

Mise en place d'un self-service efficace : 6 bonnes pratiques pour les responsables IT

Introduction

Gartner prévoit que, d'ici 2022 :

Le self-service client représentera
64%
de toutes les interactions avec les clients.



85%
de l'ensemble des interactions avec le service client commenceront par le self-service.

Source: Gartner¹

Malgré ces prévisions, de nombreuses entreprises n'ont pas vraiment l'approche et la vision nécessaires pour mettre en place un self-service client réellement efficace. Il en résulte une expérience incohérente et des fonctions de self-service médiocres.

Ce guide exploite plus de dix années d'expérience, pour permettre aux responsables IT du monde entier de créer des expériences de self-service personnalisées. Vous y retrouverez un ensemble de bonnes pratiques ainsi que la success story d'une entreprise.

¹ [Delivering Relevant Content and Knowledge to Customers Is Key to Great Customer Service](#)

L'investissement dans le self-service est-il nécessaire ?

Pour résumer, oui. Non seulement il profite à l'entreprise mais son implémentation devient nécessaire.



Le self-service digital est essentiel pour réduire le coût des services fournis par l'entreprise. Pour mettre en place un programme de service client rentable, les responsables IT doivent aider leur équipe de service client à fournir un self-service qui offre aux clients les moyens de résoudre leurs problèmes sans l'intervention du support. Les interactions via le self-service coûtent seulement une fraction de ce que coûtent les interactions en direct. En ayant davantage recours au self-service digital, les entreprises réduisent rapidement les coûts de leur programme de service client.

Cette approche permet également aux entreprises de mettre en place leur stratégie de service client plus efficacement. En effet, avec le self-service digital, les responsables IT ne se reposent pas uniquement sur les canaux en direct. Ils peuvent traiter les demandes clients en constante augmentation, et réduire le nombre ainsi que la durée des appels au support. De plus, comme le self-service peut être implémenté dans plusieurs canaux, les entreprises peuvent assurer des communications cohérentes sur l'ensemble de ces points de contact, offrant ainsi une expérience client qui renforce la satisfaction client.

Bonnes pratiques pour mettre en place le self-service

Avec plus de dix ans d'expérience en matière d'expériences self-service d'excellence, nos équipes recommandent six bonnes pratiques aux responsables IT :

1. Comprendre les besoins de l'équipe Service Client

Les équipes IT doivent s'aligner avec les équipes métier et les équipes en contact avec le client, afin de mettre en place une stratégie de self-service réussie. Il n'existe pas de formule universelle pour une stratégie de self-service. Les responsables IT doivent examiner leur propre entreprise et déterminer comment le self-service peut aider leurs partenaires à atteindre leurs objectifs.

Prenez le temps de comprendre les objectifs de votre équipe Service Client. Posez-vous les questions suivantes :

- Quels sont les indicateurs clés de performance de l'expérience client ?
- Quelle est la qualité actuelle de votre expérience client ?
- Quelles sont les questions et les tâches que les représentants du service client passent le plus de temps à traiter ?
- D'après vos clients, à quoi ressemble l'expérience client idéale ?

Discutez de ces objectifs et traitez les attentes en collaboration avec l'équipe qui va compter sur le self-service pour améliorer l'expérience client. Avec ces connaissances, le département IT peut mettre en place une stratégie technologique complète qui répondra aux besoins de votre entreprise.

2. S'aligner sur la stratégie de l'expérience client

Les équipes IT ne doivent pas oublier que toutes les technologies implémentées doivent être alignées à la stratégie globale d'expérience client.

Le self-service n'est pas une tactique isolée. Il faut le considérer comme un canal essentiel pour fluidifier et guider l'expérience du client.

Si votre projet de self-service est isolé, il est voué à l'échec. D'après Gartner, la raison pour laquelle la plupart des projets de self-service client échouent est la suivante : de nombreuses entreprises considèrent le self-service comme une

réponse aux demandes immédiates ou urgentes des clients et des autres équipes métier , alors qu'il faudrait placer le self-service dans le contexte plus large d'une stratégie d'expérience client.

Pour une implémentation réussie du self-service, il est essentiel d'évaluer les éléments pour lesquels il apporte une aide pendant toute la durée du parcours client.

Si le self-service se concentre sur la technologie utilisée, alors il ne sera pas utile pour les clients. La décision d'adopter le self-service sur les portails existants doit reposer sur les besoins et les préférences de vos clients.

Si vous n'avez pas une compréhension parfaite du comportement de vos clients pour améliorer leur expérience, alors même les technologies les plus puissantes et les plus innovantes seront inutiles.

Pour être efficace, une expérience de self-service commence par une bonne compréhension du comportement des clients, de leurs préférences de communication et de leurs circuits d'achat. Donnez la priorité aux options de self-service qui aident au mieux vos clients et leur procurent une expérience intuitive. Cela vous aidera à déterminer les fonctionnalités qu'il est essentiel d'offrir dans un premier temps, et d'ensuite pouvoir planifier en conséquence les phases de développement futures.

En exécutant ces opérations, mesurez l'efficacité du self-service par rapport à vos objectifs de retour sur investissement (ROI). Là encore, comme le self-service n'est pas une tactique isolée, il faut le gérer et l'évaluer en continu.

Les indicateurs de performance d'un portail en self-service peuvent être les suivantes :

- Taux d'incidents
- Taux de résolution des incidents
- Score d'effort client
- Score de satisfaction du service

Comparez ces mesures aux KPI (indices clés de performances) globaux de l'expérience client, pour découvrir comment améliorer le self-service et augmenter son ROI.

3. Se concentrer sur l'intégration

Le self-service, en particulier, nécessite des fonctionnalités d'intégration robustes. Chaque fois que les clients utilisent le self-service, une multitude d'opérations invisibles pour l'utilisateur doivent être réalisées, afin de reproduire le résultat attendu par le client. Par exemple, si le client cherche une documentation, un système de gestion du contenu doit être intégré à l'interface client et à l'application de recherche, afin de pouvoir afficher les informations recherchées. Quelles que soient les opérations que le self-service réalise, elles exigent toutes une intégration entre différents systèmes pour être efficaces.

Cependant, l'intégration s'avère difficile pour de nombreuses entreprises, car le nombre des applications existantes, des systèmes tiers et des technologies émergentes exploitées augmente. Vos nombreuses technologies de service contient toujours des systèmes disparates, qui se chevauchent et génèrent une expérience client peu cohérente et des processus trop lents.

Optez pour des technologies qui éliminent ces risques et facilitent l'intégration des services existants sur une plateforme unique, afin de permettre une interaction transparente entre les systèmes et la mise en place d'une expérience utilisateur connectée.

4. Ajouter des fonctions robustes de gestion des connaissances

Adoptez une approche intégrée pour la gestion des biens de connaissances, qui incluent les meilleures pratiques, les FAQ (foires aux questions), les processus métier critiques, etc. Ces informations doivent être disponibles pour plusieurs canaux et périphériques via le self-service.

Les balises et les métadonnées sont aussi extrêmement importantes lorsque les clients recherchent le contenu dont ils ont besoin ou lorsque les chatbots récupèrent les bonnes informations.

5. Améliorer la gestion des performances

Les entreprises doivent disposer d'une solution capable d'accompagner les clients du monde entier, où qu'ils se trouvent. Optez pour une solution Cloud disponible en 24x7, non seulement pour limiter les périodes d'inactivité mais aussi pour assurer la continuité des opérations, afin que les clients gardent un accès immédiat aux options en self-service.

Évitez les difficultés liées à la maintenance d'une infrastructure sur site afin d'offrir une valeur ajoutée aux clients et de réduire les coûts de maintenance. Les clients peuvent accéder au portail sans être freinés par de constantes périodes

d'inactivité ou un système trop lent. Choisissez également un fournisseur qui offre une mise à l'échelle automatique, pour adapter votre capacité informatique en fonction de l'évolution des volumes et des circonstances.

6. Faire appel à une DXP (Digital Experience Platform)

Si l'on tient compte de toutes ces remarques, une DXP (Plateforme d'expérience digitale) Open Source est le moyen le plus économique pour démarrer le self-service. Les entreprises peuvent choisir de réduire leurs coûts de maintenance et de gestion en exploitant une DXP, pour intégrer leurs systèmes existants ainsi que leurs outils de connaissances sur une plateforme unique. L'utilisation d'une DXP accélère également le time-to-market, car elle offre des fonctions prêtes à l'emploi, comme la gestion des connaissances, la recherche et les workflows nécessaires au bon fonctionnement du self-service. Cela permet aux entreprises d'unifier les processus de service client courants, et de se recentrer sur la personnalisation et la maintenance des éléments importants pour l'entreprise.

Pour commencer à évaluer les différents fournisseurs de solutions DXP, consultez le classement Gartner, dans le dernier Magic Quadrant for Digital Experience Platforms. >

L'importance du self-service : Success story de Paramax

Panamax Inc, l'un des leaders mondiaux de la vente au détail et grossiste en services de télécommunication, avait besoin d'une solution évolutive pour faire face à l'augmentation de sa base de clients. Cela nécessitait des technologies plus sophistiquées que les systèmes créés en interne initialement utilisés par l'entreprise. L'équipe a décidé de mettre en place une DXP, pour développer un portail client en self-service évolutif et fiable.

En facilitant les processus back-end à l'aide d'APIs, Panamax est parvenu aux résultats suivants :

- Réduction du temps nécessaire à la configuration du compte client, désormais limité à quelques minutes

- Accélération et amélioration du workflow d'entrée des nouveaux collaborateurs dans l'entreprise
- Amélioration de l'expérience utilisateur grâce à une interface intuitive
- Fourniture d'un accès immédiat à du contenu pertinent ainsi qu'aux détails des transactions

En offrant à ses clients un portail en self-service, Panamax a pu, en un an seulement :



Multiplier par 4 le trafic
sur son site Web



Multiplier par 5 le
nombre d'inscriptions
par mois



Multiplier par 7 son
chiffre d'affaires
mensuel

Ce portail en self-service est désormais devenu le point de contact principal. En effet, les clients s'inter-connectent plus facilement, l'entreprise gagne de nouveaux clients, elle fidélise les clients existants et elle augmente progressivement son chiffre d'affaires.

Cliquez sur ce lien pour en savoir plus sur la façon dont Panamax a réussi à créer [un portail en self-service efficace pour ses clients](#).

Conclusion

Il est impossible de profiter des avantages du self-service sans la mise en place d'une vraie stratégie et objectifs centrés sur le client. Même si toutes les stratégies de self-service d'entreprise varient en fonction des objectifs de l'entreprise et des préférences des clients, utilisez ces bonnes pratiques comme guide pour réussir votre stratégie de self-service.

Pour aller plus loin

En savoir plus sur [les fonctionnalités et capacités d'intégration](#) nécessaires pour construire des portails en self-service avec Liferay.



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.

© 2020 Liferay, Inc. Tous Droits Réservés.