



salesforce

LES 20 MEILLEURES PRATIQUES DE SERVICE À LA CLIENTÈLE

COMMENT FOURNIR UN SERVICE
EXCEPTIONNEL



Nous avons la ferme intention de redonner tout le sens à clientèle dans l'expression « service à la clientèle ».

Le monde a changé. Les gens et les appareils sont plus connectés, les clients sont mieux informés et outillés, et les entreprises ont plus de données à leur disposition que jamais auparavant. Nous sommes bel et bien dans l'ère numérique, où les consommateurs bien avisés s'attendent à une expérience client connectée, réactive, sans friction. L'avenir du succès commercial repose sur la capacité des sociétés à offrir une expérience client qui répond aux exigences de plus en plus élevées de ce nouveau monde hyperconnecté.

Néanmoins, de nombreuses entreprises sont figées dans le passé lorsqu'il est question de service à la clientèle. Voilà ce qui nous amène à la création de ce livre électronique : vous transmettre les meilleures pratiques fondamentales d'un excellent service à la clientèle de sorte que votre entreprise soit couronnée de succès dans cette époque de connectivité. Grâce aux commentaires de nos clients, d'experts de produit et de leaders d'opinion, nous avons choisi les 20 meilleures pratiques de service à la clientèle, dont cinq d'entre elles visent une qualité de service exceptionnelle à l'échelle des réseaux, cinq autres concernent le traitement approprié à vos clients et dix sont axées sur la création d'une équipe de classe mondiale. Voyons cela de plus près.

Table des matières

Service exceptionnel à l'échelle des réseaux

- 1 | Apprenez à mieux connaître vos clients, peu importe l'endroit où ils se trouvent
- 2 | Tirez profit des renseignements sur vos clients
- 3 | Utilisez les réseaux favoris de vos clients
- 4 | Devenez mobile
- 5 | Offrez des formations sur tous les réseaux

Traitez vos clients comme vos amis

- 6 | Partagez du contenu pertinent
- 7 | Soyez honnête
- 8 | Transformez les revers en solutions
- 9 | Profitez des experts
- 10 | Conformez-vous aux règles

Composez votre équipe

- 11 | Commencez dès l'entrevue
- 12 | Embauche en fonction de votre culture
- 13 | Faites tomber les murs
- 14 | Mettez en œuvre la ludification
- 15 | Utilisez de multiples réseaux pour réduire la monotonie
- 16 | Autorisez les horaires variables
- 17 | Faites en sorte que l'emploi soit significatif
- 18 | Récompensez le succès
- 19 | Donnez régulièrement des rétroactions
- 20 | Fournissez des occasions de croissance

Section 1

Service exceptionnel à l'échelle des réseaux

La technologie a transformé le client moderne en une force redoutable à écrans multiples, toujours connectée du monde des affaires. Si votre service à la clientèle n'est pas préparé à offrir un service exceptionnel à travers de multiples réseaux et appareils, vous raterez l'occasion d'offrir à vos clients un service approprié.

Votre service à la clientèle ne doit pas seulement battre la même mesure que vos clients, il doit les devancer, et les attendre à l'arrivée. Par conséquent, vous devez adopter de nouveaux réseaux et utiliser des données de façon à broser un portrait plus fidèle que jamais de vos clients.

Service exceptionnel à l'échelle des réseaux



Apprenez à mieux connaître vos clients, peu importe l'endroit où ils se trouvent

Les taux de satisfaction de la clientèle sont souvent bas lorsque les sociétés obligent leurs clients à passer à travers différents réseaux pour résoudre des problèmes de soutien. Assurez-vous que vos agents connaissent bien vos clients, notamment leurs désirs, leur fidélité envers vous et leurs voies de communication favorites, etc. Ainsi, un client qui commence une conversation par courriel n'a pas à tout recommencer lorsque la conversation se déplace au téléphone ou sur un site de clavardage.



Tirez profit des renseignements sur vos clients

Utilisez votre centre d'appels comme point de convergence des plaintes, des commentaires et des suggestions de produits. Votre équipe doit centraliser toutes les données des clients à un endroit, les rendant ainsi accessibles à quiconque participant à l'expérience de service à la clientèle.



Utilisez les réseaux favoris de vos clients

Dès que se présente un nouveau client, vous devez vous informer des réseaux qu'il préfère emprunter pour obtenir une assistance. Dans le cadre de votre processus d'intégration ou d'une visite de bienvenue, faites en sorte que vos agents demandent quels réseaux les clients préfèrent utiliser pour les questions de service. Si l'intégration prévoit un courriel de bienvenue, joignez-y une fiche aide-mémoire de tous les réseaux de communication des membres de votre équipe de service. En outre, insérez des appels à l'action dans votre matériel de marketing qui demandent aux clients de vous contacter à l'aide de leur moyen favori.



Allez vers un service à la clientèle mobile

Les options de mobilité, la messagerie texte par exemple, ne sont pas encore très populaires auprès des centres d'appels, mais les sociétés doivent les envisager sérieusement. La mobilité procure une plateforme qui suit le client en tout temps, en plus de donner le sentiment d'un contact personnalisé. Votre centre de service à la clientèle envisage-t-il d'autres options de connexion pour les clients, tels la mobilité ou autre?

A person in a blue suit is writing on a document with a pen. The image is split into two halves: the left half shows the person's hands and the pen, and the right half is a solid blue background with white text.

Offrez des formations sur tous les réseaux

Vos agents ne maîtriseront pas le service multiréseau en criant ciseaux. À mesure que vous ajoutez des réseaux, vos agents de soutien à la clientèle doivent recevoir une formation leur montrant comment les utiliser pleinement.

La tâche d'affecter du personnel à différents réseaux, vous exigera de trouver les forces cachées de vos agents de service existants. Prenez connaissance des expériences antérieures des membres de votre équipe et incitez-les à fournir des échantillons de texte afin que de dénicher les rédacteurs les plus efficaces de l'équipe. Assurez-vous, cependant, de les former et de les préparer adéquatement à répondre à vos clients sur les réseaux qui impliquent d'envoyer des réponses par écrit, comme les courriels.

Section 2

Traitez vos clients comme vos amis

De bonnes expériences de service à la clientèle répondent aux questions des clients. D'excellentes expériences fournissent un petit quelque chose de plus. Les sociétés qui bénéficient de réels avantages concurrentiels pour leur service à la clientèle fournissent de véritables interactions humaines qui étonnent, ravissent, amusent et informent les clients.

Les interactions cantonnées dans des scénarios fastidieux passent vite à l'oubli. Les clients souhaitent seulement interagir avec une vraie personne et obtenir une solution concrète à leur problème. Habilez vos clients à s'informer eux-mêmes et donnez-leur l'impression qu'ils contribuent vraiment à l'amélioration de votre entreprise.

Traitez vos clients comme vos amis



Partagez du contenu pertinent

Pour habiliter vos clients, vous devez les aider à devenir des sources de connaissances. Du contenu pertinent, que ce soit un billet de blogue, un webinaire, un billet de réseau ou un livre blanc, peut faire partie de la solution du client et lui permettre de partager facilement cette information avec d'autres.

Pour utiliser du contenu de façon efficace, il faut maintenir un dialogue constant avec les clients afin de s'assurer que le contenu créé et partagé est utile, échangeable et pertinent en fonction des besoins et des défis.



Soyez honnête

Ça peut sembler évident, mais éviter les réponses toutes faites et s'assurer que chaque interaction est authentique sont deux éléments essentiels au succès du service à la clientèle. Formez vos équipes de service à la clientèle à être vraies, et encouragez-les à entretenir des conversations ouvertes et franches avec les clients. Si vos clients se sentent bien, ils seront volubiles, ce qui vous aidera grandement à résoudre les problèmes rapidement.



Transformez les revers en solutions

Malheureusement, de nombreuses entreprises auront des clients difficiles. Le service à la clientèle leur fournit un endroit pour évacuer la vapeur. N'oubliez pas que ce peut être une stratégie très positive et productive d'aider les clients actuels, ainsi que vos équipes de produits, à comprendre les capacités et les limites des produits. Veillez à ce que votre équipe voit chaque plainte comme une occasion d'améliorer encore la qualité de votre entreprise.



Profitez des experts

Encouragez vos agents à collaborer directement avec les experts à l'extérieur de votre secteur d'activités. Choisissez des experts qui sont en fait de fervents amateurs de vos produits, très engagés et prêts à aider les autres à tirer le maximum de vos offres afin de hausser la satisfaction de la clientèle.



Conformez-vous aux règles

Il est impératif que dans toute interaction avec un client, la réglementation en vigueur dans l'industrie soit respectée. Ce point est particulièrement important lors de l'ajout de nouveaux réseaux, comme un centre d'appels qui recourt au clavardage, par l'entremise duquel il peut obtenir des données de carte de crédit des clients. Il est crucial de s'assurer que cette nouvelle option et vos procédures sont toujours conformes à la réglementation et que les politiques organisationnelles requises sont édictées et appliquées. Mettez en œuvre des solutions pour une gestion de qualité qui se conforme aux normes de l'industrie.

Section 3

Composez votre équipe

Le succès et l'échec de tout service à la clientèle dépendent de l'expérience, des aptitudes et de la volonté des membres de l'équipe. L'embauche des bons agents de service est un gage de succès à long terme, le cas contraire peut miner votre capacité à fournir un service approprié dès le départ.

Même les meilleurs connaîtront des revers en l'absence d'un encadrement et de mesures incitatives appropriées. Instaurez une culture de succès dans votre équipe de service et vous le verrez rejaillir directement chez vos clients.



Composez votre équipe



Commencez dès l'entrevue

Lors d'une séance qui se tenait dans le cadre de la Semaine des centres d'appels 2013, Kimberly Warrick, directrice du service à la clientèle chez NJ Shares a remarqué que la motivation des agents doit être prise en compte dès la première entrevue. Vous avez devant vous, votre futur agent prêt à répondre à toutes vos questions. C'est précisément le moment pour vous de savoir ce qui le motive. Avant même que ce candidat ne coiffe son casque d'écoute, vous avez l'occasion de découvrir ce qui alimentera sa motivation. Il suffit de lui demander!



Embauchez en fonction de votre culture

De nombreux agents posséderont les aptitudes, rares seront ceux qui auront l'attitude. L'accord parfait avec votre culture doit primer dans la décision d'embauche. Parfois, il peut s'avérer payant de laisser un poste de service à la clientèle vacant pour trouver le bon candidat, plutôt que de se presser pour pourvoir rapidement un poste. Le coût à long terme de l'embauche du mauvais candidat peut être beaucoup élevé que de laisser le poste vacant un certain temps. Un bon remède à l'attrition commence par l'embauche des candidats idéaux



Faites tomber les cloisons

La génération du millénaire a de grandes aspirations professionnelles et les candidats issus de cette génération décideront de demeurer ou non au sein de votre entreprise pendant une longue période avant même la fin de leur formation. Telus International a réussi à renverser la tendance grâce à des initiatives telles que l'Université Telus. Cette dernière permet aux employés d'accumuler des crédits pour obtenir un baccalauréat et une maîtrise tout en travaillant pour l'entreprise. La société investit dans le perfectionnement des membres de son équipe de soutien à la clientèle dans d'autres sphères que le rôle de soutien au client.



Mettez en œuvre la ludification

La ludification connaît un grand succès dans le domaine des ventes, mais cette même stratégie peut aussi bien profiter aux centres d'appels. Bien que les cibles des équipes de vente soient différentes de celles des équipes de service à la clientèle, les techniques utilisées pour motiver sont transposables. En organisant des concours en temps réel, les agents interagissent avec leurs collègues, renforçant du coup la culture de la société et améliorant le moral du centre. En effet, la ludification ajoute un élément divertissant à un emploi parfois monotone.



Utilisez de multiples réseaux pour réduire la monotonie

L'ajout de nouveaux réseaux au service à la clientèle n'a pas comme seul avantage des options supplémentaires pour les clients d'interagir avec votre société. Au contraire, les agents en bénéficient également en faisant l'acquisition de nouvelles compétences qui rehaussent leur curriculum vitae, en plus de briser la monotonie. De nombreux agents s'adapteront volontiers à la nouvelle cadence et à l'occasion de varier entre répondre aux appels par téléphone, répondre aux courriels et aux billets sur les réseaux sociaux. Envisagez également des mesures incitatives qui donnent l'occasion de couvrir divers réseaux si des objectifs cibles en particulier sont atteints.

Composez votre équipe



Autorisez les horaires variables

Faites un effort concret pour faciliter au maximum l'échange de quarts de travail. Pourquoi ne pas profiter de vos réseaux sociaux internes pour créer un espace commun par l'entremise duquel les agents offrent de donner ou de prendre des quarts de travail? Une entreprise qui reconnaît le besoin de flexibilité de l'horaire de travail de ses agents et dont l'équipe de direction accorde sa confiance aux employés quant à la gestion harmonieuse des échanges de quarts de travail est une entreprise qui attirera et conservera un pourcentage élevé de son effectif.



Faites en sorte que l'emploi soit significatif

Lorsqu'on demande à vos agents de service d'expliquer leur travail, répondent-ils qu'ils sont des conseillers du service à la clientèle? Que leur tâche consiste à parler au téléphone toute la journée? Ou disent-ils « J'aide les gens à _____ ». Voilà la réponse que vous souhaitez entendre. Vos employés doivent savoir ce qu'ils apportent à vos clients, qu'ils ne sont pas seulement le résultat d'un ensemble de mesures et de chiffres.



Récompensez, récompensez, récompensez

Récompensez vos employés pour un travail bien fait et veillez à donner des récompenses qui seront utilisées en dehors du cadre du travail. La conciliation entre le travail et la vie privée de vos employés est importante. Par conséquent, choisissez des récompenses constructives pour le temps que vos employés passent à l'extérieur du centre d'appels. Que ce soit des billets de spectacle ou des cartes-cadeaux, le choix de vos récompenses doit reconnaître que vos employés ont une vie en dehors du bureau et que vous êtes fier de contribuer à la rendre divertissante.



Donnez régulièrement des rétroactions

Il n'est pas nécessaire de toujours dépenser de l'argent sur des récompenses pour stimuler la motivation de votre équipe. La plupart du temps, le petit courriel d'un supérieur ou une mention sur le réseau social interne à un membre de l'équipe pour le féliciter sont aussi efficaces qu'un cadeau. Continuez à souligner les succès, aussi minimes soient-ils, car une reconnaissance, même délicate, a vraiment le pouvoir d'illuminer la journée d'un agent.

Fournissez des occasions de croissance

L'absence d'occasions de croissance arrive souvent en tête des raisons de démission. Les agents expérimentés les plus performants auront l'impression de se heurter à un plafond de verre dans un centre d'appels. Donnez-leur des occasions de faire leurs preuves dans d'autres postes, même si c'est temporaire.

Recourez à des apprentissages par observation ou encore à des programmes du genre « une journée dans la peau de ». Si vous offrez un accès à l'enseignement, vos agents pourraient vite acquérir des connaissances et des compétences utiles pour d'autres services de la société, par exemple la formation, les ventes ou le marketing. Assurez-vous de toujours prendre le pouls de vos meilleurs éléments, de savoir comment ils se sentent et s'ils sont toujours motivés par le poste qu'ils occupent. Un poste de cadre les intéresse-t-il?

20

Un prix et un produit peuvent être reproduits ailleurs, mais une solide culture de service à la clientèle ne peut être copiée.

L'avenir du succès commercial repose sur la capacité des sociétés à offrir une expérience client qui répond aux exigences de plus en plus élevées de ce nouveau monde hyperconnecté. L'expérience d'un service client personnalisée, intelligente et rapide comme jamais, qui augmente la satisfaction de la clientèle et crée des promoteurs pour la marque est à la portée de toute entreprise grâce à Service Cloud¹ de Salesforce, conçue à partir de la plateforme de réussite du client. Utilisez ces 20 meilleures pratiques pour monter un moteur de service à la clientèle performant, puis exploitez la puissance de Salesforce pour atteindre un niveau supérieur et assurer la réussite de chacun de vos clients.

DES SOLUTIONS DE SERVICE QUI HAUSSEMENT LA PRODUCTIVITÉ DE VOTRE ENTREPRISE

La prestation d'un service à la clientèle remarquable est au cœur de la définition d'une société axée sur le client et des toutes nouvelles manières d'interagir auprès de vos clients.

34 % Augmentation de la fidélisation des clients

38 % Réduction du délai de résolution des cas

39 % Hausse de la productivité des agents



Les renseignements du présent livre électronique sont fournis uniquement à des fins de commodité pour nos clients et sont communiqués à titre informatif. La publication par salesforce.com ne constitue pas une forme de promotion. Salesforce.com ne garantit pas l'exactitude ou l'exhaustivité des renseignements, textes, images, liens ou autres éléments contenus dans le présent livre électronique. Salesforce.com ne garantit pas l'atteinte de résultats précis si vous suivez un ou des conseils prodigués dans ce livre électronique. Il pourrait être recommandé que vous consultiez un professionnel comme un avocat, un comptable, un architecte, un conseiller en affaires ou un ingénieur pour obtenir des conseils concrets qui s'appliquent à votre situation particulière.

© 2014 Salesforce.com. Tous droits réservés.