

Repenser la stratégie Relation client, conseils

Afin de maintenir une bonne satisfaction client, quelles stratégies appliquer ? Et comment faire de la technologie sa meilleure alliée ?

Grâce à la technologie, dans l'entreprise, en temps de pandémie, le rôle du service client a considérablement évolué où beaucoup d'interactions traditionnelles ont été remplacées par des outils en ligne qui profitent aux clients et aux entreprises. Ces outils permettent aux clients de gérer eux-mêmes leurs services et produits, et aux équipes service client de répondre plus efficacement aux demandes de leurs clients.

De nouveaux outils informatiques ont permis aux entreprises d'assurer leur activité. Nombre d'entre elles ont dû s'adapter au travail à distance tout en maintenant le contact.

Mais tirer le meilleur de la technologie **ne doit pas se faire au détriment des relations humaines**. Même lorsque vous êtes vous-même une entreprise de la tech, vous devez garder à l'esprit que le service client doit être au cœur de votre proposition de valeur. Le service client ne se résume pas à gérer les réclamations et à répondre aux appels, **il s'agit de construire une relation avec les clients**.

Même si la technologie a permis aux équipes chargées de l'expérience des utilisateurs de résoudre les problèmes plus efficacement et plus rapidement, les consommateurs préféreront toujours échanger avec une "vraie personne". **Une étude a révélé qu'un service personnalisé était le facteur le plus souvent cité par les clients pour déterminer s'ils se sentent "considérés" ou non par une marque**.

Alors comment trouver l'équilibre entre technologie et interaction humaine ?

S'entourer de personnes compétentes

Votre service client doit être perçu comme **une opportunité de créer de la valeur, pas seulement comme un coût**. Plutôt que d'embaucher une armée de conseillers, **engagez des personnes polyvalentes, capables de gérer la plupart des interactions avec vos clients**. En général, plus l'entreprise est grande, plus le service client est important. Si un plus grand nombre de conseillers peut accélérer le temps de réponse, il peut aussi entraîner un plus grand nombre de clients frustrés, transférés entre différents services dans un même centre d'appel. **Les personnes qui échangent avec les clients toute la journée ont donc beaucoup à apporter à votre entreprise et sa réputation**.

Former, partager, recommencer

L'équipe du service client doit recevoir une formation complète dès le départ. **Veillez à former correctement votre équipe dès son intégration, puis à renouveler et actualiser cette formation** en fonction des besoins de l'équipe. Cette formation ne doit pas reposer uniquement sur les compétences techniques, **elle doit aussi intégrer l'aspect humain, essentiel dans le service client, pour répondre aux besoins avec empathie et considération**.

La meilleure façon d'encourager vos employés à faire preuve d'empathie, c'est de leur montrer l'exemple en interne. Si vous **valorisez vos employés, ils valoriseront vos clients**.

Ainsi, il est important d'investir dans des outils et processus permettant de faciliter et fluidifier le travail à distance. Ce n'est pas la même chose de travailler entre collègues au bureau, que de le faire seul chez soi. **Il faut créer des canaux de communication ou des rendez-vous réguliers par exemple pour renforcer le dynamisme d'une équipe à distance**.

Investir dans la technologie

Investissez dans des outils qui permettent de faciliter et fluidifier les activités de back-office. Votre équipe pourra ainsi se concentrer sur la résolution de besoins plus complexes plus rapidement, clients et employés n'en seront que plus satisfaits. Selon un rapport, **jusqu'à 20 % du temps de travail des employés peut être consacré simplement à la recherche d'informations sur les clients**. Pensez au temps que vous pouvez leur faire gagner grâce à des automatisations.

Maintenir le cap sur les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont un outil privilégié pour exprimer un avis. **Ils sont donc couramment utilisés par les clients** pour attirer l'attention d'une marque.

Nombreux sont ceux qui utilisent les réseaux sociaux comme passe-temps, mais **ils sont un excellent moyen d'échanger avec les clients de façon moins formelle**. Si vous employez un réseau social, il est même très probable que les clients apprécient leurs interactions via ce réseau, et aient ainsi une très bonne image du service client en question.

Récompenser ses collaborateurs

L'utilisation d'un outil de mesure de satisfaction de la clientèle est un moyen pour les entreprises de mesurer l'impact de leur service client. **En gardant un œil attentif sur les indicateurs de satisfaction, vous pouvez récompenser les collaborateurs les plus performants et obtenir de précieuses informations sur ce qui fonctionne bien et ce qui ne fonctionne pas**. Et n'oubliez pas, tout ne peut pas toujours être compté qu'en chiffres. **Il est important de saluer d'autres performances, comme une interaction donnant satisfaction au client**.

La pandémie a mis la transition numérique à l'épreuve. Les entreprises ont dû s'adapter au télétravail du jour au lendemain, tout en donnant satisfaction aux clients.

Le service client est la clé de voûte de l'interaction avec une marque : soit un client est satisfait, soit il a envie d'aller voir ailleurs.
