



THE BIG CHALLENGE

LE LIBRE-SERVICE DANS LES
CENTRES DE CONTACT :
AMI OU ENNEMI ?

VOXTRON 
MEMBER OF



Enhouse
Interactive



À quel canal pensez-vous spontanément lorsque vous souhaitez un complément d'informations sur un produit ou service ? Au téléphone ? Ou préférez-vous d'abord vous rendre sur un site web ? Vos contacts sont de plus en plus nombreux à choisir la deuxième option. Le libre-service est un canal à part entière dans une stratégie professionnelle de service à la clientèle.

Qu'est-ce que le libre-service ?

Le libre-service est une stratégie de service aux clients par laquelle une société, une organisation ou une institution publique permet à ses contacts de trouver une information, de résoudre un problème... à tout moment et sans l'intervention d'un agent de centre de contact.

Quelques exemples : demander la date ou l'heure de passage d'un technicien ou d'un livreur, consulter des factures, rechercher comment réinitialiser un PC, transmettre son relevé d'eau, de gaz ou d'électricité...

Les clients attendent de plus en plus « ici et maintenant »

Des initiatives émanant souvent de grands acteurs ou de start-ups turbulentes modifient les attentes des clients. Ils veulent que vous ayez toujours une longueur d'avance, peu importe que vous soyez une entreprise, une organisation ou un organisme public. Ces mêmes clients exigent par ailleurs plus de flexibilité en termes d'accès à vos services. Commander en ligne ? La livraison en 24 heures constitue de moins en moins un facteur distinctif et devient la norme attendue. Et en ce qui concerne les questions ou les problèmes, le client attend de vous que vous soyez disponible via différents canaux. Ce n'est pas le cas ? Prenez garde à la concurrence !



VOXTRON 
MEMBER OF

 **Enhouse**
Interactive



Optimiser le service à la clientèle ? Le mot d'ordre : la diversification

Un centre de contact capable de répondre aux questions des clients 24 h/24 et 7 jours sur 7 ? Pour la plupart des entreprises, une telle solution n'est pas économiquement viable. Pour offrir malgré tout un service optimal à la clientèle, elles recherchent donc d'autres solutions. Ces alternatives résident dans les informations et les outils en ligne, les applis, l'interactive voice response (IVR)... Le service à la clientèle devient de plus en plus multicanal.

La combinaison agents/outils de libre-service permet aux centres de contact de maîtriser leur structure de coûts tout en profitant des avantages d'un service aux clients performant : une satisfaction accrue de la clientèle, des clients plus fidèles et qui deviennent spontanément des ambassadeurs d'un produit ou service. Une étude menée par l'Université d'Harvard en 2010 a démontré que la fidélité des clients augmentait quand ils trouvaient plus facilement une réponse à leurs questions ou une solution à leurs problèmes. C'est là l'enjeu du libre-service. Dans le même temps, la simplification du processus de service entraîne une réduction significative des frais de service et de la rotation de la clientèle. Les entreprises qui disposent d'une stratégie poussée de service aux clients ne considèrent d'ailleurs plus leur centre de contact comme un poste de coût, mais bien comme une unité opérationnelle stratégique clé.



Le libre-service : 3 possibilités couramment utilisées

01 Foire aux Questions (FAQ)

Une FAQ constitue le canal de libre-service le plus courant. Il s'agit d'un outil de questions-réponses statique, en ligne ou sous la forme d'une application, assez simple à mettre en place. Le principal défi réside dans la capacité à pouvoir se mettre dans la peau des clients pour sélectionner les questions, à créer une bonne structure et à formuler des réponses claires. Une FAQ est souvent combinée avec un système de tickets : si la réponse adéquate ne figure pas dans la FAQ, on peut contacter le centre de contact ou le helpdesk.

02 Un forum en ligne

Un forum est une application ou un site web où les clients ou utilisateurs peuvent poser des questions, auxquelles tant les autres utilisateurs que les agents de votre propre centre de contact ou vos spécialistes produits peuvent répondre. C'est la communauté autour de votre produit ou service qui s'entraide pour trouver des réponses. Outre les traditionnels sites web et applis, les réseaux sociaux gagnent en importance en tant que canal dans ce cadre-ci également.

03 L'Interactive Voice Response (IVR)

Alors que les FAQ ou forums sont textuels, l'IVR fonctionne par le biais de la voix en combinaison avec le clavier de votre téléphone. Vos contacts sont dirigés vers l'information et les solutions ad hoc par des questions claires ou des menus d'options.

Comment franchir le pas ?

1re étape définissez vos processus de base et canaux de service les plus souvent utilisés

Qui fait appel à quel canal pour quelle information ou question ? Analysez les types d'informations, de questions ou de processus qui entrent en ligne de compte pour le libre-service.

2e étape esquissez les processus de libre-service

Définissez étape par étape de quelle manière vos contacts obtiennent une réponse à leurs questions. Cette information doit permettre de développer à l'étape 3 un outil de libre-service doté d'une structure de navigation conviviale, de processus logiques, de textes clairs... Tenez compte du profil de votre contact : un trentenaire n'utilisera pas le web et les applis de la même manière qu'une personne de 70 ans.

3e étape développez l'outil

Outre le développement technique (site web, application, IVR...), il convient de se mettre d'accord en interne sur la responsabilité du suivi et du contenu de l'outil libre-service.

La performance du libre-service dépend de la qualité de l'information : veillez à ce qu'elle soit formulée de façon claire en vous adaptant à l'utilisateur et à son langage.

4e étape encouragez et contrôlez l'utilisation

Votre outil n'aura aucune valeur s'il est introuvable. Vous devez donc en faire la promotion auprès de votre groupe cible.

5e étape surveillez et analysez

Nombre d'utilisateurs, expériences, types de questions ou d'informations, moments du décrochage... Utilisez ces informations pour améliorer votre outil.

PLUS D'INFOS ?

Prenez vite rendez-vous avec votre personne de contact habituelle chez Voxtron et découvrez comment convertir les tendances en nouvelles opportunités. **Réagissez dès aujourd'hui !**

Pour la Belgique, les Pays-Bas et la France

Jan Vidts
+32 475 34 55 55
jan.vidts@enghouse.com

Roger Van Schaeybroek
+32 472 89 76 05
roger.vanschaeybroek@enghouse.com

Voxtron
Hoogkamerstraat 304
B- 9140 Temse

T +32 3 760 40 20
F +32 3 760 40 21

www.enghouseinteractive.be
www.enghouseinteractive.nl

COPYRIGHT

Tous les articles publiés dans notre cases et sur notre site sont protégés par le droit d'auteur. La reprise, même partielle, n'est permise que moyennant accord écrit préalable de Voxtron et en mentionnant Voxtron comme source ainsi qu'un lien vers www.enghouseinteractive.be



VOXTRON 

MEMBER OF

Enghouse
Interactive