

2015

# State of Service

Informations sur les tendances  
du service client recueillies auprès  
de plus de 1 900 leaders du secteur



Salesforce Research a interrogé plus de 1 900 responsables de service client à travers le monde pour découvrir :

- Les objectifs, obstacles et indicateurs de réussite les plus répandus auprès des équipes de service client d'aujourd'hui.
- Ce qui fait la différence dans les entreprises dont le service client est le plus performant.
- Les domaines sur lesquels le service client concentre ses efforts pour se développer en 2015 et au-delà.

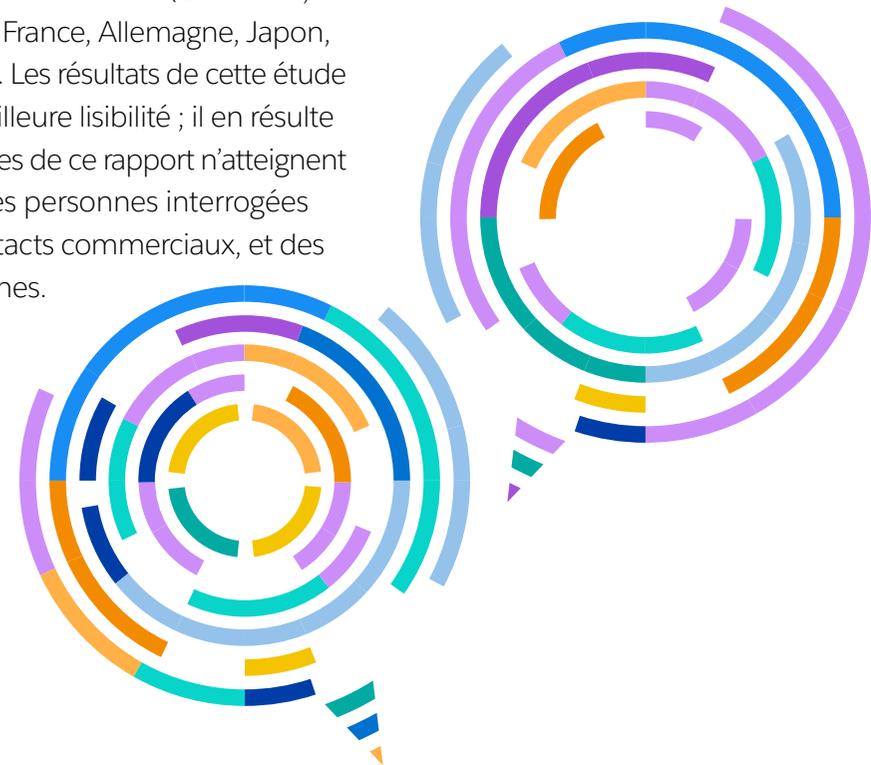
Ce rapport met l'accent sur les tendances 2015 du service client et en particulier sur le rôle-clé de l'équipe dans le cadre d'une plateforme intégrée de réussite client. Dans ce rapport, les données sont systématiquement comparées aux performances du service client, afin d'identifier les leviers de la réussite.



*Salesforce Research, entité de Salesforce, fournit des indications axées sur les données pour aider les entreprises à orienter leurs efforts vers la réussite client.*

Nous avons défini les équipes de service client les plus performantes comme celles qui s'adaptent le mieux aux attentes changeantes des clients, mais aussi qui sont les plus susceptibles d'évaluer leurs capacités de service client comme « excellentes » ou « très bonnes ». Nous remarquons que près de 60 % d'entre elles vont augmenter leurs effectifs au cours des 12 à 18 mois à venir.

Menée au début de l'année 2015, cette étude a recueilli les réponses de 1 912 responsables de service client travaillant à temps plein à travers le monde (États-Unis, Canada, Brésil, Royaume-Uni, France, Allemagne, Japon, Australie et Nouvelle-Zélande). Les résultats de cette étude ont été arrondis pour une meilleure lisibilité ; il en résulte que les totaux des pourcentages de ce rapport n'atteignent pas toujours 100 %. Parmi les personnes interrogées figuraient des clients, des contacts commerciaux, et des représentants de panels externes.



Résumé .....	4
Introduction : définition de la réussite pour les équipes de service client dans le monde d'aujourd'hui .....	6
Les clients « omnicanal » apportent un renouveau dans le domaine du service client .....	7
L'autonomie des collaborateurs est la marque des meilleures équipes .....	11
Naissance du service client proactif, alimenté par les nouvelles technologies .....	14
Le nouvel état d'esprit des clients entraîne le développement du libre-service .....	17
Dernier aperçu : comment une équipe de service client exemplaire se définit-elle en 2015 ? .....	20
Annexes .....	21



Quatre points essentiels à retenir

Aujourd'hui, les clients souhaitent d'un service client qu'il réponde à leurs attentes, c'est-à-dire qu'il soit disponible quand ils en ont besoin et accessible via le support numérique de leur choix. Quelles sont les conséquences de ces exigences croissantes sur le rôle du service client et, plus généralement, sur l'expérience client globale ? Quelles nouvelles habitudes émergent au sein des plus grandes organisations de service pour répondre à cette demande ? Voici les quatre principaux résultats de notre étude :

## 01 | **Les clients omnicanal apportent un renouveau dans le domaine du service client.** (voir page 7)

Les clients d'aujourd'hui exigent un service client fluide et personnalisé sur l'ensemble des terminaux et canaux. Les meilleures équipes de service client savent qu'elles doivent offrir un service personnalisé et être disponibles pour les clients où qu'ils soient. Parmi les équipes de service client les plus performantes, plus du tiers proposent déjà un service via des applications mobiles. On évalue à 67 % la croissance de cette tendance au cours des deux prochaines années. Pour l'ensemble des responsables de service client interrogés, l'utilisation des outils de suivi des réseaux sociaux va presque doubler dans les 12 à 18 mois à venir.

## 02 | **L'autonomie des collaborateurs est la marque des meilleures équipes.** (voir page 11)

Pour faire vivre une expérience de qualité à vos clients, il faut d'abord offrir à vos propres collaborateurs en charge du service client une expérience de travail agréable et motivante. Donner au service client les bons outils permet de rendre ses collaborateurs autonomes. De plus, les équipes les plus performantes ont utilisé beaucoup plus (x 2,5) les nouvelles technologies que les équipes considérées comme moins performantes.



Quatre points essentiels à retenir

## 03 | **Naissance du service client proactif, alimenté par les nouvelles technologies.** (voir page 14)

Les équipes les plus performantes tentent déjà d'offrir un service client plus proactif à leurs clients. Ainsi, 55 % des équipes de service client les plus performantes affirment être en mesure de prédire, dans plus de 80 % des cas, les besoins en services des clients. Les nouvelles technologies émergentes aident les entreprises à recueillir des informations utiles. Cela permet d'anticiper les besoins des clients et de répondre plus rapidement à leurs attentes afin de rediriger leurs appels vers un interlocuteur adapté ou d'accéder plus rapidement à l'historique de leurs requêtes.

## 04 | **Le nouvel état d'esprit des clients entraîne le développement du libre-service.** (voir page 17)

Surfant sur les tendances du crowdsourcing et du libre-service, les équipes de service client les plus performantes sont 11 fois plus susceptibles que les équipes les moins performantes de créer et gérer des communautés en ligne. Par ailleurs, elles sont 4 fois plus susceptibles de maintenir un portail libre-service. Ces équipes performantes comprennent la nécessité d'un service client rapide et efficace : elles vont donc faire progresser l'utilisation de ces solutions respectivement de 89 % et de 115 % au cours des 12 à 18 prochains mois.

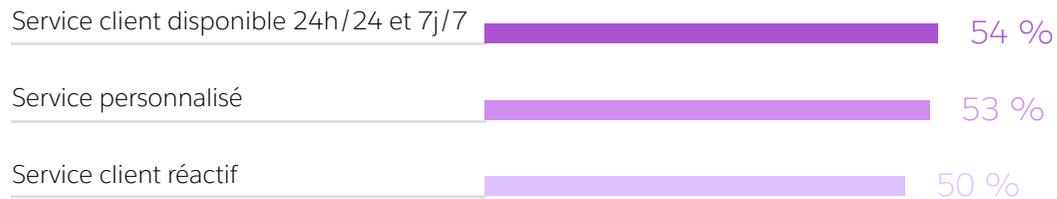


# Introduction : définition de la réussite pour les équipes de service client dans le monde d'aujourd'hui

Dans le cadre de l'enquête « State of Service 2015 », plus de 1 900 responsables de service client à travers le monde ont été interrogés sur leurs priorités, leurs indicateurs de réussite et leurs stratégies pour l'année. Voici un aperçu de l'état actuel du service client.

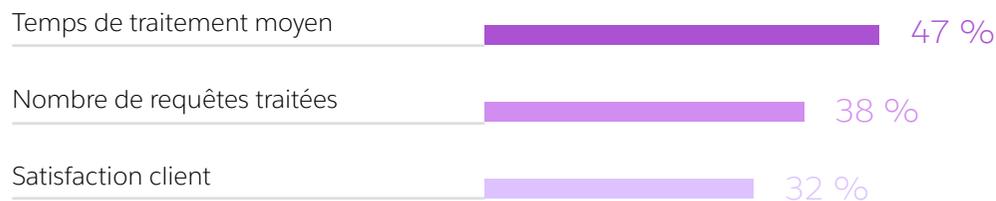
## 3 principales priorités du service client

**Les équipes s'efforcent d'offrir un service client rapide, à tout moment et partout.** *La qualité la plus recherchée chez les professionnels du service client est la capacité à créer des expériences clients pratiques, personnalisées et efficaces.*



## 3 principaux indicateurs de réussite du service client

**L'efficacité est la clé.** *Les équipes de service client mesurent de plus en plus leurs performances en matière d'efficacité et essaient de réduire les coûts tout en satisfaisant les clients.*



Voir l'Annexe A pour en savoir plus sur les données principales.

## 3 principaux défis du service client

**Les clients exigent des solutions rapides et faciles.** *Le défi que doivent relever les équipes de service client : offrir des solutions de service client et de libre-service plus intelligentes et plus rapides afin de répondre à l'évolution des attentes des clients d'aujourd'hui.*

# 51 %

des clients doivent expliquer leur problème plusieurs fois

# 46 %

des clients doivent déployer des efforts modérés à importants pour résoudre leur problème

# 40 %

des clients ne trouvent pas la réponse par eux-mêmes (absence de « libre-service »)

# 01 | Les clients « omnicanal » apportent un renouveau dans le domaine du service client

Les clients d'aujourd'hui exigent des interactions fluides et personnalisées sur l'ensemble de leurs terminaux et canaux. Avec ces « nouvelles normes », le service client doit être à la fois flexible et réactif.

Les équipes les plus performantes relèvent le défi. Elles personnalisent le service en rencontrant les clients où ils se trouvent, via des applications mobiles ou les réseaux sociaux. Parmi les équipes les plus performantes, plus du tiers proposent déjà un service via des applications mobiles. On anticipe une croissance de 67 % de cette tendance au cours des deux prochaines années. Afin de ne pas laisser l'écart se creuser, les équipes les moins performantes vont redoubler d'efforts pour offrir ce type de service client. Les services clients via les applications mobiles devraient alors afficher une croissance de 475 % au cours des deux prochaines années pour rattraper leur retard.

56 % des responsables de service client interrogés offrent ou prévoient d'offrir aux clients un service, une assistance, ou les deux, via une application mobile dans les deux années à venir.

Voir l'annexe B pour en savoir plus sur les données de service client pour les clients omnicanal.

## Les équipes les plus performantes accélèrent la transition vers un service client via des applications mobiles

Les meilleures organisations de service savent qu'intégrer le service client dans des applications mobiles permet d'offrir une expérience client plus personnalisée et plus efficace. Voici le pourcentage d'équipes qui offrent ou prévoient de proposer cette solution à leurs clients.

Équipes les plus performantes



Équipes aux performances moyennes



Équipes les moins performantes



■ Offrent déjà leur service client via une application mobile que les clients peuvent utiliser dès aujourd'hui

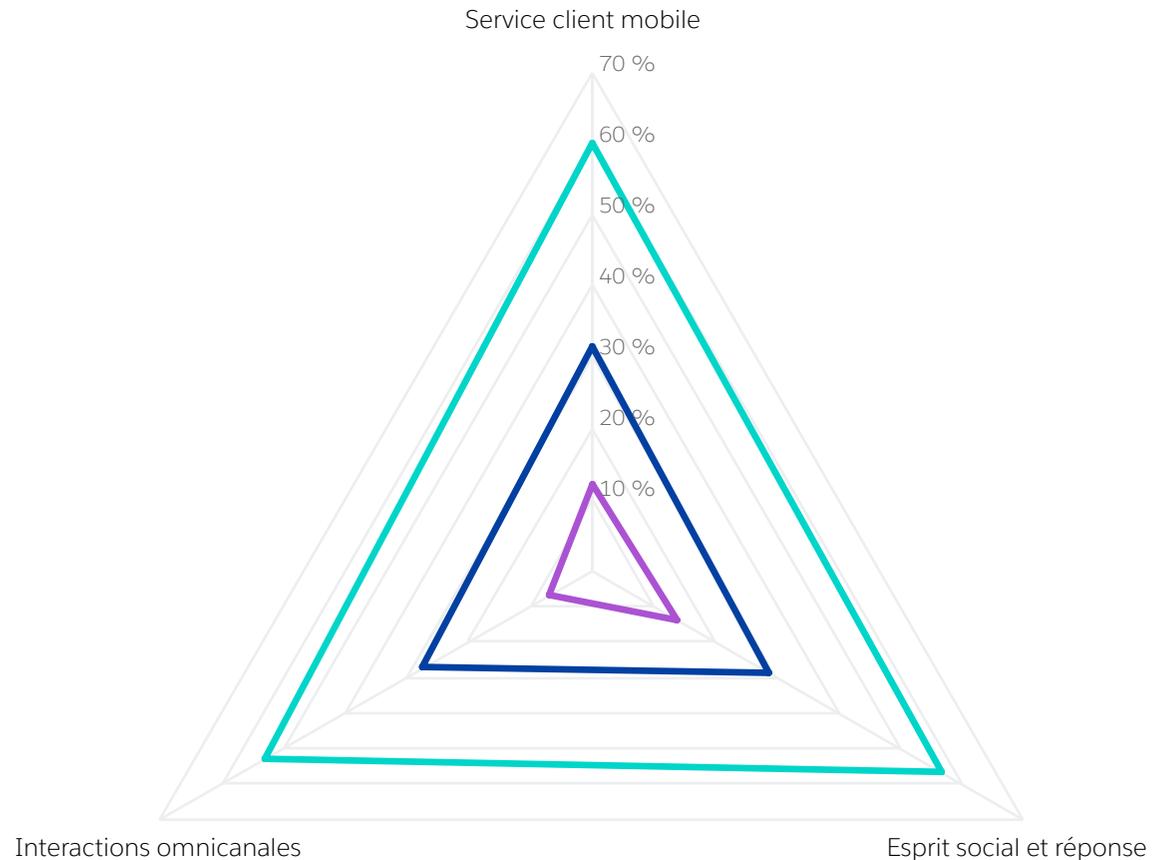
■ Prévoient d'offrir leur service client via une application mobile que les clients pourront utiliser d'ici deux ans



# 01 | Les clients « omnicanal » apportent un renouveau dans le domaine du service client

## Les meilleures équipes de service client savent très bien aller à la rencontre des clients sur leur propre terrain

Les équipes de service client les plus performantes sont 4 fois plus susceptibles que les moins performantes d'offrir d'excellentes ou de très bonnes capacités de service client mobile, de faire preuve de sens social et de proposer des interactions omnicanales. Pouvoir répondre aux demandes d'un client via un canal particulier entraîne une interaction de service plus efficace.



Équipes les plus performantes vs. équipes les moins performantes

**7,6 fois** plus susceptibles d'évaluer leurs capacités comme excellentes ou très bonnes

- Équipes les plus performantes
- Équipes aux performances moyennes
- Équipes les moins performantes

# 01 | Les clients « omnicanal » apportent un renouveau dans le domaine du service client

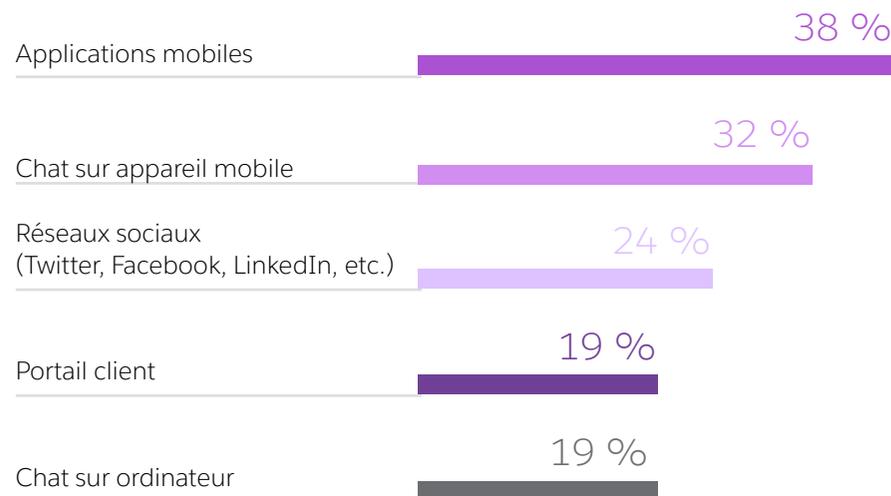
Les responsables de service client s'attendent d'une manière générale à une baisse d'environ 9 % des requêtes par téléphone fixe au cours des 12 à 18 prochains mois. Les interactions omnicanal deviendront encore plus importantes pour satisfaire les clients.

Au sein des équipes de service client de tous niveaux, on s'attend à ce qu'en matière de service client, les applications mobiles et les réseaux sociaux connaissent la croissance la plus importante.

Au cours des 12 à 18 prochains mois, les requêtes de service client que les équipes recevront sur les applications mobiles, chats en ligne et réseaux sociaux vont augmenter de plus de 20 %.

## Les applications mobiles et les réseaux sociaux sont les canaux de service client qui connaissent la croissance la plus importante

*Les entreprises doivent personnaliser et adapter leur approche du service en fonction des comportements des clients. Voici les principaux canaux de croissance pour le service client au cours des 12 à 18 prochains mois.*



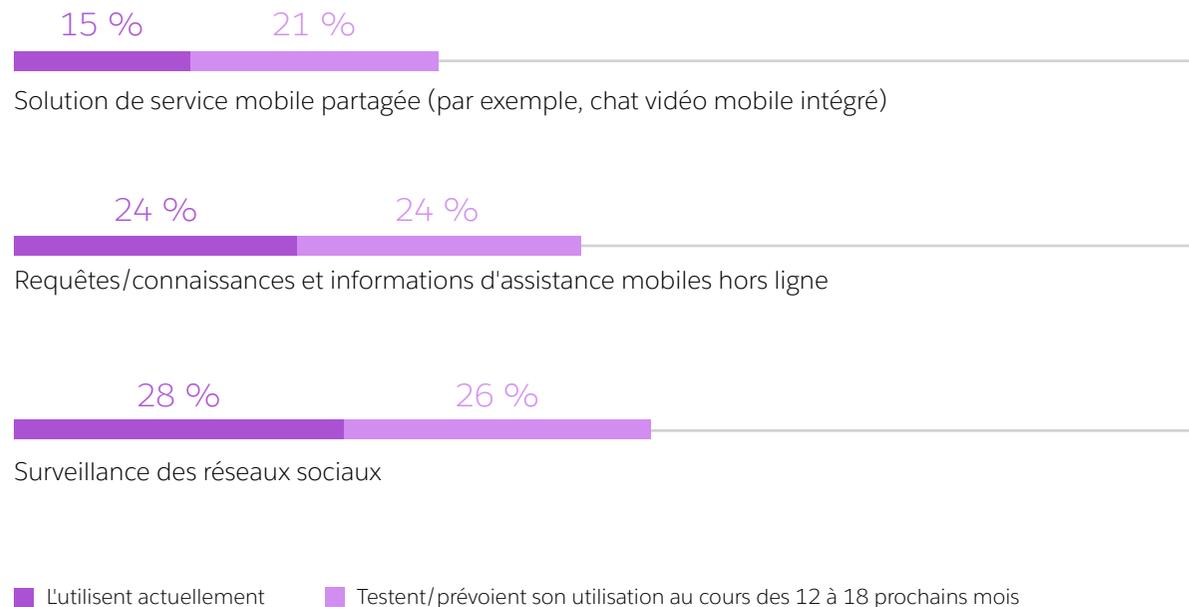
# 01 | Les clients « omnicanal » apportent un renouveau dans le domaine du service client

Avec la forte croissance des interactions de service client via des applications mobiles, chats en ligne et réseaux sociaux, les professionnels du secteur anticipent une hausse similaire de la technologie pour gérer le volume des requêtes reçues.

Les solutions comme le chat vidéo mobile intégré, les requêtes mobiles hors ligne et la surveillance des réseaux sociaux vont connaître une croissance exponentielle au cours des 12 à 18 prochains mois.

## Les équipes de service client ont doublé l'usage des technologies pour gérer les interactions sur appareils mobiles et réseaux sociaux avec les clients

*Afin de rendre l'expérience client fluide d'un canal à l'autre, il est indispensable d'adopter un système d'interaction moderne et intégré qui simplifie l'expérience des collaborateurs. Voici la croissance attendue pour différentes technologies de service.*



## 02 | L'autonomie des collaborateurs est la marque des meilleures équipes

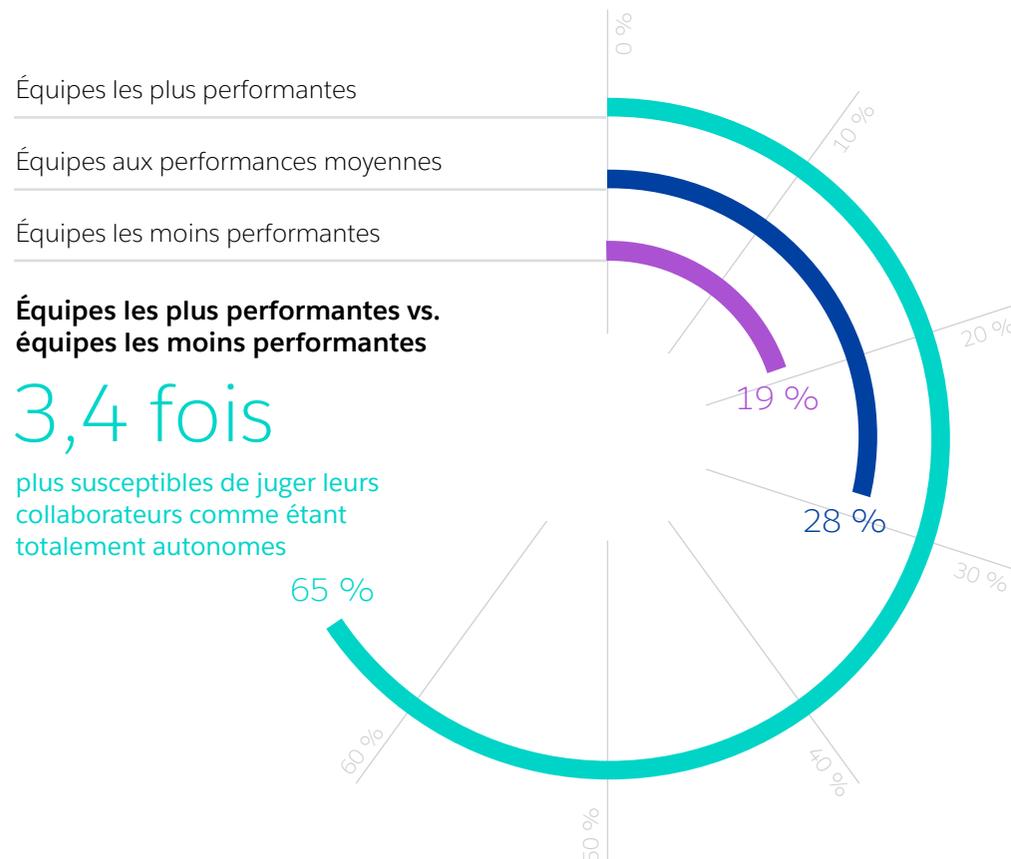
Afin d'offrir une meilleure expérience client, il faut commencer par créer une meilleure expérience pour les collaborateurs du service client.

**Les équipes les plus performantes ont tendance à donner une totale autonomie à leurs salariés pour satisfaire les clients.**

En donnant aux collaborateurs la capacité de résoudre rapidement les problèmes ainsi qu'un accès facile aux informations nécessaires, les meilleures entreprises réunissent les conditions idéales pour offrir des interactions plus efficaces avec les clients.

### Les équipes les plus performantes donnent une totale autonomie à leurs collaborateurs afin de garantir la réussite du client

65 % des équipes de service client les plus performantes jugent leurs collaborateurs comme étant totalement en mesure de satisfaire leurs clients. Comparées aux équipes les moins performantes, les plus performantes sont 3,4 fois plus susceptibles de donner une totale autonomie à leurs collaborateurs de service client.



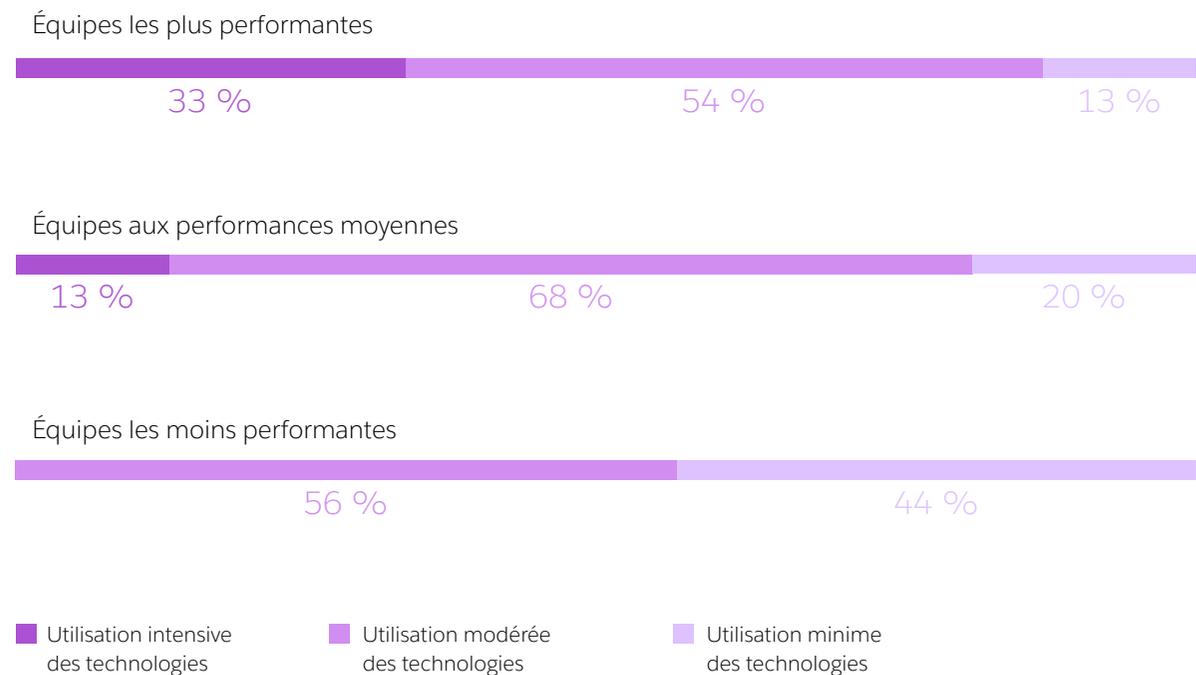
## 02 | L'autonomie des collaborateurs est la marque des meilleures équipes

Choisir les bonnes solutions technologiques est également capital pour donner de l'autonomie aux collaborateurs et améliorer l'expérience client. Les équipes les plus performantes adoptent les nouvelles technologies qui leur permettent de mener à bien leur tâche et de créer une culture de réussite.

Notre recherche montre que les équipes les plus performantes sont 2,5 fois plus susceptibles que les équipes aux performances moyennes d'être de gros utilisateurs de technologies.

### Les meilleures équipes de service client adoptent les nouvelles technologies

33 % des équipes de service client performantes se considèrent comme de gros utilisateurs de technologies\*, alors qu'aucune équipe peu performante n'appartient à cette catégorie. Voici la répartition des niveaux d'adoption des nouvelles technologies par les équipes de service client.



\* Voir annexe C (p. 28 et 29)

## SOUS LES PROJECTEURS

### Les « wearables » et le service client intégré vont faire évoluer l'expérience client

Le service client intégré dans une montre, une voiture ou un vêtement ? Ce n'est plus une idée futuriste. C'est maintenant et ça bouleverse le service client traditionnel.

Pour comprendre l'impact des « wearables » sur le service client, Salesforce Research a récemment réalisé un rapport expliquant en détail leur utilisation dans le monde du travail. Les données se concentrent sur les réponses de professionnels du service client ayant participé à une enquête de 2015. Celle-ci portait sur 500 utilisateurs de technologies portables affirmant utiliser actuellement, tester ou prévoir de mettre en place des « wearables » dans l'entreprise.

Pour en savoir plus sur l'utilisation des technologies portables, consultez le rapport complet, « Putting Wearables to Work » (les « wearables » au service de l'entreprise) : [www.salesforce.com/wearablesreport](http://www.salesforce.com/wearablesreport).

69 %

des équipes de service client affirment que les « wearables » (technologies portables) sont ou deviendront cruciales pour la réussite de leur entreprise à l'avenir.

81 %

des équipes de service client utilisent actuellement ou prévoient d'utiliser des « wearables » au cours des deux prochaines années.

71 %

des équipes de service client qui utilisent actuellement ou prévoient d'utiliser des « wearables » augmenteront leurs dépenses au cours des deux prochaines années.

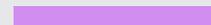
*Les équipes de service client se concentrent actuellement sur l'utilisation de solutions telles que le processus d'escalade (temps passé pour chaque niveau de traitement de la demande), la redirection des appels au service client, l'accès sécurisé au lieu de travail et les programmes de fidélité/récompenses. Voici le pourcentage d'équipes de service client qui utilisent actuellement les technologies portables à ces fins.*

20 %



Processus d'escalade et redirection des appels

19 %



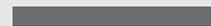
Accès sécurisé au lieu de travail

19 %



Programmes de fidélité/récompenses

19 %



Expérience d'achat intégrée

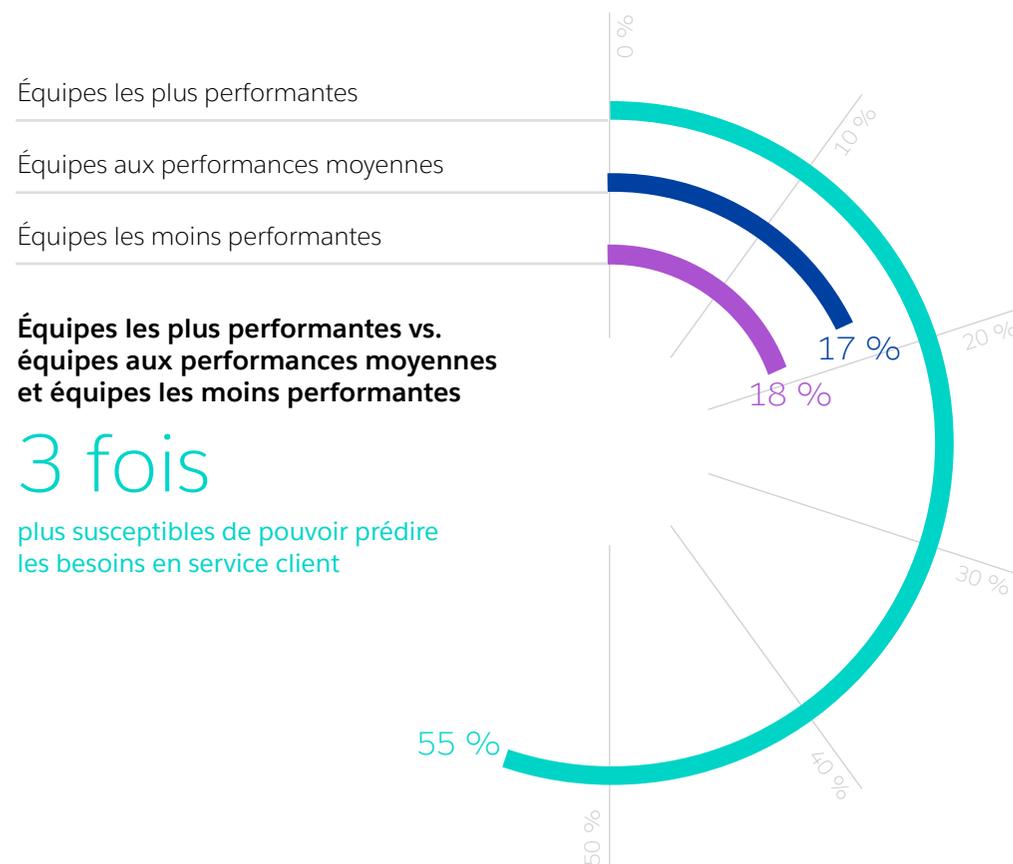
## 03 | Naissance du service client proactif, alimenté par les nouvelles technologies

Les équipes de service se servent de plus en plus de technologies innovantes afin de recueillir des informations utiles. Cela leur permet d'anticiper les besoins clients pour leur offrir tout ce dont ils ont besoin, de bénéficier d'une redirection plus efficace des appels et d'accéder plus rapidement à l'historique des requêtes. Une telle approche proactive permet d'attribuer plus efficacement les problèmes aux collaborateurs du service client les plus à même de les résoudre, de mieux les informer et enfin, d'assurer des interactions plus personnalisées avec les clients.

Les équipes les plus performantes anticipent mieux les besoins en service client. **Résultat : ils comprennent qu'un service client proactif est un facteur de réussite.**

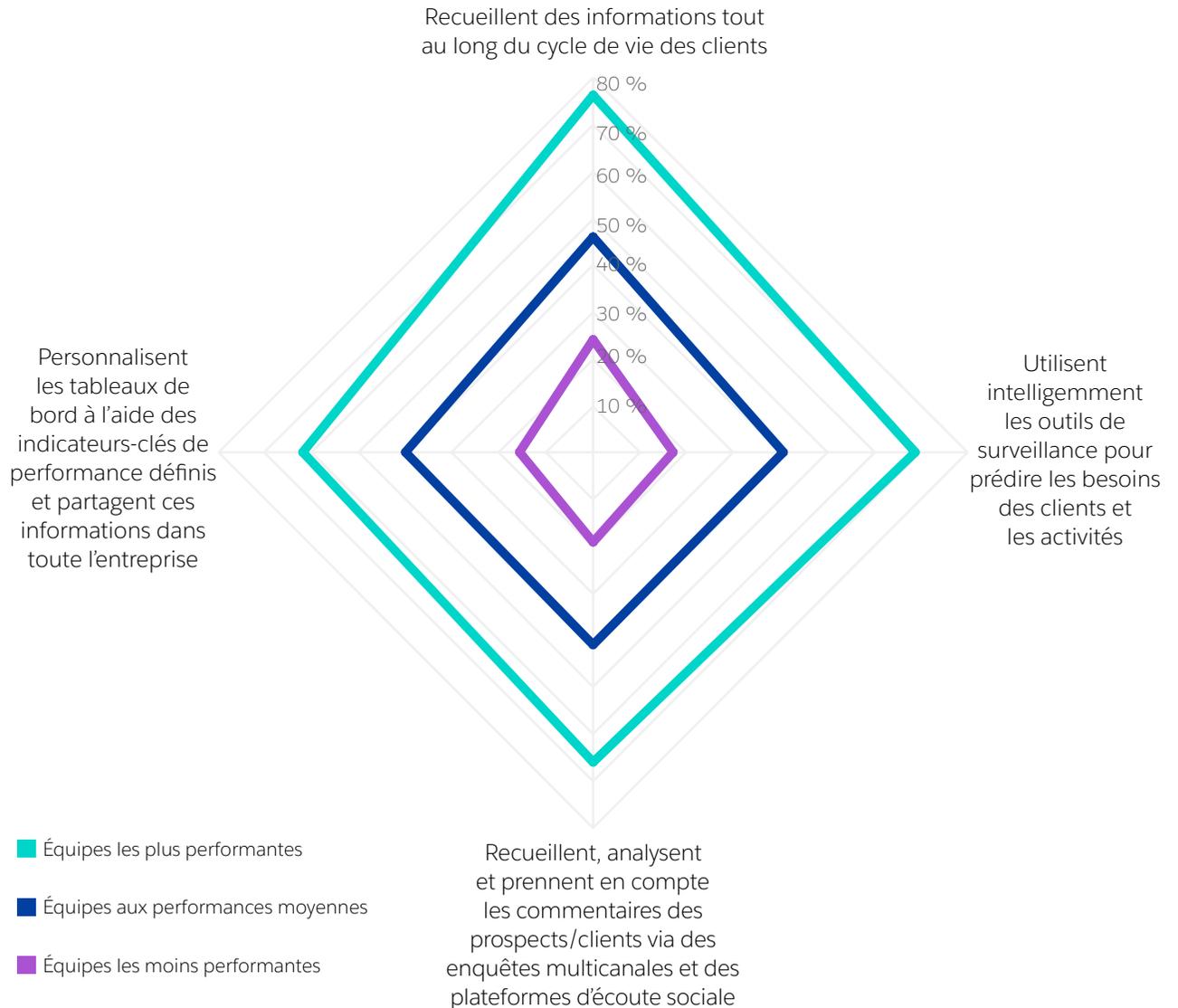
### Les meilleures équipes savent très bien prédire les besoins en service des clients

Les équipes de service client les plus performantes profitent des opportunités offertes par un service client prédictif. 55 % d'entre elles affirment pouvoir prédire les besoins en services des clients plus de 80 % du temps, soit trois fois plus souvent que les autres équipes.



## Les analyses améliorent la perspicacité des collaborateurs de service client

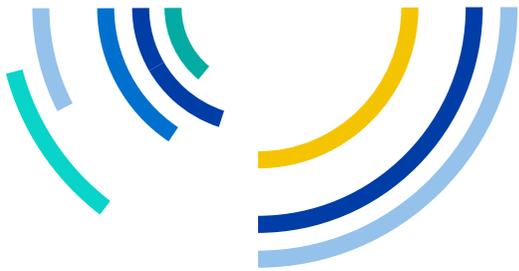
*Comparées aux équipes les moins performantes, les meilleures équipes de service client sont 3 fois plus susceptibles d'exploiter parfaitement les analyses. Elles sont également 3,9 fois plus aptes à personnaliser les tableaux de bord afin de suivre les indicateurs-clés de performance et de les communiquer dans toute l'entreprise, auprès des cadres et des collaborateurs sur le terrain.*



# 03 | Naissance du service client proactif, alimenté par les nouvelles technologies

Les meilleures équipes de service client comprennent que les analyses permettent non seulement de présenter à l'ensemble de l'entreprise une vue à 360° du client, mais également de travailler plus vite et plus efficacement.

Les équipes les plus performantes sont 3,6 fois plus susceptibles que les équipes les moins performantes d'utiliser des nouvelles technologies, comme les analyses prédictives, dans leur service client.



## Les équipes les plus performantes utilisent les nouvelles technologies pour offrir un service client proactif

Les analyses prédictives ou les outils « next best action » permettent aux meilleures équipes de service client de disposer d'informations directement exploitables. Les équipes les moins performantes essaient de rattraper leur retard et tablent sur une croissance de 287 % sur l'utilisation de technologies telles que les analyses prédictives au cours des 12 à 18 prochains mois.

Équipes les plus performantes



Équipes aux performances moyennes



Équipes les moins performantes



■ L'utilisent actuellement    ■ Testent/prévoient son utilisation au cours des 12 à 18 prochains mois

# 04 | Le nouvel état d'esprit des clients entraîne le développement du libre-service

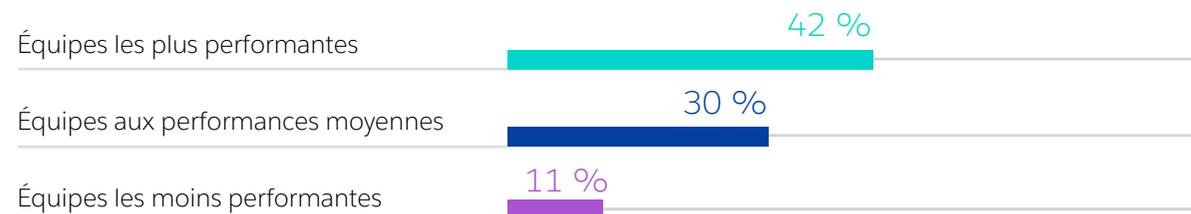
À l'heure des moteurs de recherche omniprésents, les clients sont habitués à obtenir des réponses rapides en ligne à presque toutes leurs questions. Quand ces clients autonomes d'aujourd'hui ont des requêtes en matière de service client, ils ont souvent envie de procéder de la même manière. Cependant, comme nous le mentionnions dans l'introduction, le manque d'offre en libre-service est le troisième plus gros défi auquel les équipes de service client se retrouvent confrontées (40 %).

Les équipes les plus performantes sont conscientes qu'aider les clients à régler leurs problèmes seuls offre un double avantage. Les clients obtiennent rapidement des réponses et les collaborateurs de service client ont moins de requêtes à traiter, ce qui leur permet de consacrer plus de temps aux demandes complexes.

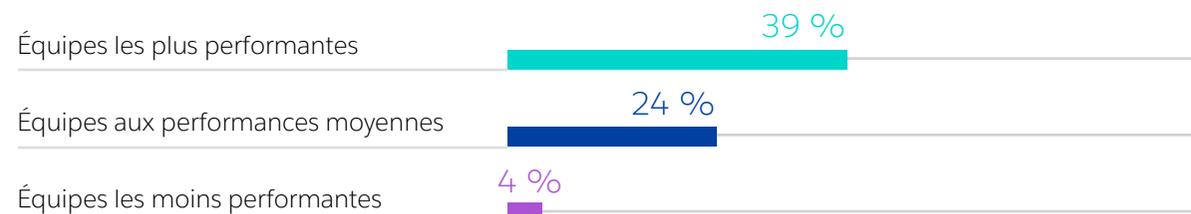
## Les équipes les plus performantes profitent de la gestion des communautés et des portails libre-service

*Les clients d'aujourd'hui souhaitent pouvoir obtenir les réponses par eux-mêmes, sans passer par un centre de contact. Les meilleures équipes de service client sont 4 fois plus susceptibles que les équipes les moins performantes de maintenir un portail libre-service et 11 fois plus susceptibles de créer et de gérer des communautés en ligne.*

### Portail en libre-service : pourcentage d'utilisation actuelle

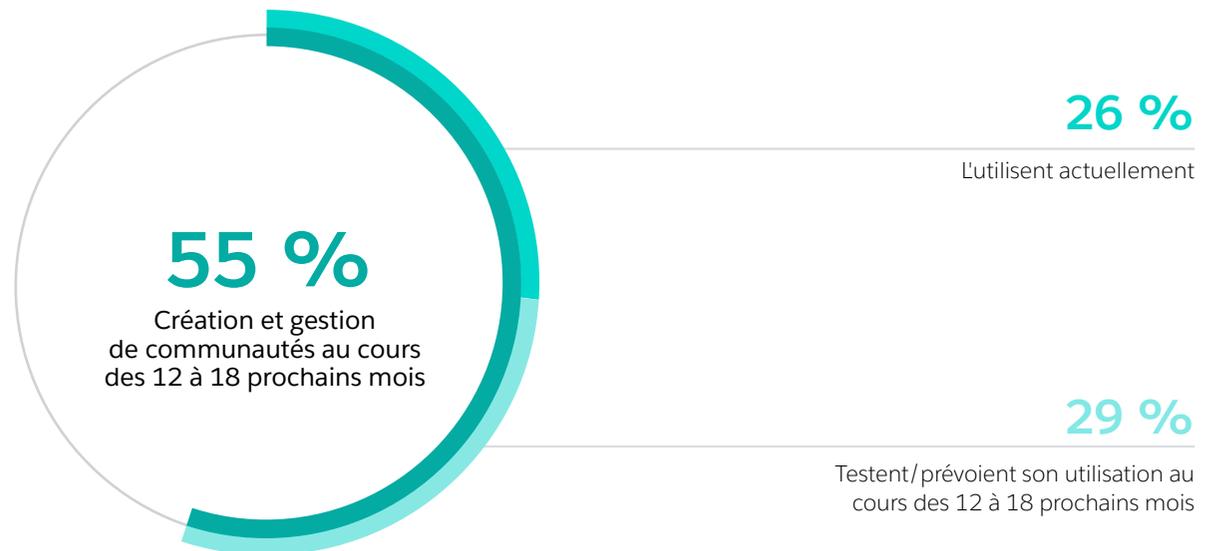


### Création et gestion de communautés : pourcentage d'utilisation actuelle



## Les équipes de service client de tous niveaux ont recours à des communautés de clients libre-service

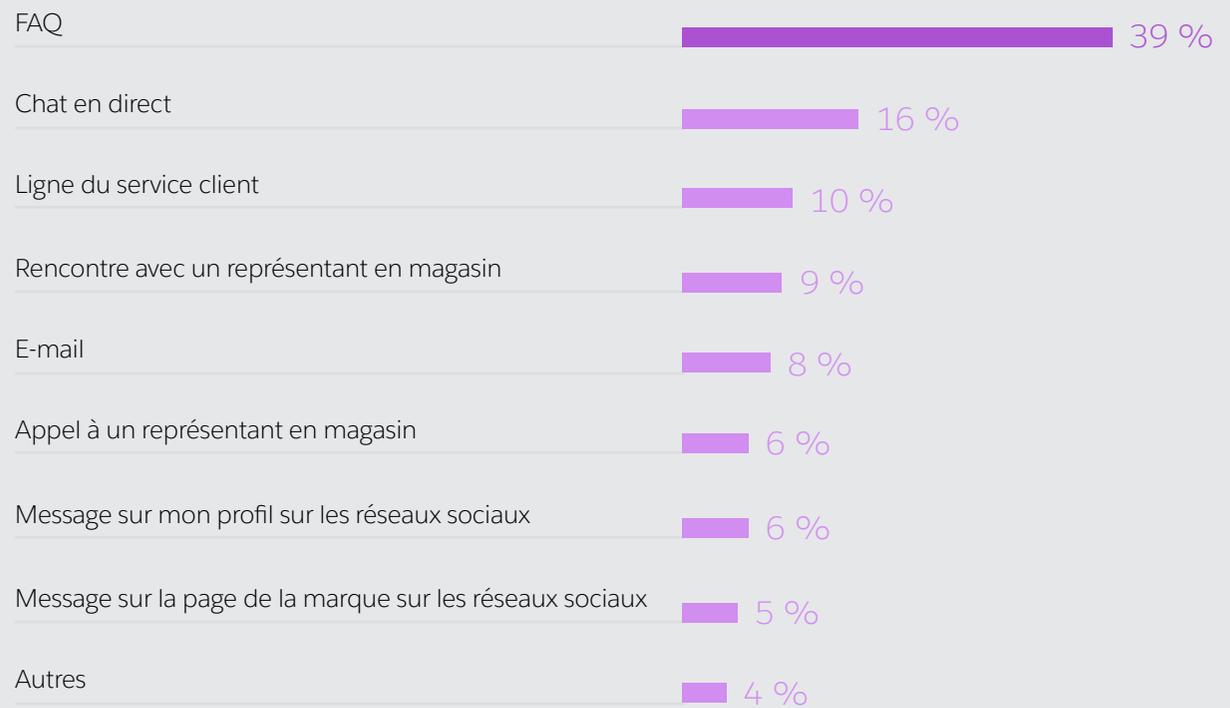
*L'utilisation des portails libre-service et la création/gestion de communautés vont connaître une croissance respective de 89 % et de 115 % au cours des 12 à 18 prochains mois. Les communautés profitent de la puissance de la collaboration et du crowdsourcing, qui font déjà partie intégrante des usages et comportements en ligne des clients.*



## SOUS LES PROJECTEURS

### La génération Y préfère l'assistance en libre-service et en ligne

34 % des représentants de la génération Y affirment qu'ils préféreraient se rendre chez le dentiste plutôt que d'appeler un service client. C'est ce qu'indique un récent rapport de Desk.com par Salesforce, « [Crossing the Generational Divide: providing Customer Service for Today's Consumers](#) » (Comblent le fossé entre les générations : offrir un service client aux consommateurs d'aujourd'hui) ». L'étude montre que 39 % des personnes appartenant à la génération Y commencent par consulter la FAQ d'une entreprise lorsqu'ils ont une question. Cela prouve qu'ils préfèrent clairement trouver la réponse par eux-mêmes.



# Dernier aperçu : comment une équipe de service client exemplaire se définit-elle en 2015 ?



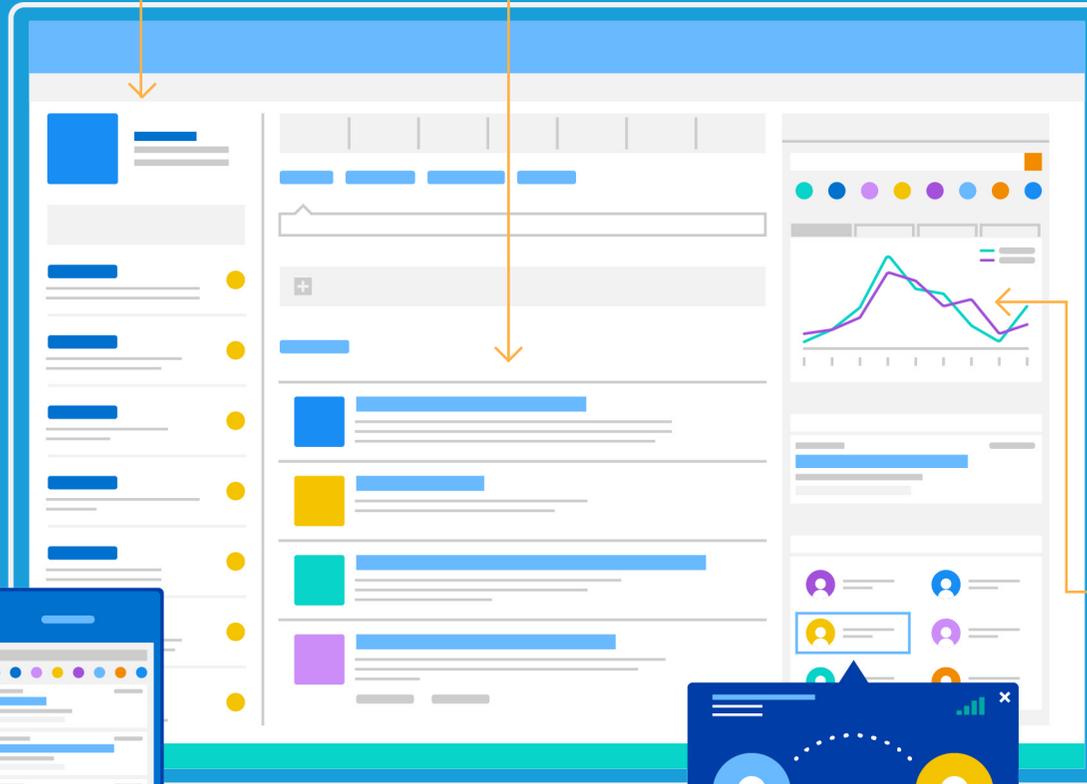
## Donner plus d'autonomie aux collaborateurs grâce à la technologie

Les équipes les plus performantes savent que l'expérience du client dépend de l'expérience du collaborateur. C'est pourquoi elles mettent un point d'honneur à donner à leurs équipes les outils nécessaires à leur réussite afin d'entraîner une plus grande satisfaction de la clientèle.



## Aller à la rencontre des clients sur leur propre terrain

Les équipes de service client les plus performantes offrent un service au moment et à l'endroit exacts où les clients l'attendent, quel que soit le terminal utilisé. Adieu le vieil état d'esprit « Si vous construisez, ils viendront ». Les équipes les plus performantes savent qu'elles doivent s'adapter et obéir aux règles des clients d'aujourd'hui.



## Offrir une solution en libre-service

Les équipes les plus performantes savent que la rapidité est la clé de la réussite. Elles redonnent plus de pouvoir aux clients pour leur permettre de trouver les réponses rapidement.



## Un service client intelligent

Les équipes de service client les plus performantes investissent dans des outils d'analyse. L'objectif est d'affecter plus intelligemment les requêtes aux collaborateurs du service client les plus qualifiés pour répondre. Résultats : un gain d'efficacité pour les collaborateurs et une expérience plus personnalisée pour les clients.



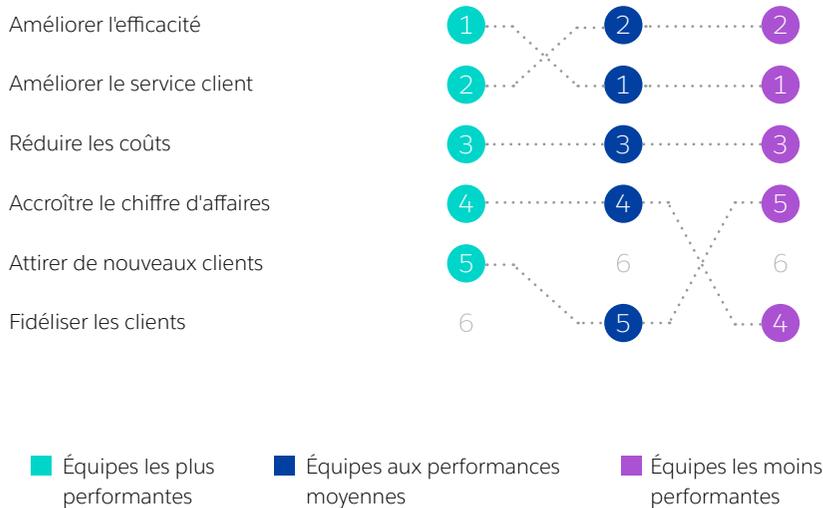
## Un travail d'équipe pour garantir la réussite

Les équipes de service client les plus performantes sont presque 2 fois plus susceptibles de considérer le service client comme étant à 100 % la responsabilité de l'entreprise tout entière.

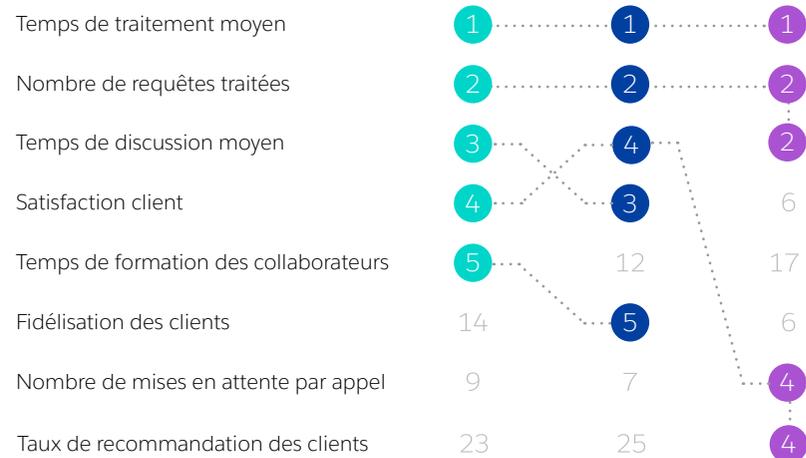


# Annexe A : comment les leaders d'aujourd'hui définissent la réussite

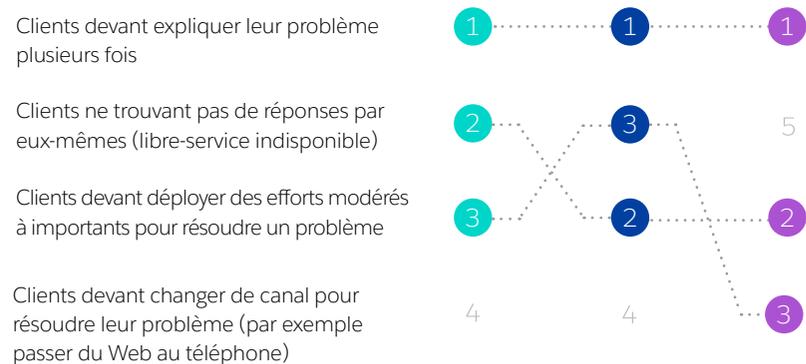
**Une meilleure efficacité et un meilleur service, voilà les principales priorités.** Voici comment les responsables de service client de chaque niveau de performance classent leurs principaux objectifs.



**La gestion du temps est cruciale.** Voici comment les responsables de service client de chaque niveau de performance classent leurs principaux indicateurs de performances.

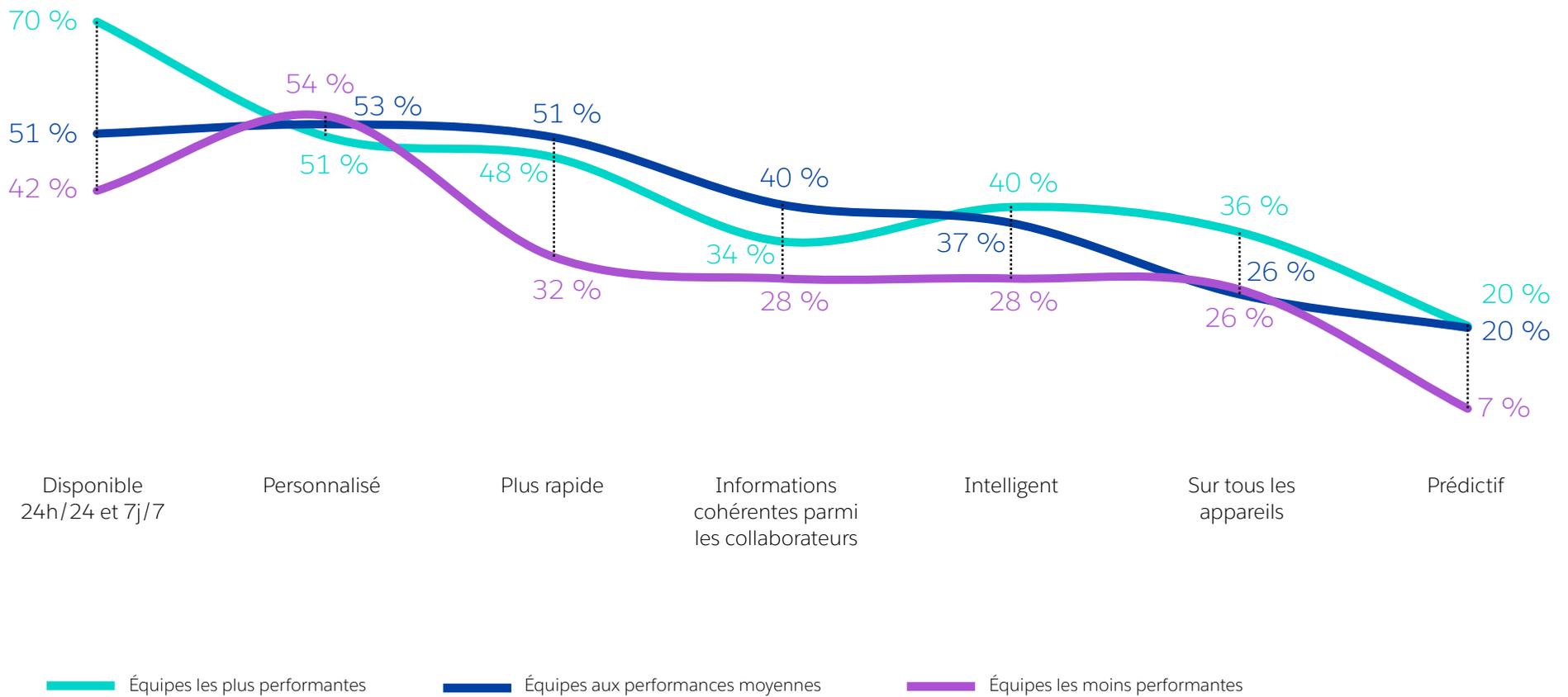


**Les responsables de service client aspirent à plus d'efficacité dans l'explication et la résolution des problèmes.** Voici comment les responsables du service client de chaque niveau de performance classent leurs principaux défis.



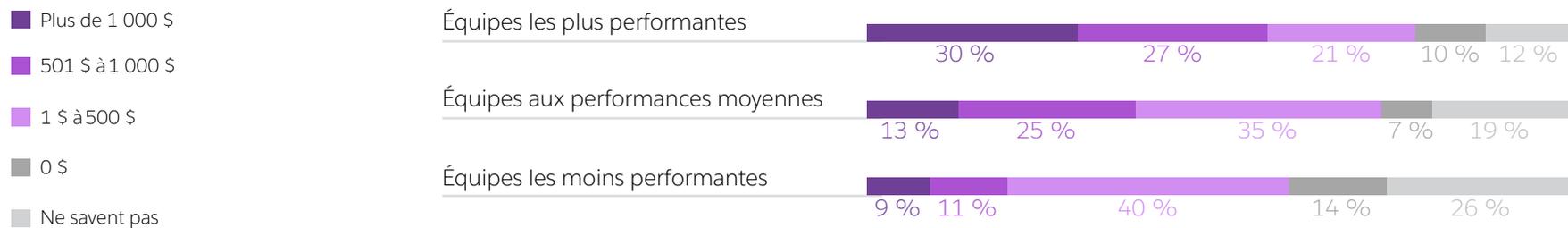
# Annexe A : comment les leaders d'aujourd'hui définissent la réussite

**La création d'une expérience client est primordiale.** Les équipes de service client ayant comme priorité un service personnalisé, plus rapide et disponible 24h/24 et 7j/7, savent qu'il est important de créer une expérience client. Vous trouverez ci-dessous un aperçu de la priorité donnée aux services en fonction du niveau de performances.



# Annexe A : comment les leaders d'aujourd'hui définissent la réussite

**Les équipes les plus performantes investissent dans la formation.** Les sociétés dont les équipes de service client sont les plus performantes sont 3 fois plus susceptibles que les équipes les moins performantes d'investir au moins 500 \$ par an dans la formation. Vous trouverez ci-dessous un aperçu des budgets dédiés à la formation selon le niveau de performances.



**Les équipes les plus performantes se soucient de la satisfaction de leurs employés.** Voici l'importance que donnent les responsables de chaque niveau de performance à la satisfaction de leurs employés.

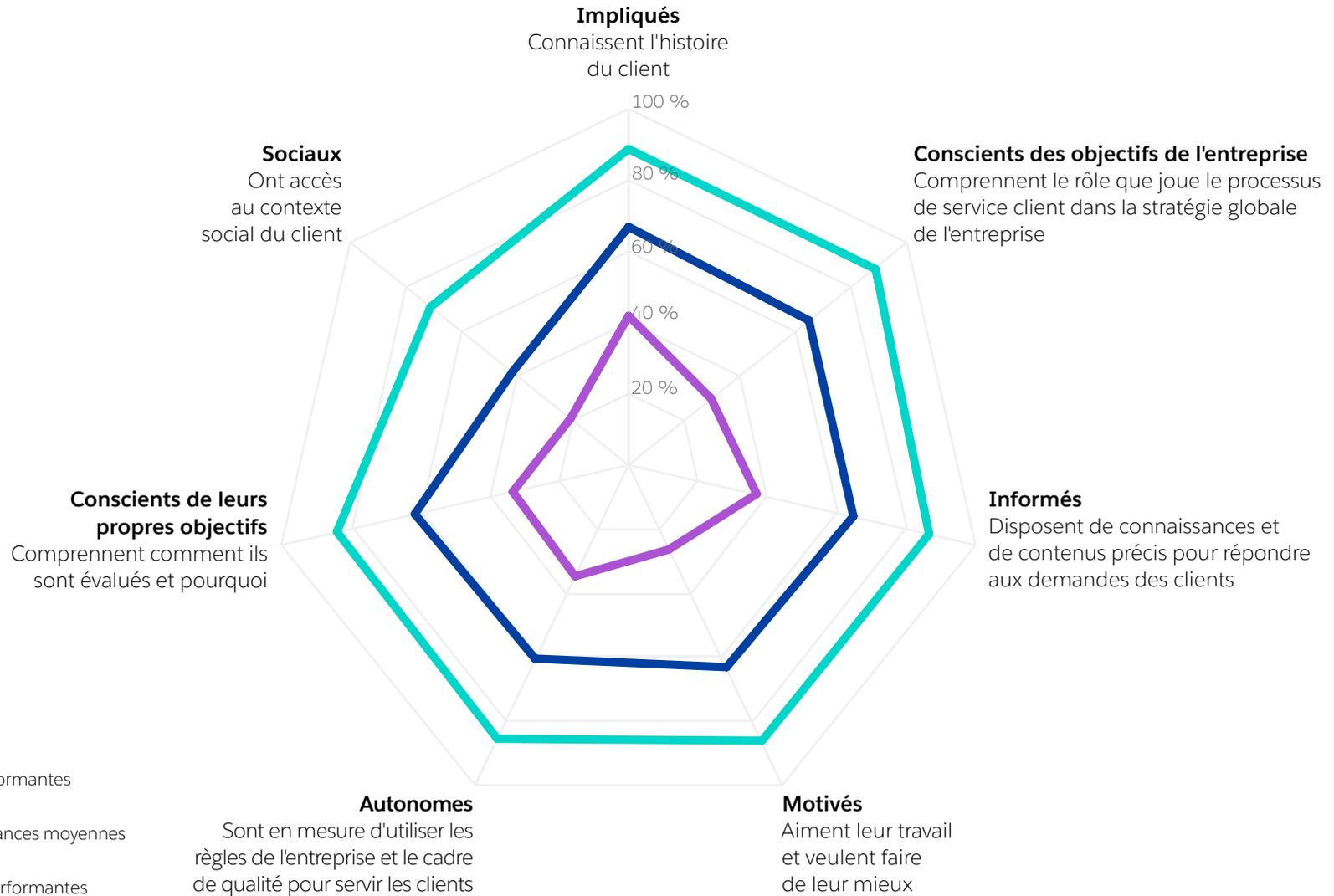


**Plus de la moitié des équipes les plus performantes comptent renforcer leur équipe.** Voici comment les responsables de service client de chaque niveau de performance comptent augmenter leur équipe de service client.



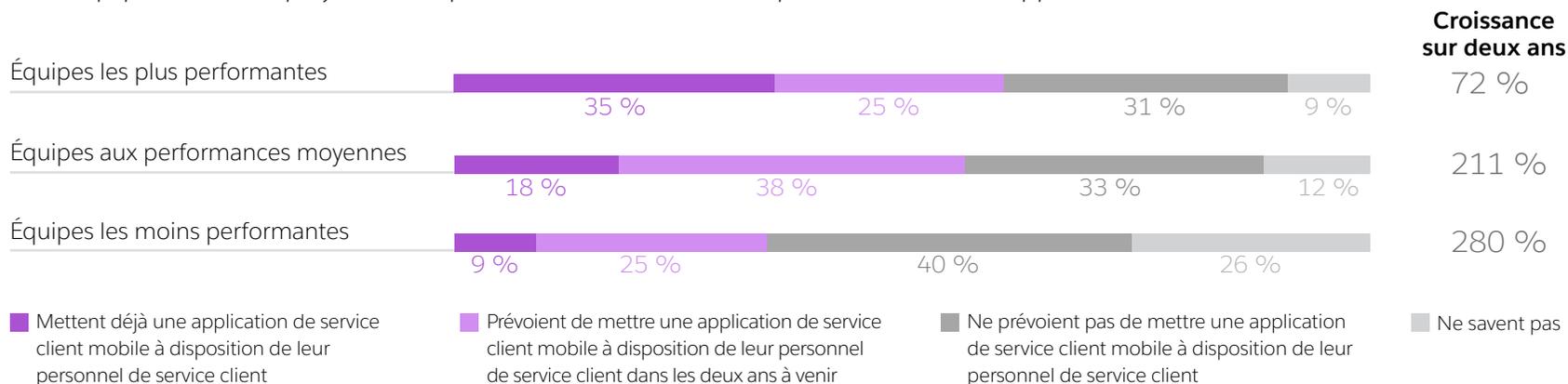
# Annexe A : comment les leaders d'aujourd'hui définissent la réussite

**Les meilleures équipes sont composées de collaborateurs informés, motivés et autonomes.** Voici comment les responsables de service client de chaque niveau de performance classent les qualités de leurs collaborateurs.



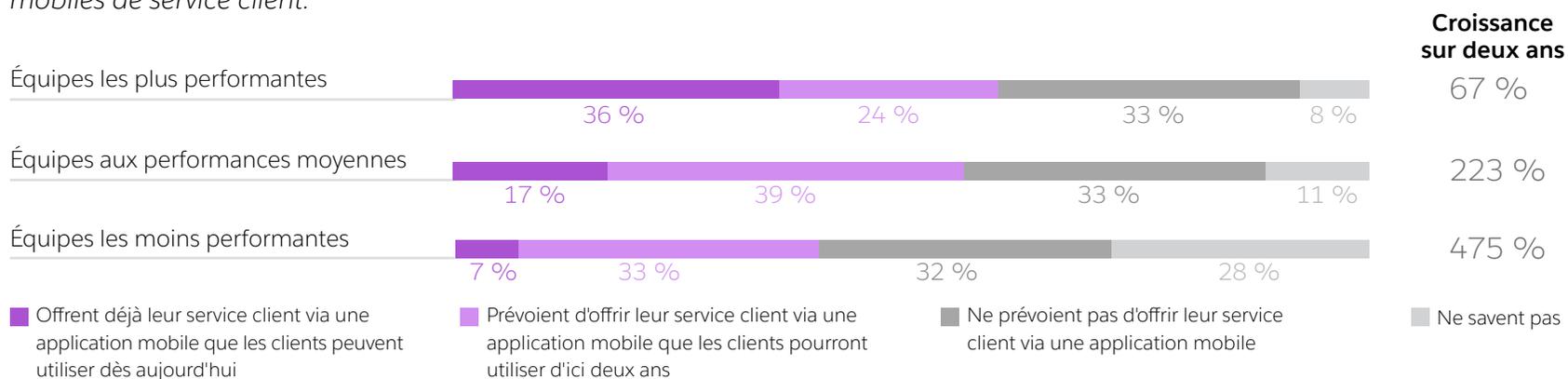
# Annexe B : les clients omnicanal apportent un renouveau dans le domaine du service client

**Les équipes de service client prévoient de mettre des applications mobiles à disposition des responsables de service client et des techniciens sur le terrain, afin de les rendre plus efficaces dans leur assistance.** Au total, 56 % des professionnels du service client déclarent avoir mis à disposition, ou prévoient de le faire dans les deux prochaines années, des applications mobiles auprès leur service client et leurs techniciens de terrain. Une très forte hausse est ainsi à prévoir dans les deux années à venir. Les équipes de service client aux performances moyennes et les équipes les moins performantes prévoient une croissance de plus de 200 % des applications mobiles.



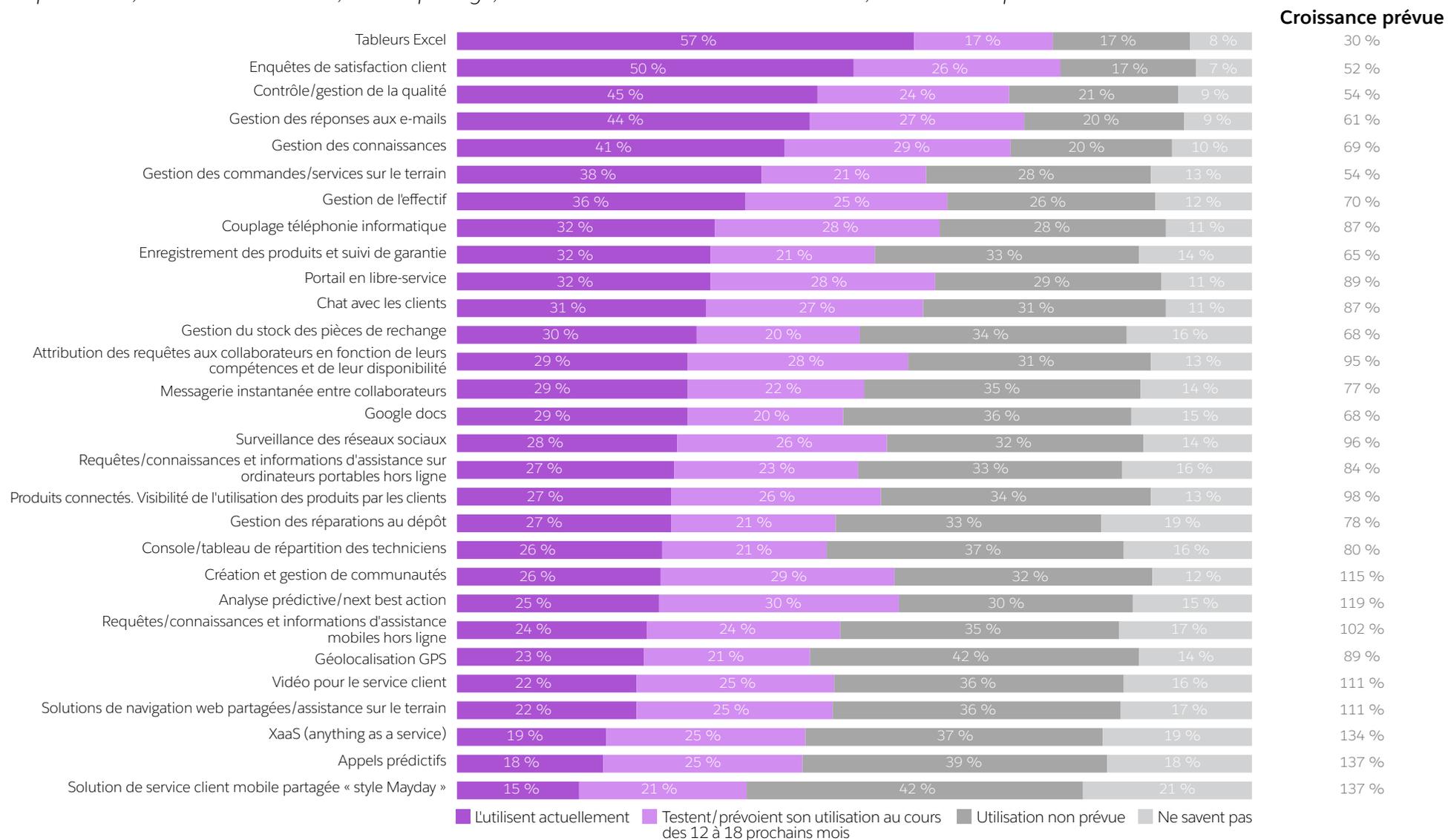
## Les applications mobiles de service client vont connaître une croissance exponentielle au cours de ces deux prochaines années.

Voici comment les responsables de service client de chaque niveau de performance comptent développer leur utilisation des applications mobiles de service client.



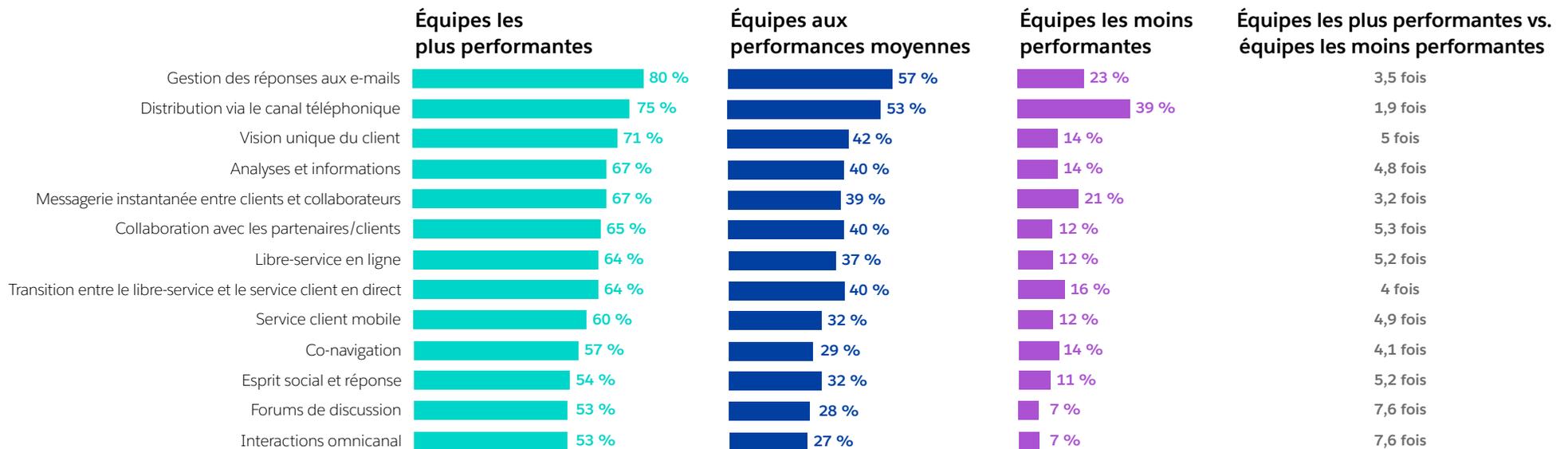
# Annexe B : les clients omnicanal apportent un renouveau dans le domaine du service client

**Les responsables de service client prévoient une croissance à deux chiffres pour les solutions permettant d'accélérer les interactions clients en face à face.** Parmi les solutions qui vont connaître la plus forte croissance au cours des 12 à 18 prochains mois : les capacités de prédiction, les solutions mobiles, le Web partagé, les communautés et les services Cloud, comme vous pouvez le voir ci-dessous.



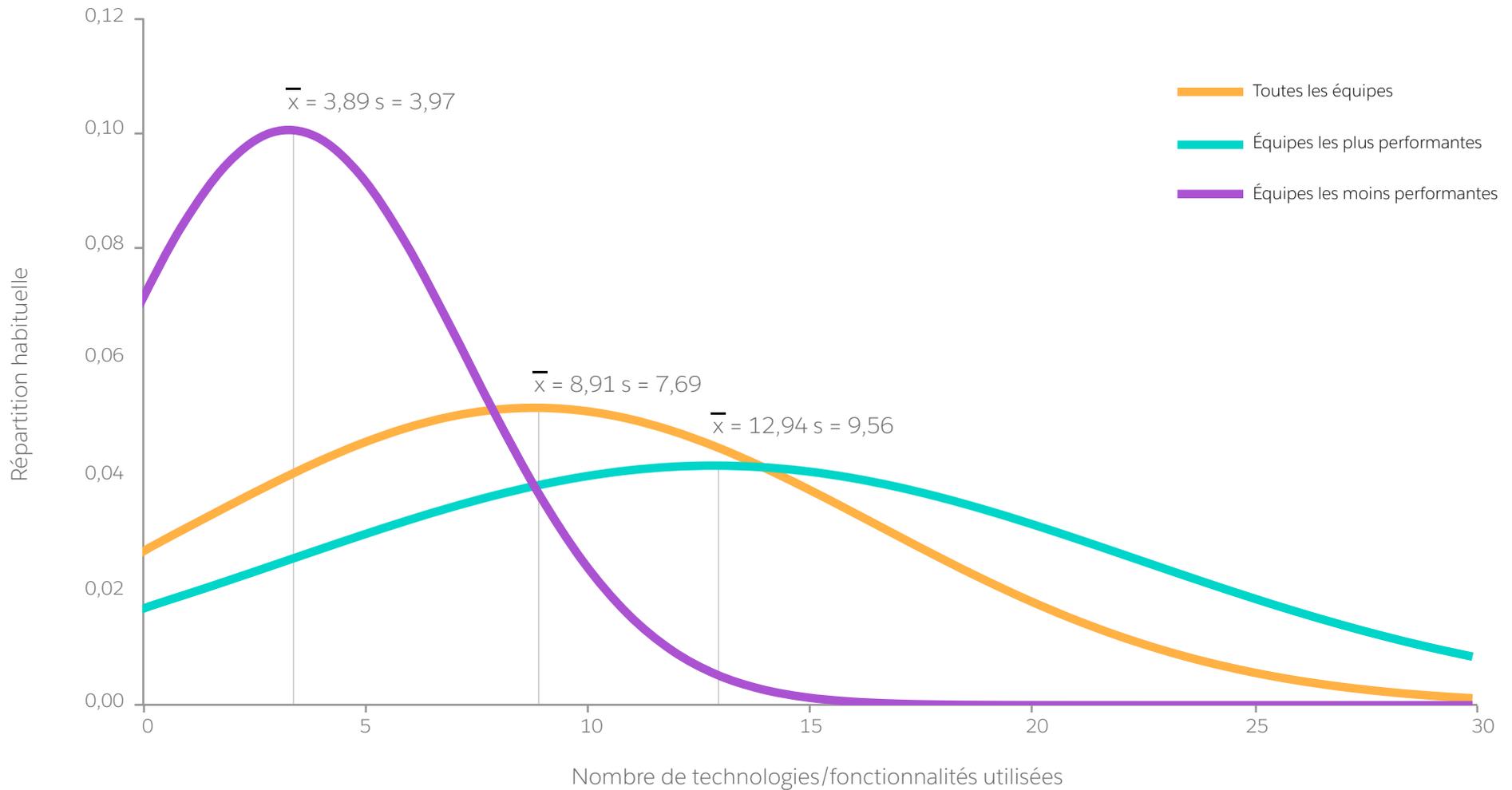
# Annexe B : les clients omnicanal apportent un renouveau dans le domaine du service client

**Les moyens de se connecter avec les clients sont si nombreux que les équipes de service client ont tendance à se concentrer sur une ou deux méthodes et à laisser les autres de côté.** Par exemple, les équipes de service client les plus performantes sont 8 fois plus susceptibles que les équipes moins performantes d'évaluer leur forum de discussion et leurs interactions omnicanal comme excellentes ou très bonnes.



# Annexe C : l'autonomie des agents est la marque des meilleures équipes

**Les équipes performantes sont plus susceptibles d'être de gros utilisateurs de technologies\*.** Voici la répartition de l'utilisation des technologies par niveau de performance



\* Les utilisations intensive et minime des technologies sont définies comme étant respectivement supérieures ou inférieures à l'écart type de 1 du nombre moyen de fonctionnalités actuellement utilisées.

# Annexe C : l'autonomie des agents est la marque des meilleures équipes

**Les équipes qui utilisent des solutions Cloud sont plus susceptibles d'être de gros utilisateurs de technologies.\*** *Les utilisateurs du Cloud sont 5,2 fois plus susceptibles que ceux qui n'utilisent pas le Cloud d'être de gros utilisateurs de technologies.*

Utilisateurs du Cloud



Non utilisateurs du Cloud



■ Utilisation intensive des technologies ■ Utilisation modérée des technologies ■ Utilisation minimale des technologies

\* Les utilisations intensive et minimale des technologies sont définies comme étant respectivement supérieures ou inférieures à l'écart type de 1 du nombre moyen de fonctionnalités actuellement utilisées.

**Grâce aux solutions Cloud, les équipes les plus performantes ont un meilleur accès aux fonctionnalités de service client.** *On note une différence d'adoption des technologies entre les équipes les plus performantes qui utilisent des solutions Cloud et les équipes les plus performantes qui ne les utilisent pas. On constate que parmi les meilleures équipes de service client, les utilisateurs du Cloud sont 12 fois plus susceptibles d'être de gros utilisateurs de technologies\*.*

Équipes les plus performantes utilisant le Cloud



Équipes les plus performantes n'utilisant pas le Cloud

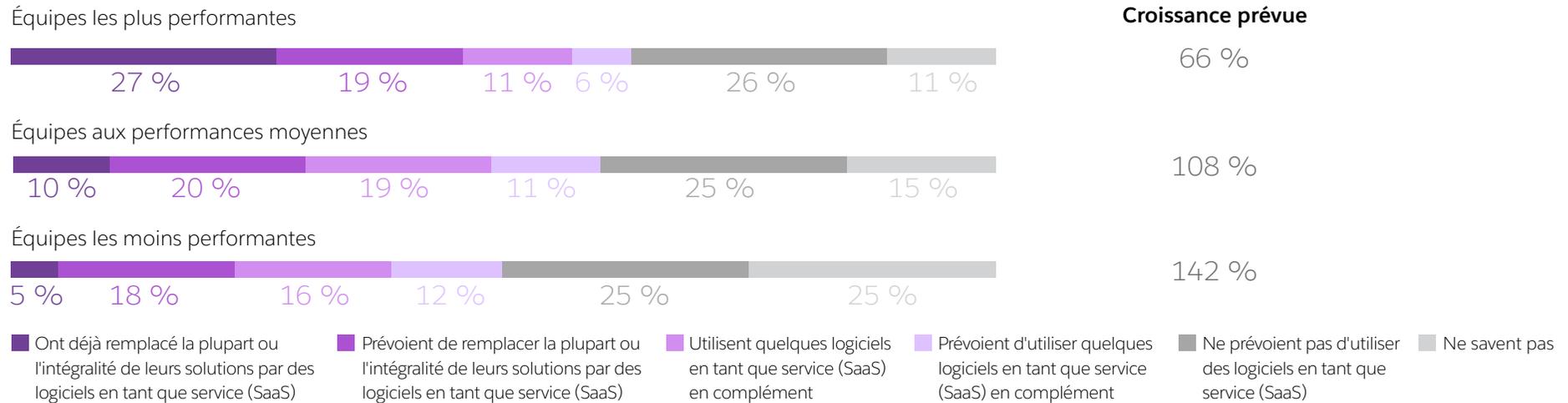


■ Utilisation intensive des technologies ■ Utilisation modérée des technologies ■ Utilisation minimale des technologies

\* Les utilisations intensive et minimale des technologies sont définies comme étant respectivement supérieures ou inférieures à l'écart type de 1 du nombre moyen de fonctionnalités actuellement utilisées.

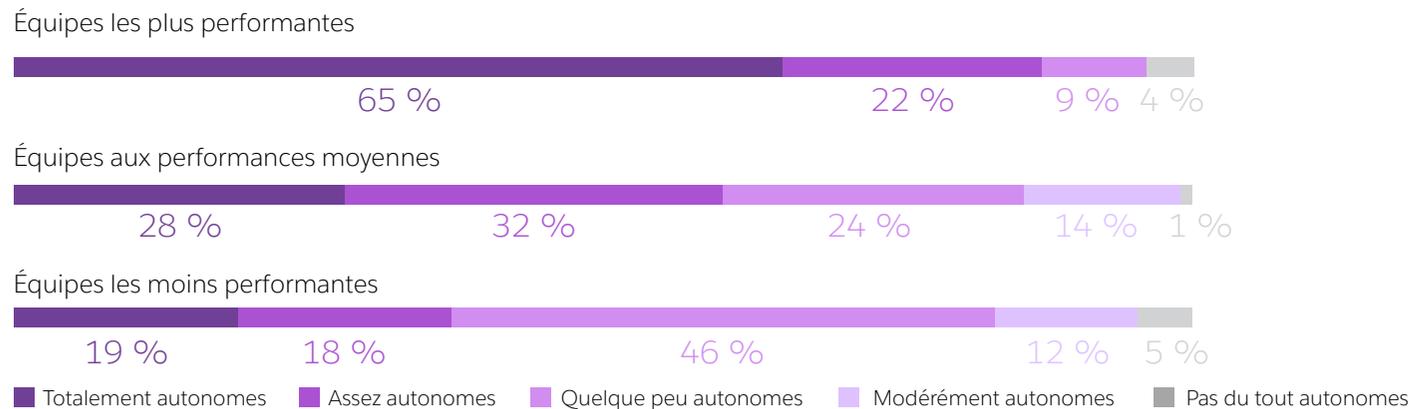
# Annexe C : l'autonomie des agents est la marque des meilleures équipes

**L'utilisation du Cloud est en hausse.** Les équipes les plus performantes sont 5,1 fois plus susceptibles d'utiliser principalement des solutions Cloud. Une croissance rapide de l'utilisation du Cloud est attendue pour les équipes les moins performantes et les équipes aux performances moyennes, au cours des deux années à venir, comme vous pouvez le voir ci-dessous.



**Les équipes les plus performantes donnent une pleine autonomie à leurs collaborateurs afin de garantir la réussite du client.**

Voici le degré d'autonomie que les responsables de service client pensent avoir, selon leur niveau de performance



# Annexe D : naissance du service client proactif, alimenté par les nouvelles technologies

## Comprendre les besoins des clients avant qu'ils ne se fassent entendre permet d'obtenir une meilleure satisfaction de la clientèle.

Aujourd'hui, seuls 23 % des équipes de service client sont en mesure de prédire les besoins au moins 80 % du temps, grâce à leurs données, expériences et analyses. Voici comment les équipes de service client jugent leur capacité à prédire les besoins en service client.

Toutes les équipes



■ Au moins 80 % du temps ■ Entre 60 % et 79 % du temps ■ Entre 40 % et 59 % du temps ■ Entre 20 % et 39 % du temps ■ Moins de 20 % du temps

Les meilleures capacités d'analyse permettent aux équipes de mieux prédire les besoins des clients. Voici un aperçu de la façon dont les équipes de service client sont en mesure de prédire les besoins des clients selon leur niveau de performances.

Équipes les plus performantes



Équipes aux performances moyennes



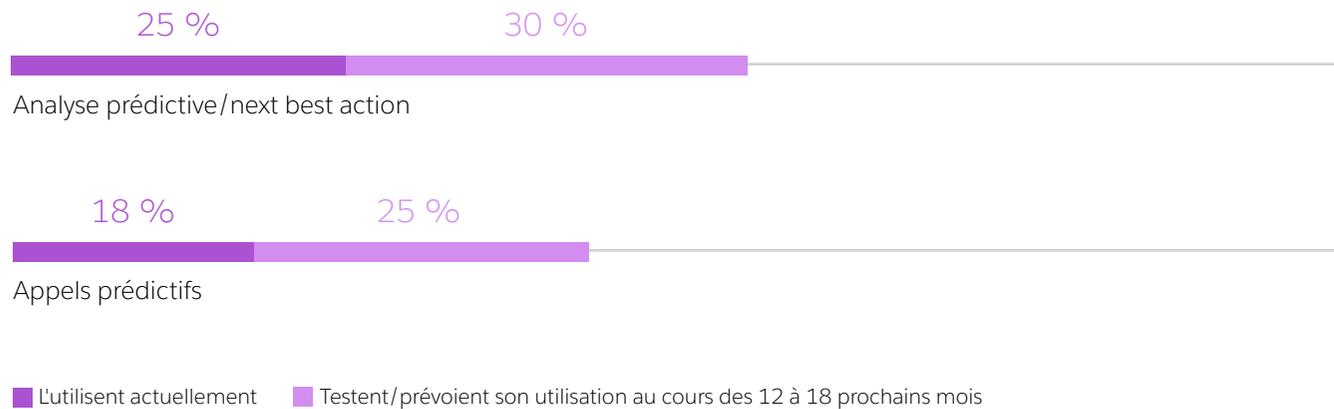
Équipes les moins performantes



■ Au moins 80 % du temps ■ Entre 60 % et 79 % du temps ■ Entre 40 % et 59 % du temps ■ Entre 20 % et 39 % du temps ■ Moins de 20 % du temps

# Annexe D : naissance du service client proactif, alimenté par les nouvelles technologies

**Les équipes de service client renforcent leur équipement en technologie de prédiction afin de mettre en place des systèmes plus intelligents.** Au cours des 12 à 18 prochains mois, l'utilisation des analyses et appels prédictifs par les équipes de service client va plus que doubler. À mesure que les entreprises vont profiter plus largement de l'intelligence (que ce soit pour acheminer les requêtes plus efficacement ou communiquer des informations de contexte aux collaborateurs), la productivité va monter en flèche.



# Annexe D : naissance du service client proactif, alimenté par les nouvelles technologies

**Les équipes les plus performantes sont dans des entreprises considérant que le service client relève de la responsabilité de chacun.**

*Elles sont presque 2 fois plus susceptibles que les équipes les moins performantes à considérer le service client comme étant à 100 % la responsabilité de l'entreprise tout entière.*

Équipes les plus performantes



Équipes aux performances moyennes



Équipes les moins performantes



# Annexe E : le nouvel état d'esprit des clients provoque le développement du libre-service

## Les équipes les plus performantes montrent plus de compétences dans la création des communautés et des portails en libre-service.

*Elles sont 3 fois plus susceptibles d'offrir à leurs clients de très bonnes prestations en libre-service, contrairement aux équipes moins performantes.*

