

3 stratégies d'expérience client qui vous échappent

Dans la bataille de conquête de nouveaux clients, vous devez combattre de nombreux ennemis, qui semblent chaque jour être plus puissants.

Les responsables de l'expérience client travaillent ardemment pour investir dans la création d'excellentes expériences utilisateur, d'une navigation intuitive et de stratégies réussies. Mais est-ce suffisant ? N'y a-t-il pas certains éléments que les leaders oublient lorsqu'ils s'agit de se différencier par l'expérience client qu'ils proposent ?

Nous pensons souvent, et à juste titre, que l'expérience client concerne des interactions « en contact direct avec le client ». Cependant, il est important de ne pas oublier le rôle essentiel que vos opérations en interne jouent dans l'efficacité de cette expérience.

Même si votre présence numérique est excellente et que vos stratégies sont bien planifiées, **l'expérience de vos clients peut échouer si les opérations internes de votre entreprise ne sont pas efficaces.**

Se préparer au combat en améliorant l'efficacité opérationnelle

Vos tactiques ainsi que vos points de contact avec le client sont vos épées, et vos opérations internes sont votre armure. Une armure trop fine ou qui grince, a de fortes chances d'impacter votre efficacité sur le champ de bataille, même si vos armes sont bien aiguisées.

De même, **des processus et technologies en silos ou avec un back-end trop lent, empêchent votre entreprise d'offrir une expérience client de qualité**, même si vos expériences externes sont parfaites.

Prenons l'exemple d'une entreprise, nous l'appellerons Assurance Excalibur, qui fournit des assurances habitation, vie et automobile dans le monde entier. Récemment, Excalibur a pris la décision stratégique d'investir dans des expériences digitales d'excellence afin d'attirer et de conserver ses clients de la génération Millenium.

Cependant, malgré l'ergonomie de son site web, ses formulaires et ses réseaux sociaux, Excalibur peinait à atteindre ces objectifs :

- **Offrir une expérience client transparente** sur plusieurs points de contact
- **Collecter suffisamment d'informations** sur ses clients
- **Fournir à ses collaborateurs les outils nécessaires** pour travailler efficacement

Ces obstacles internes ne permettaient pas à Excalibur de fournir l'expérience client personnalisée et valorisante que ses assurés attendaient. De plus, Excalibur faisait la promesse d'offrir à ses visiteurs web des expériences numériques remarquables... mais ses systèmes back-end n'avaient pas la capacité de les maintenir. Lorsque les systèmes opérationnels se sont avérés incapables de supporter l'expérience simple et fluide promise par la marque à travers ses plateformes centrées clients, ces derniers ont été d'autant plus déçus et frustrés.

Pour garantir une prise en charge complète de son expérience client, Excalibur a adopté trois méthodes qui lui ont permis d'établir les bases d'une meilleure efficacité opérationnelle :

3 stratégies pour améliorer l'efficacité opérationnelle

Pour démarrer leur quête d'amélioration de l'efficacité opérationnelle, les entreprises doivent :

1. Améliorer la productivité de leurs collaborateurs
2. Intégrer leurs systèmes et applications
3. Exploiter leurs données

Examinons plus en détail ces stratégies pour comprendre comment Excalibur les a appliquées afin de stimuler son efficacité opérationnelle et d'améliorer l'expérience de ses clients.

1. Améliorer la productivité des collaborateurs

La première étape pour éviter l'inefficacité opérationnelle consiste à améliorer l'expérience de vos collaborateurs. Les entreprises qui investissent dans une expérience collaborateur transparente et efficace constatent : ¹

- 1,5 fois plus d'implication des collaborateurs, par rapport aux entreprises qui ont une mauvaise expérience client
- 4 fois plus de rentabilité
- 147% plus de bénéfices par action



ÉQUIPEZ LES CHEVALIERS DE VOTRE TABLE RONDE

Voici quelques tactiques qu'Excalibur peut appliquer pour améliorer le travail quotidien des représentants du service et support client :

- **Automatiser les tâches moins importantes grâce au self-service**, afin d'éviter aux collaborateurs de réaliser les tâches redondantes. Cela leur permet de se consacrer à des missions plus complexes et de renforcer les relations avec leurs clients.
- **Intégrer différents canaux de self-service**, pour que les collaborateurs puissent gérer efficacement tous les systèmes (internes et externes) via un seul canal.
- **Donner accès à des formations et ressources**, outes au même endroit, pour que les collaborateurs trouvent facilement les informations dont ils ont besoin pour travailler.

¹ « 10 Stats Linking Employee Experience with Customer Experience »

2. Intégrer les systèmes et applications en une seule infrastructure technologique

Votre « armure » technologique est-elle conçue pour fonctionner de manière cohérente ? Ou bien est-ce seulement une série de pièces métalliques reliées les unes aux autres ?

De même, **lorsque les entreprises ajoutent de nouveaux systèmes d'expérience client, les nombreuses technologies hétérogènes deviennent de plus en plus difficiles à gérer.**

En regroupant ces systèmes et en simplifiant l'infrastructure technologique, les équipes IT peuvent gérer plus facilement l'ensemble de leurs systèmes, applications et technologies, pour garantir une expérience cohérente.

RÉUNISSEZ TOUT CAMELOT

Lorsqu'Excalibur a commencé à se développer, l'entreprise a investi dans un grand nombre de canaux numériques différents, notamment un site web, une application mobile et un portail client. Comme chaque solution était achetée auprès d'un fournisseur différent, elles n'étaient pas interconnectées. La conséquence ? Les utilisateurs internes et externes vivaient une expérience incohérente et frustrante. Chaque point de contact proposait une conception et un mode d'utilisation différents, et tous ne partageaient pas des informations cohérentes.

De plus, les équipes internes peinaient à gérer ces systèmes hétérogènes. La mise à jour d'un système avait un impact sur les autres, et provoquait des changements inattendus. **L'équipe IT de l'entreprise consacrait la plupart de ses ressources à tenter de connecter les anciens systèmes à chacune des nouvelles technologies ajoutées**, avec pour seul résultat l'obligation d'implémenter encore plus de corrections.

Pour éviter ces difficultés et unifier tous ces systèmes et applications, Excalibur a choisi d'utiliser une [plateforme d'expérience digitale](#).

Cela lui a permis à la fois d'unifier tous les systèmes en une seule plateforme, et de créer ses futures solutions sur la même plateforme. L'équipe peut assurer l'intégration entre les différentes solutions et une expérience cohérente pour tous les points de contact, bien plus rapidement et avec moins de pression.

3. Exploiter les données pour favoriser les améliorations internes et offrir une personnalisation plus approfondie

Lorsque tous les systèmes sont intégrés et interconnectés, les entreprises peuvent exploiter les données de manière plus efficace car elles ne sont plus isolées. L'objectif est d'améliorer à la fois leurs processus internes et leurs expériences externes.

Ce n'est pas un secret : si le client ne vit pas l'expérience personnalisée qu'il attend, alors il aura de fortes chances de partir à la concurrence. En effet, les clients sont désormais habitués aux plateformes comme Amazon ou Netflix. Les études montrent que : ²

- **74% des clients** se sentent frustrés si le système manque de personnalisation.
- **80% des clients** sont plus susceptibles d'acheter auprès d'une marque qui fournit une expérience personnalisée.
- **66% des consommateurs** déclarent qu'un contenu non personnalisé peut les freiner à effectuer leur achat.

Mais la **personnalisation ne doit pas se limiter à ajouter le nom de votre client dans l'objet de votre e-mail**. Une personnalisation efficace doit reposer sur plusieurs caractéristiques du client, comme ses stratégies, ressources, ainsi que les événements actuels et futurs de sa vie.



CRÉEZ UNE BASE SOLIDE AVEC VOS DONNÉES

L'intégration des portails, applications et autres systèmes d'Excalibur favorise la centralisation de toutes les données de chacun des points de contact.

Toutes ces informations permettent entre autres, au responsable des agents d'Excalibur d'identifier le point de blocage qui empêche les clients de mettre à jour les informations relatives à leur contrat. Les agents doivent consulter plusieurs systèmes pour vérifier les informations du client, ce qui retarde tout le processus. Grâce à un seul système unifié, il est désormais possible d'implémenter de nouveaux processus pour simplifier l'expérience des agents.

2 « 50 Stats Showing The Power Of Personalization »

Gagner la bataille de l'expérience client

Les entreprises qui sortent victorieuses de cette bataille sont celles qui comprennent l'importance de l'expérience client. Mais ce sont aussi celles qui ont su créer de bonnes bases pour gérer leurs opérations efficacement, en améliorant la productivité de leurs collaborateurs, en intégrant leurs systèmes et applications et en exploitant leurs données au maximum.

Une entreprise peut offrir à ses clients une bonne expérience uniquement si ces bases sont solides.

Il est temps de vous équiper et de vous préparer à la bataille. Suivez ces conseils pour remporter la victoire !

Prochaine étape

Transformez le service client en un centre de profit

Les responsables du service client ont conscience que leurs équipes peuvent réaliser bien plus qu'un simple contrôle des problèmes existants.. Cependant, leur département est souvent considéré comme un centre de coûts.

Et si vous pouviez prouver que la valeur de l'équipe Support client va bien au-delà de la simple réponse aux demandes et aux réclamations ?

Téléchargez cet e-book pour découvrir comment transformer le service client en un centre de profit, générateur de revenus pour votre entreprise.

[Obtenez votre copie >](#)



Liferay est un éditeur de logiciels open source permettant à ses clients de créer des expériences digitales personnalisées à travers le web, mobile et objets connectés. A travers une plate-forme fiable et évolutive ainsi qu'un support multicanal, Liferay permet aux grandes entreprises de concevoir des solutions web innovantes au service de l'expérience client. Pour plus d'infos : liferay.com.

© 2021 Liferay, Inc. Tous Droits Réservés.