



PME : le guide du responsable service client



“ La satisfaction client est notre fil conducteur et avoir d'excellentes interactions au sein de notre communauté est essentiel pour fidéliser nos clients. ”

James Haliburton

Director of Community & Customer Support,
SoundCloud



Un bon service client pour booster votre croissance.

Avez-vous l'impression de toujours devoir faire plus avec moins ? Dans les entreprises en pleine croissance, on demande souvent aux responsables service client de fournir un support plus rapide et sur davantage de canaux, sans pour autant leur fournir des ressources supplémentaires. En effet, bien que l'importance du service client soit reconnue, celui-ci ne bénéficie pas pour autant d'un budget ou d'une équipe conséquents. Bien entendu, une solution à ce problème est d'optimiser la productivité de vos agents. Toutefois, vous disposez de moyens plus intelligents pour impressionner vos clients sans recruter davantage de ressources. Découvrez ce que chaque responsable service client de PME doit savoir pour réussir comme jamais !



“ Il est essentiel pour nous de recruter les bonnes personnes pour notre support, car notre réputation est déterminante pour notre croissance. ”

Ashley King
Customer Support Manager,
99designs



Recruter les bonnes personnes est essentiel !

Lorsque votre entreprise a la capacité de recruter des agents dédiés, veillez à sélectionner les bonnes personnes. Rien n'est plus important que de bien s'entourer ! En effet, même si vos agents connaissent vos produits sur le bout des doigts, vous ne pourrez pas les former à vouloir aider leur prochain. Avant de constituer votre équipe, réfléchissez à ce qui compte le plus pour vous. Certaines start-ups accordent une importance capitale à de bonnes capacités d'écriture. D'autres favorisent une excellente présence téléphonique. Mais quelles que soient vos priorités, assurez-vous de recruter des personnes énergiques et attentionnées, ayant la volonté d'aider vos clients.



“Avoir un outil de support n'est pas simplement important : c'est une nécessité.”

Duane Hunt

Vice President, Operations,
Formstack



Choisissez le bon outil de support... et choisissez-le rapidement !

Gmail est un outil gratuit et suffisant... au départ ! Mais rapidement, des messages peuvent être perdus et il arrive que plusieurs personnes répondent aux mêmes questions (en fournissant parfois des réponses différentes !). De plus, organiser les e-mails dans des dossiers ne suffit pas : vous ne pouvez pas les attribuer à des agents, afficher des niveaux de priorité ou même exécuter des rapports. L'une des premières missions d'un responsable service client d'une PME est de trouver une solution capable d'accompagner la croissance de son entreprise. C'est pourquoi vous devez implémenter un outil de service client aussi tôt que possible. Vous en tirerez d'immenses avantages. Optez pour un outil économique, facile à déployer et que vos agents aiment utiliser.



“ Nous ne mesurons pas la réussite de nos collaborateurs selon leur capacité à fermer une requête dès le premier contact. Nous encourageons nos agents à discuter avec nos clients aussi longtemps et aussi souvent qu'il le faut pour les satisfaire. ”

Alexis Chapman

Director Customer Operations,
One Kings Lane



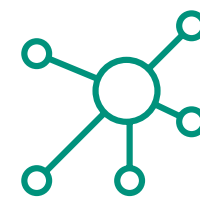
Votre choix d'indicateurs de réussite impacte directement les interactions de votre équipe support avec vos clients.

De nombreuses entreprises évaluent leurs agents selon leurs pourcentages de requêtes résolues après le premier e-mail ou appel téléphonique, ou encore selon leur rapidité à fermer ces requêtes. Toutefois, Il est important de considérer d'autres manières d'évaluer leur réussite. Et si vous encouragez vos agents à passer du temps avec vos clients ? Cela augmenterait-il leur fidélité ? Vous recommanderaient-ils davantage ? Aujourd'hui, certaines des start-ups les plus performantes utilisent des mesures non traditionnelles axées sur le taux de satisfaction de la clientèle afin de renforcer la réussite de leurs équipes.



“ Un service client d'excellence fait partie de l'état d'esprit d'une entreprise. Il ne faut pas le concevoir comme un centre de coûts. ”

Kenny Van Zandt
Head of Operations,
Asana



Impliquez tous vos collaborateurs dans le support client pour être flexible lors des périodes de forte activité.

En tant que PME, l'élément clé pour offrir un support client efficace est de faciliter la participation d'autres équipes lors des périodes de forte activité. De ce fait, vous devez former vos collaborateurs au service client dès le premier jour. Impliquez tous vos collaborateurs dans le support client pour être flexible lors des périodes de forte activité. Dans l'idéal, la formation au service client devrait faire partie de votre processus d'intégration. Si tel n'est pas le cas, vous pouvez passer un vendredi après-midi à former vos collaborateurs pour qu'ils soient prêts le moment venu !





“ Nous voulons que chacun de nos clients se sente écouté et valorisé. ”

Danielle Maveal
GM, Social Good,
BarkBox



Aujourd'hui, un service client rapide et personnalisé est essentiel !

Les clients hyperconnectés d'aujourd'hui attendent des réponses rapides et personnalisées, y compris de la part des PME. Pour faire face à ce défi, il vous faut un outil de service client simple d'utilisation et optimisé pour la mobilité. Ainsi, vous pouvez offrir un service ultrarapide et permanent, même la nuit ou les week-ends ! De plus, le support est souvent un canal peu exploité pour tisser des relations plus étroites avec vos clients. Parmi les start-ups florissantes, certaines mélangent réponses standards et interactions personnalisées pour développer leur image de marque et renforcer leurs relations à chaque contact.



“Lorsqu'on vous contacte via les réseaux sociaux, la connexion est plus personnelle que par téléphone (et c'est aussi plus rapide).”

Haily Hayman
Community Manager,
Susty Party



Interagir sur tous les canaux n'est pas une formule marketing : c'est un impératif.

« Allez à la rencontre des clients » : cet adage marketing, tout le monde le connaît. Tout le monde peut créer une page Facebook ou un compte Twitter et interagir avec ses clients. Mais pour faire la différence, vous devez renseigner et éduquer, pas seulement vendre. De plus, lorsque vous interagissez avec un client en ligne, offrez un service client rapide et personnalisé, comme au téléphone ou en magasin. En effet, tout est amplifié sur les réseaux sociaux. Il est donc essentiel de montrer à vos clients (et à leurs contacts) que vous êtes attentifs à leurs besoins. Les e-mails et le téléphone restent les principaux canaux de support, mais, bien gérés, les réseaux sociaux offrent une opportunité sans précédent pour créer de la relation clients et la renforcer !



Essayez Desk.com gratuitement dès aujourd'hui et découvrez comment un service client d'excellence et rapide peut dynamiser votre activité comme jamais !

ESSAI GRATUIT

Suivez Salesforce pour vous tenir au courant des outils de service client pour les entreprises en pleine croissance.

