case management* multidimensionnel. Tout cela se traduit par de meilleurs résultats, en un temps record.



À propos de Pegasystems

Pega est l'éditeur de logiciels innovants qui simplifie tous vos processus métier. Qu'il s'agisse de maximiser la valeur vie client, de simplifier le service ou de doper l'efficacité, nous aidons les grandes marques internationales à surmonter rapidement leurs difficultés et à assurer leur transformation pour préparer l'avenir. Grâce à l'IA en temps réel et à l'automatisation intelligente, Pega améliore vos prises de décision et votre productivité. Depuis 1983, notre architecture évolutive et notre plateforme low-code vous permettent d'anticiper le changement. Nos solutions offrent un gain de temps à vos clients et vos employés, qui peuvent désormais se consacrer à l'essentiel.

Pour de plus amples informations, rendez-vous sur pega.com/fr.