

Augmenter l'efficacité:

# 6 bonnes pratiques pour les portails clients dans l'industrie



# Introduction

Vous êtes une entreprise manufacturière, et en tant que telle, des processus efficaces et des outils adaptés pour les soutenir ont toujours été cruciaux. Mais les récentes perturbations de la chaîne logistique, l'évolution de la demande des clients et les pressions exercées par l'inflation mettent d'autant plus en évidence l'importance de l'efficacité des opérations métiers.

## Systèmes et outils déconnectés = expériences inefficaces

Les produits deviennent de plus en plus complexes, et les clients sont plus connectés et autonomes que jamais. De ce fait, votre service client subit des changements rapides et parfois déstabilisants. Cependant, si vous voulez offrir des expériences efficaces, pertinentes et fluides dans le commerce et les services, vos clients doivent toujours se trouver au centre des réflexions et des opérations de votre organisation.

Tous les systèmes et outils que vous utilisez tout au long du parcours client doivent être connectés et alignés, de la demande d'informations à l'achat, en passant par le service après-vente et le service client. Par exemple, devoir rechercher une pièce de rechange sur un système, puis la commander sur un autre système, et aller sur un autre site pour l'assistance après-vente, tout ceci concourt à une expérience décousue, inefficace et frustrante.

Pire encore : si votre présence en ligne est difficile à actualiser et à gérer, votre contenu peut rapidement devenir obsolète. Les clients ont alors plus de mal à trouver ce dont ils ont besoin, et cela dégrade encore davantage l'expérience utilisateur.

## Processus inefficaces = coûts de service accrus

Lorsque le parcours client est décousu et inefficace, cela nuit également à l'expérience des équipes chargées des ventes et du service client, qui auront davantage d'appels et d'e-mails à traiter. Il est plus difficile de fournir une assistance rapide et efficace, et cela augmente les coûts associés à votre service client.

## Portail clients = Des expériences améliorées et des coûts réduits

Proposer un portail client, c'est une excellente solution pour intégrer vos systèmes et vos outils. Dans le même temps, un portail client moderne est un environnement de publication facile à utiliser qui vous permet d'observer le comportement des clients avant et après l'achat pour anticiper les nouveaux besoins. Autant de facteurs qui vous permettront de **simplifier le parcours client habituellement si complexe dans le secteur manufacturier, de réduire les coûts et d'accélérer le délai de mise sur le marché de vos produits** avec des mises à jour globales du site.

Dans ce guide, nous allons découvrir en détail les six éléments de base d'un portail client qui permettront à vos clients et à vos équipes du service client d'être plus efficaces :

- 1 Onboarding des clients simplifié
- 2 Simplifier les tâches quotidiennes grâce au self-service
- 3 Simplifier les flux de travail de commandes complexe
- 4 Proposer une expérience unifiée
- 5 Trouver des réponses facilement et rapidement
- 6 Donner à vos équipes des outils intuitifs permettant de maintenir votre portail à jour

## 1. Onboarding des clients simplifié

Dans un environnement aussi concurrentiel que le secteur manufacturier, une expérience d'onboarding fluide et efficace est un avantage précieux. Plus vos clients sauront comment tirer le meilleur parti de vos produits et services, plus ils seront susceptibles de les adopter et de les recommander.

Mais l'onboarding de nouveaux clients B2B diffère du processus B2C traditionnel. Dans l'industrie manufacturière en particulier, l'onboarding des clients peut considérablement varier, car les entreprises gèrent des clients et des produits divers associés à des expériences spécifiques.

Côté client, vous pouvez être confrontés à des utilisateurs ayant des rôles, des intérêts et des niveaux d'expérience variés. Côté produits, les marchandises les plus simples, comme les matériaux de construction, ne nécessitent parfois que la création d'un compte en ligne pour commencer. À l'inverse, les machines plus complexes, comme les robots industriels ou les turbines d'avion, peuvent exiger plusieurs formations en ligne et en personne, ainsi qu'une rencontre avec un responsable de la réussite client (CSM).

**Mais simplifier le processus d'onboarding ne consiste pas seulement à répliquer numériquement les processus manuels. Vous allez devoir faire appel à la technologie pour éliminer les procédures inefficaces et offrir une expérience de meilleure qualité.**



**40 % à 60 % des clients B2B abandonnent les processus d'onboarding dans des canaux numériques.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Le guide complet pour l'onboarding des clients B2B

## Comment faciliter l'onboarding des clients et des employés ?

Les méthodes traditionnelles d'onboarding des clients impliquent souvent plusieurs points de contact, comme l'envoi d'une série d'e-mails, la planification de rendez-vous avec votre CSM, la consultation de FAQ et d'articles de la base de connaissances, ou l'accès aux forums communautaires pour échanger des connaissances avec des clients existants. Cela représente potentiellement beaucoup de processus et de systèmes disparates à gérer pour vos clients et vos équipes.

Un portail client peut vous aider à connecter toutes les étapes de ce parcours, pour un onboarding plus efficace pour vos clients et vos équipes chargées des ventes et du service client. Voici comment :



**Définissez des parcours étape par étape** pour les interactions avec vos clients en ligne et hors ligne. Ces parcours peuvent être définis différemment en fonction du client ou des produits achetés.



**Mettez en place des tâches automatisées**, par exemple pour la prise de rendez-vous avec un CSM, l'envoi d'e-mails de bienvenue et de suivi, ou la programmation de formations.



**Utilisez des contenus personnalisés et spécialement sélectionnés** pour guider les clients tout au long de leur onboarding, en leur proposant uniquement les supports de formation, les outils et les services adaptés à leur portefeuille de produits et à leurs exigences d'après-vente..



**Effectuez le suivi des indicateurs** pour voir où en sont vos clients dans le processus d'onboarding, et utilisez **les notifications automatiques** pour leur rappeler les étapes à suivre.



Si les clients ont un compte, incluez une étape pour qu'ils puissent **y ajouter des membres** (invitations d'autres membres par e-mail, définition de leur rôle et de leurs autorisations, etc.).

Découvrez comment maximiser la valeur de votre portail pour les clients et les employés en améliorant l'onboarding grâce aux étapes présentées dans ce [livre blanc](#).

## 2. Simplifier les tâches quotidiennes grâce au self-service

L'écrasante majorité des clients B2B préfère le libre-service numérique aux contacts « en personne ». <sup>2</sup> Donner aux clients un accès unifié à vos systèmes et à vos fonctionnalités dans un portail unique dédié constitue un point de départ évident pour leur permettre de se débrouiller par eux-mêmes. Votre portail client doit leur permettre d'exécuter les tâches de base, notamment :

- Gérer eux-mêmes leurs comptes, commandes et retours
- Accéder à la documentation et aux forums de la communauté des utilisateurs
- Créer et gérer des tickets d'assistance, par exemple, pour les réclamations au titre de la garantie
- Configurer des rappels d'entretien récurrents
- S'inscrire à des formations sur les produits ou planifier des démonstrations



**Aujourd'hui, 100 % des clients souhaitent apprendre par eux-mêmes et gérer leur expérience d'achat de manière indépendante (contre 87 % en 2021).<sup>3</sup>**

Une fois les bases en place, vous pouvez utiliser la technologie pour rendre les expériences en self-service plus efficaces, notamment :

- Personnaliser les informations, les actions et le contenu présentés à vos clients en fonction de leur portefeuille d'équipements spécifique, leur permettant ainsi de se former eux-mêmes sur les bonnes pratiques associées
- Intégrer les appareils mobiles dans les flux de travail en libre-service lorsque c'est plus pratique (par exemple, pour importer des photos de l'atelier ou d'un chantier)
- Passer du self-service à un service assisté dans une interface de chat qui conserve le contexte de l'activité du client et transmet ces informations à un représentant

Plus important encore, en étudiant le comportement des clients sur votre portail à l'aide des outils d'analyse, vous pouvez adapter vos options en libre-service pour offrir une plus grande valeur ajoutée et optimiser le parcours client.

Découvrez comment améliorer l'efficacité de l'entreprise et l'expérience client grâce au self-service dans ce [livre blanc](#).

<sup>2</sup> Monitor Deloitte : la numérisation comme moteur de croissance dans le service après-vente

<sup>3</sup> Optimiser les systèmes pour les achats en self-service, un enjeu majeur - TrustRadius pour les fournisseurs

### 3. Simplifier les flux de travail de commandes complexes

Ce n'est pas un secret : vos clients B2B s'attendent à ce que leurs expériences d'achat soient au même niveau que dans le B2C. Aujourd'hui, vous ne pouvez plus partir du principe que vos clients consulteront un catalogue PDF dans leurs e-mails, qu'ils rechercheront les numéros de produits sur un canal, puis qu'ils passeront commande à partir d'un autre système, le tout sans protester. Ces processus de commande fastidieux, obsolètes et inefficaces auront un impact négatif sur les bénéfices, la satisfaction des clients et leur fidélité.

Il en va de même pour l'expérience après-vente. Les fabricants ont souvent du mal à proposer des parcours client efficaces : systèmes disparates, technologies anciennes et processus obsolètes.

Un portail client peut simplifier tout cela en rassemblant les données, les applications et les processus dans une solution unique qui réduira le coût du service et, finalement, facilitera les relations commerciales avec vos clients.



**Selon une étude menée par PwC, 73 % des clients considèrent le processus de commande comme un facteur important dans leur expérience globale avec une entreprise.<sup>4</sup>**

#### Comment simplifier les flux de travail de commandes complexes

Une solution de portail clients avancée peut vous aider à simplifier les flux de travail de commandes et après-vente complexes :



**Catalogues personnalisés :** adaptez les catalogues à des segments de clientèle spécifiques ou à des comptes individuels. Les catalogues de produits numériques peuvent stocker des attributs de produits, des spécifications, des numéros de pièces, des diagrammes et d'autres critères, permettant ainsi à vos clients de rechercher, de comparer et de sélectionner rapidement les bons produits.



**Personnalisation simplifiée des commandes :** les processus complexes de commande et d'après-vente impliquent souvent des options de personnalisation : taille, couleur, configuration, suppléments ou offres groupées spéciales. Éliminez les échanges et garantisiez l'exactitude des spécifications en facilitant la personnalisation des commandes grâce à des interfaces conviviales.

<sup>4</sup> Experience is everything. Get it right.





**Commandes à approbations multiples :** prenez le dessus sur les processus d'approvisionnement complexes en mettant en place des flux de travail automatisés qui permettent d'acheminer les commandes vers plusieurs approbateurs avant leur expédition.



**Commandes à volume élevé :** simplifiez les commandes à volume élevé en offrant des fonctionnalités de commandes groupées et une visibilité en temps réel sur les stocks, grâce à une intégration directe avec votre système ERP ou de gestion des stocks.

Découvrez comment simplifier et accélérer les commandes B2B pour différents types d'acheteurs de ce secteur dans ce [livre blanc](#).

## 4. Proposer une expérience unifiée

Proposer une expérience unifiée et intuitive pour les clients, c'est le motif principal de la création d'un portail client. Combler le fossé entre l'ancien et le nouveau en intégrant vos solutions existantes dans un système unifié élimine les silos, connecte les bases de données et accélère les processus métiers. Dans le secteur manufacturier, un portail peut donc représenter des bénéfices importants pour votre entreprise et vos clients.

### Des mises à jour et des tâches centralisées

Un portail client permet non seulement d'*accéder* aux informations sur une seule interface, mais également de les *mettre à jour* de manière centralisée, avec propagation automatique des modifications sur tous les autres systèmes connectés. Il peut s'agir d'un simple changement d'adresse dans plusieurs systèmes, ou d'une commande de marchandises et services supplémentaires nécessitant plusieurs systèmes pour s'exécuter.

Cet avantage s'applique également à la mise à jour de vos systèmes internes par votre personnel : les mises à jour importantes des spécifications des produits, des niveaux de stock ou des informations fournisseur peuvent être propagées dans vos systèmes ERP, PIM, PLM, WMS, SCM, etc.

### Accédez à des informations exploitables pour offrir de meilleures expériences

En centralisant les données, un portail clients vous permet d'accéder à de nouvelles informations qui pourront vous aider à mieux servir votre clientèle. Par exemple :

- Vous pourrez recouper vos données CRM avec celles de votre système de création de tickets pour voir si les délais de traitement des réclamations au titre de la garantie ont une incidence sur les dépenses des clients ou sur la

durée de fonctionnement de leurs équipements. Cela permettra aux équipes chargées du service client de se concentrer sur l'amélioration du service aux clients à risque.

- Vous pouvez utiliser les données CRM pour segmenter les clients et personnaliser l'expérience de leur portail clients en conséquence.

## Des expériences cohérentes

Que ce soit dû à la multiplication des fusions et acquisitions, ou simplement à la prolifération des systèmes au fil du temps, il arrive que les entreprises manufacturières proposent plusieurs expériences dont l'incohérence pourrait nuire à la perception de la qualité de la marque. Un portail client unifié avec un environnement de publication complet peut aider vos équipes à créer une expérience de marque unique et cohérente. Par exemple, votre portail client pourrait inclure des modèles, des guides de style et des dépôts – synonymes de gain de temps – pour garantir la cohérence de la conception.

## Des expériences simplifiées

Enfin, un portail clients unifié pourra naturellement permettre de redéfinir les processus métiers touchant les nombreux systèmes et utilisateurs différents rassemblés sous le portail.

Avant le portail, les clients devaient peut-être se rendre sur un site pour se renseigner sur les produits, ensuite être redirigés vers un ou plusieurs autres sites pour effectuer différentes actions après-vente, comme la commande de pièces de rechange ou de consommables, l'envoi d'un ticket d'assistance ou la soumission d'une réclamation au titre de la garantie.

Initialement, un portail client peut permettre de réaliser toutes ces actions au même endroit séparément, mais au fil du temps, vous pourrez utiliser le portail pour simplifier et automatiser efficacement les expériences tout au long du parcours client. Dans l'exemple ci-dessus, votre système pourra évoluer et suggérer automatiquement des options pour vérifier si des actions de maintenance sont nécessaires en fonction de votre portefeuille d'équipements, et vous recommander de commander la bonne pièce de rechange lorsqu'un client soumet une réclamation au titre de la garantie.



**85 % des clients attendent des expériences cohérentes entre les départements.<sup>5</sup>**

Découvrez comment unifier l'expérience client grâce à ces 3 stratégies [ici](#).

<sup>5</sup> État du client connecté



## 5. Trouver des réponses facilement et rapidement

Comme indiqué précédemment, les clients veulent du self-service, encore plus lorsqu'il s'agit de trouver des réponses sur vos produits. Heureusement, il existe des moyens concrets de mettre à profit la technologie pour aider les clients à s'y retrouver dans les nombreuses ressources à leur disposition et de soulager le personnel chargé du support.



**63 % des clients déclarent que le champ de recherche de la plupart des portails est peu attrayant, voire irritant.<sup>6</sup>**

### Comment simplifier la recherche de réponses



**Tableaux de bord personnalisés :** proposez des contenus pertinents aux clients sans qu'ils aient à effectuer de recherche. Regroupez leurs portefeuilles d'équipements au même endroit : donnez-leur des informations sur leurs achats antérieurs et proposez des manuels, de la documentation et des dossiers d'entretien des machines. Vous pouvez même afficher les données de performance et d'entretien des équipements avec la télémétrie IoT.



**Résolution autonome des problèmes :** lorsqu'un client est sur le point d'ouvrir un ticket d'assistance, suggérez-lui de consulter des articles de la base de connaissances qui permettront à ses techniciens d'exécuter les tâches d'entretien de façon autonome. Ainsi, il n'aura pas besoin de créer ce ticket.



**Recherches ajustées :** Si certains termes de recherche utilisés par vos clients ne correspondent pas aux mots clés de votre contenu, vous pouvez entraîner votre moteur de recherche pour qu'il affiche les résultats les plus pertinents associés à ces termes.



**Une recherche unique portant sur toutes les sources de contenu :** en connectant tous les systèmes à votre portail client, vous garantissez que les résultats de recherche incluent tous les éléments utiles, des contenus et des articles de blog pertinents aux fiches techniques et aux manuels appropriés.

<sup>6</sup> The Value of Customer Self-Service in the Digital Age



**Interface de chat alimentée par l'IA :** Certains clients préfèrent les interactions de type chat aux barres de recherche traditionnelles. Les chatbots peuvent utiliser l'IA et le traitement du langage naturel pour analyser votre contenu et proposer à vos clients ce qu'ils recherchent potentiellement. Un chatbot peut également faire remonter un problème à un représentant du service client si le client ne parvient toujours pas à trouver la réponse qu'il recherche.



**Forums clients :** Permettent aux clients de répondre aux questions des autres via les forums de la communauté d'utilisateurs, avec une organisation par sujets.

Découvrez 3 stratégies que vous pouvez utiliser pour faciliter les recherches des clients dans ce [livre blanc](#).

## 6. Donner à vos équipes des outils intuitifs permettant de maintenir votre portail à jour

Dans l'industrie manufacturière, la capacité à satisfaire les besoins des clients est un élément essentiel de tout portail client. Si vos clients rencontrent des problèmes avec vos produits ou services, ils se tourneront naturellement vers le portail pour obtenir une assistance et des conseils rapides.

En comprenant vos clients grâce à des recherches méticuleuses, vous pouvez leur proposer des solutions complètes au sein du portail. Toutefois, il est essentiel d'avoir conscience que les préférences, les motivations et les objectifs de chaque client évoluent également au fil du temps, en particulier en période d'incertitude et de perturbations économiques.



**39 % des utilisateurs réfléchiraient à deux fois avant d'utiliser un produit ou un service si le site web n'était pas à jour.<sup>7</sup>**

<sup>7</sup> 81% of People Think Less of a Business if its Website is Outdated

En mettant en œuvre la solution de portail client adaptée aux besoins de votre entreprise, vous pouvez identifier de manière proactive les besoins changeants des clients et planifier stratégiquement les améliorations à apporter. La solution appropriée peut également donner à vos équipes les outils dont elles ont besoin pour traiter rapidement les demandes urgentes, créer rapidement du contenu et des applications, configurer les flux de travail de manière intuitive et automatiser les processus métiers stratégiques.

Ces outils jouent un rôle essentiel, car ils garantissent l'actualisation et l'optimisation de votre portail client. Résultat : des clients satisfaits et un avantage concurrentiel.

## Comment maintenir votre portail clients à jour ?

Pour garder votre portail client à jour, il vous faut un ensemble d'outils adapté pour mesurer son efficacité et pouvoir faire des mises à jour rapides du contenu et du site. Vous aurez besoin d'une solution de portail spécialisée pour effectuer les tâches suivantes :



**Surveillez et validez les informations** sur votre site afin que les clients bénéficient des informations et des notifications les plus récentes. Les rappels peuvent vous fournir automatiquement un rapport sur les anciennes pages pour vous permettre de planifier des mises à jour ou de supprimer le contenu non pertinent. Par exemple, si vous utilisez le portail pour fournir rapidement de la documentation sur des machines très spécialisées, vous pouvez identifier rapidement les documents obsolètes pour les remplacer par des versions plus récentes.



**Utilisez les outils d'analyse** pour observer les comportements, les pages et la performance du contenu. Vous pourrez ainsi identifier des informations utiles et déterminer où les clients se trouvent bloqués. Vous pourrez par exemple suivre l'utilisation que les clients font des procédures de maintenance présentées (guides de dépannage, manuels d'étalonnage) pour identifier les problèmes les plus fréquents. Cela vous permettra d'adapter la navigation dans le portail et l'expérience utilisateur en conséquence.



**Utilisez des outils low-code** qui permettent à tout utilisateur de lancer facilement de nouvelles applications, de simplifier les flux de travail et de créer des pages sans avoir à écrire une seule ligne de code. Grâce à cela, votre équipe pourra accélérer la mise en place des modifications, et vos équipes informatiques

pourront se concentrer sur des initiatives plus stratégiques nécessitant plus de personnalisation et de codage. Vous pourrez, par exemple, simplifier vos procédures de contrôle qualité à l'aide d'outils low-code en créant une application de contrôle qualité qui vous permettra de suivre en temps réel les inspections de produits, d'automatiser la saisie des données et de générer des rapports complets.



**Fournissez des fonctionnalités et des modèles robustes prêts à l'emploi** pour accélérer encore plus le délai de mise sur le marché. Recherchez un fournisseur de portails client qui propose des fonctionnalités prédéfinies telles que la gestion de contenu, la gestion de l'expérience numérique, la personnalisation, etc. Par exemple, créez sans effort des catalogues produits personnalisés pour différents segments de clientèle en tirant parti de fonctionnalités de personnalisation prêtes à l'emploi adaptées aux préférences des clients, aux besoins spécifiques de l'industrie ou aux facteurs régionaux variables.

Découvrez les 3 tactiques qui vous permettront de maintenir votre portail client à jour [ici](#).

## Tirer le meilleur parti de votre portail clients

En choisissant la plateforme de portail adaptée à votre entreprise manufacturière, vous pouvez simplifier votre expérience client tout en offrant à vos équipes internes des outils plus efficaces.

**Votre portail clients est-il capable d'exécuter les six tactiques dont nous avons discuté ? Si ce n'est pas le cas, vous pouvez créer un outil plus efficace avec Liferay.**



## La plateforme complète pour des solutions sur mesure

Liferay est une plateforme complète qui vous permet de personnaliser les solutions numériques dont vous avez besoin sans sacrifier la vitesse, la flexibilité ou le budget. En utilisant Liferay pour créer votre portail clients, vous pourrez :

- Proposer aux clients un endroit où ils pourront effectuer rapidement des tâches essentielles par eux-mêmes, telles que la mise à jour de leurs informations, la vérification du statut d'une commande ou d'une réclamation au titre de la garantie, ou le paiement d'une facture.
- Unifier tous les systèmes et outils de votre organisation au sein d'une passerelle unique, plus efficace à utiliser et qui préserve les investissements dans les technologies existantes.
- Donner à vos utilisateurs métiers les moyens de proposer plus rapidement des expériences numériques personnalisées à l'aide d'outils low-code et no-code.

Les attentes des clients en matière d'expériences numériques vont être de plus en plus exigeantes. Soyez à la hauteur de ces attentes : offrez à vos clients une solution personnalisée, et de manière plus efficace avec Liferay.

Découvrez comment tirer parti des fonctionnalités prêtes à l'emploi de Liferay pour créer [un portail client efficace adapté au secteur manufacturier ici](#)



Contactez notre équipe commerciale à l'adresse [liferay.com/contact-sales](https://liferay.com/contact-sales) pour en savoir plus.



Liferay conçoit des logiciels qui aident les entreprises à créer des expériences numériques pour le Web, les mobiles et les appareils connectés. Notre plateforme est open source et donc plus fiable, innovante et sécurisée. Nous essayons d'avoir un impact positif sur le monde par le biais de nos activités et de nos technologies. Des milliers d'organisations évoluant dans de nombreux domaines, des services financiers aux prestations de soins de santé, en passant par les administrations, les assurances, la vente, la fabrication et bien plus encore, utilisent Liferay. Rendez-vous sur [www.liferay.com](http://www.liferay.com).

© 2023 Liferay, Inc. Tous droits réservés.