

Pourquoi le self-service est indispensable aux portails web client

Guide et stratégies pour le self-service client

Introduction

Les clients sont de plus en plus autonomes, et ont plus de pouvoir que jamais, car ils ont un accès immédiat aux informations, où qu'ils se trouvent. Les entreprises ont du mal à répondre aux exigences croissantes de leurs clients.

C'est pourquoi les leaders stratégiques de l'expérience client se tournent vers les portails client en self-service. Ces derniers peuvent non seulement répondre au besoin d'autonomie du client moderne, mais également réduire les efforts que les équipes de support doivent investir dans chaque interaction avec les clients.

Toutefois, de nombreuses entreprises utilisent une série de technologies en silos, qui les empêche de mettre en place des stratégies de self-service intégré, ce qui crée une expérience client fragmentée.

Voici les composantes essentielles dont les responsables du service client ont besoin, pour tirer le meilleur parti de leur solution de portail self-service.

Qu'est-ce que le self-service ?

L'expression « self-service » vient d'une épicerie au détail, en 1917, pour laquelle Clarence Saunders a déposé un brevet de « magasin en self-service ». Les clients devaient récupérer eux-mêmes les articles qu'ils souhaitaient acheter et les présenter en caisse au lieu de faire leur liste d'achats et attendre qu'un assistant leur prépare les produits.

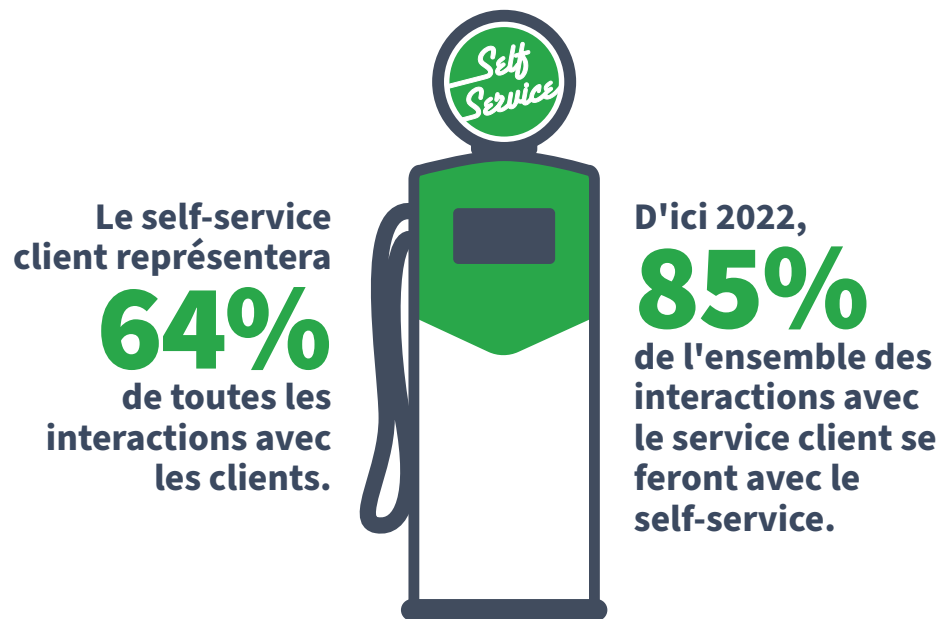
Ce concept a désormais évolué. Il décrit les expériences digitales qui donnent aux utilisateurs les outils nécessaires pour trouver les informations dont ils ont besoin, et bénéficier d'une meilleure expérience du produit ou du service, sans l'aide du service desk.

**81 % des clients, tous secteurs confondus,
tentent de résoudre leurs problèmes eux-mêmes
avant de faire appel au support.**

Harvard Business Review

Avantages du self-service client

La première étape vers une expérience digitale d'excellence est le self-service.



Source : Gartner¹

Les responsables d'entreprise doivent offrir aux clients les moyens de trouver facilement, et par eux-mêmes, le contenu et les informations qu'ils recherchent. C'est de cette manière que les clients préfèrent interagir avec l'entreprise. En outre, cela apporte des avantages immédiats, notamment des réductions de coûts et des gains de productivité, car cela réduit la quantité des appels adressés au centre de support client.

¹ Gartner Predicts a Virtual World of Exponential Change

Un self-service digital bien intégré génère un retour sur investissement (ROI) à long terme, notamment pour les raisons suivantes :



RÉDUCTION DU NOMBRE D'APPELS AU SUPPORT.

Les clients trouvent facilement les réponses à leurs questions en ligne, ce qui réduit le volume des appels entrants.



AUGMENTATION DU TRAFIC.

Le self-service améliore la crédibilité de la marque et la confiance des clients, car ces derniers considèrent le portail comme un outil utile et le visitent plus souvent.



RÉDUCTION DES DÉLAIS DE RÉPONSE.

Comme les clients peuvent rapidement trouver et extraire les informations dont ils ont besoin, le service client peut vite traiter les interactions et questions plus complexes, sans répondre aux questions fréquentes.



AUGMENTATION DU VOLUME TOTAL DE TICKETS GÉRÉS.

Avec le self-service, vous pouvez aider davantage de clients en moins de temps.



RÉDUCTION DU COÛT TOTAL DU SUPPORT.

Une maintenance en self-service coûte moins cher que la gestion du support en direct.



AMÉLIORATION DE LA SATISFACTION CLIENT.

Si vous proposez le self-service, les clients peuvent choisir leur moyen d'interaction et utiliser l'expérience qu'ils préfèrent.

Finalement, en investissant dans le self-service, vous investissez dans l'expérience client. Les ressources consacrées à définir une stratégie de self-service digitale et à l'exécuter bénéficient à toutes les parties concernées.

Stratégies à adopter pour un portail client réussi

Les portails client modernes, capables de fournir une expérience transparente et connectée, sont devenus des outils indispensables dans l'arsenal d'une entreprise qui cherche à développer une expérience client attrayante. Cependant, dans cette boîte à outils, il manque à de nombreuses entreprises un élément important : le self-service.

Etant donné que les portails client devraient déjà figurer parmi les canaux essentiels de l'entreprise, l'ajout du self-service est la tactique la plus évidente et la plus avantageuse à mettre en place, pour apporter aux clients une valeur ajoutée et améliorer l'outil existant. De nombreuses entreprises disposent déjà des connaissances et des services nécessaires pour prendre en charge le self-service. Il leur manque seulement une stratégie ciblée pour réunir tous les éléments en une solution orientée client efficace.

Alors, comment les entreprises doivent-elles procéder pour commencer à implémenter le self-service dans leurs solutions de portail client ?

Évaluer le contenu actuellement disponible

Avant d'ajouter des fonctions de self-service à un portail existant, l'entreprise doit évaluer les documents actuellement disponibles. Comme le self-service est conçu pour permettre aux clients de trouver les informations dont ils ont besoin sans aucune assistance, il faut préparer en priorité les contenus essentiels, qu'il s'agisse d'articles, de vidéos ou d'images.

Pour y parvenir correctement, vous devez bien comprendre le parcours actuel de vos clients. Posez-vous les questions suivantes :

- Combien de clients utilisent le portail client plusieurs fois par semaine ?
- Quelles informations les clients recherchent-ils dans le portail client ?
- Quels points de conflit dans le parcours type d'un client, le pousse à demander de l'aide ?
- Quelles sont les questions fréquentes auxquelles le support doit souvent répondre ?

Allouez du temps et des ressources au développement des documents nécessaires, avant même d'impliquer le département IT dans la création des fonctions de self-service.

Déterminer comment proposer le self-service

À quoi ressemble réellement le self-service dans un portail client ? Voici certaines fonctions de self-service qu'il peut être judicieux d'ajouter :



Base de connaissances, à savoir une base de données de thématiques, articles, tutoriels et autres informations pertinentes, où il est possible de naviguer et de faire des recherches. Vous pouvez également inclure une section FAQ (Foire aux questions) ou Q&R (Questions et réponses) pour aider le client à trouver plus rapidement le contenu nécessaire.



Forums qui encouragent l'échange de connaissances entre les clients et permettent des discussions ouvertes.



Gestion de compte sans l'aide du support. Les clients peuvent facilement modifier et contrôler leur propre compte, notamment en modifiant les informations personnelles, en définissant leurs préférences de notifications ou en désactivant leur compte.



Assistants numériques (chatbots, par exemple). Ils sont également essentiels pour fournir aux clients un self-service instantané. Avec les progrès de l'intelligence artificielle (IA), ces assistants numériques seront forcément plus efficaces.

Quand utiliser (ou non) le self-service

Oui, le self-service va continuer à représenter une tactique digitale importante pour les entreprises. Cependant, cela ne signifie pas qu'il est efficace dans toutes les situations. Les responsables doivent définir les situations où il serait approprié d'utiliser le self-service client et celle où ce serait inutile.

Gartner vous recommande d'identifier les parcours à forte valeur et à fort volume, et de vous concentrer sur ces parcours. Examinez les situations où :

- Le client pourrait bénéficier de l'expertise d'un autre client
- Les mêmes questions sont posées fréquemment
- Le personnel n'est pas disponible pour apporter son aide
- Le style d'apprentissage favori est le « faire soi-même »

Dans ces situations, le self-service doit sans conteste être mis en place, pour répondre aux besoins du client et de l'équipe support de l'entreprise.

À l'inverse, dans les scénarios suivants, le self-service n'est pas la méthode de service client la plus appropriée :

- Questions particulièrement complexes ou situations inédites qui nécessitent une expertise humaine
- Clients qui préfèrent parler à une personne en direct plutôt que de chercher la réponse en ligne

Pour résumer, réfléchissez au meilleur moyen de tirer parti du self-service pour venir en aide à l'équipe support, afin que le service client puisse consacrer son temps et ses compétences à aider les utilisateurs lorsqu'ils en ont réellement besoin.

Bonnes pratiques

Nos dix ans d'expertise nous ont permis d'accompagner les leaders mondiaux dans la création d'expériences de self-service d'excellence pour leurs clients. Voici quelques bonnes pratiques pour réussir la mise en place de votre portail self-service :

Arrivée de nouveaux collaborateurs et formation

La mise en place du self-service n'augmente pas forcément l'adoption du portail client. Si les clients ne connaissent pas les fonctions de self-service disponibles, ni la manière dont elles améliorent leur expérience, ils ne trouveront pas ces fonctions intéressantes.

Veillez à informer vos clients des avantages du portail en self-service. N'hésitez pas à les appeler pour leur communiquer le lancement, organiser une formation spécialisée, leur mettre à disposition une documentation et une communication cohérente pour prouver la valeur de l'outil que vous leur proposez.

Prendre soin du client

Le self-service ne donne pas à l'entreprise l'autorisation d'ignorer ses clients jusqu'à la prochaine vente. Le self-service est conçu pour améliorer l'expérience de service client existante, pas pour la remplacer. Le self-service est une solution supplémentaire que vous offrez à vos clients, et votre service client doit constamment réfléchir à l'amélioration des relations avec ses clients.

Conclusion

Les clients évoluent dans un monde entièrement connecté, reposant sur les technologies. Ils exigent une instantanéité, une connectivité et une simplicité à chaque interaction dans leur parcours d'achat. Les entreprises qui réussissent à fournir un service client pertinent et agile sont celles qui sauront se différencier de leurs concurrents. Offrez à vos clients l'expérience qu'ils attendent, grâce à un portail en self-service attrayant.

Pour aller plus loin

Le self-service nécessite un alignement entre le département IT et métier. Vos équipes IT hésitent à passer des canaux en direct au self-service client ? Téléchargez ce guide pour encourager son adoption par le département IT et [élaborer une stratégie de self-service efficace](#).



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.