BERTRAND JOUVENOT

# LE DIGITAL

## *à toutes les sauces*

CET EXTRAIT VOUS EST OFFERT PAR
BERTRAND JOUVENOT

# INTRODUCTION

## Mise en bouche

Cette recette digitale est extraite du livre *Le digital à toutes les sauces* de Bertrand Jouvenot.

Un livre comprenant près d'une centaine de recettes digitales, destinées à vous aider à tout savoir préparer, de l'entrée au dessert, depuis la digitalisation de l'entreprise, la stratégie, le management, jusqu'à l'innovation et le produit, en passant par le marketing et la mesure…

Découvrez ici l'une des recettes revisitée par nous, rien que pour vous.
#AToutesLesSauces

Bonne dégustation !

Bertrand Jouvenot

RECETTE N° 69

# Le Channel Shift

**TEMPS** · Plusieurs mois
**NOMBRE DE PERSONNES** · 2 à 10
**DIFFICULTÉ** · ★★★

## Mise en bouche

L'histoire de la vente à distance et de la relation client qui en découle est jalonnée d'apparitions de nouvelles technologies, permettant aux clients de s'adresser directement aux marques et obligeant celles-ci à justement adopter ces technologies à leur tour pour pouvoir répondre.

Ainsi, les échanges entre les clients et la marque, qui se faisaient par courrier, ont glissé vers le téléphone ; puis, les clients ont adressé directement des *e-mails* aux entreprises, qui se sont organisées pour y faire face ; ensuite, ils les ont interpellées sur les réseaux sociaux, jusqu'à se plaindre sur les pages Twitter des marques.

La multiplication de canaux de communications s'est traduite par des coûts pour les entreprises, très différents selon le mode d'interaction. Contre toute attente, le digital est parfois plus coûteux : résoudre le problème d'un client par *e-mail* est plus long qu'au téléphone et donc plus coûteux, car un opérateur est occupé plus longtemps. C'est parfois pire encore avec Twitter.
Le *Channel Shift* est donc une méthode consistant à faire migrer un client sollicitant directement la marque, sur Facebook par exemple, vers un canal de communication plus rentable et plus efficace, comme le téléphone.

Les services clients ont mis en place des scripts pour y parvenir et inscrivent dans les objectifs de leurs équipes le changement de canal. Exemple : déporter 10% des tweets adressés au service clients vers le téléphone.

**ACCOMPAGNEMENT**
Cette recette se mariera avec les *KPI*s digitaux ou le *SWOT* sémantique

AMÉLIORER L'EFFICACITÉ
ET LA RENTABILITÉ
D'UN CENTRE DE CONTACTS

#69

« Allo, je vous téléphone car je vous ai adressé un e-mail qui annonçait que j'allais vous envoyer un message Facebook afin de vous relancer au sujet de mon dernier tweet. »

## Au menu

### ◇ Objectif

**OPTIMISER** les coûts d'un centre de contacts.

**AUGMENTER** le taux de résolution des incidents.

**AMÉLIORER** la satisfaction des clients

### ◇ Contexte

Pour une entreprise confrontée à une sur-sollicitation des clients via Internet en général et les réseaux sociaux en particulier.

Dans le cadre d'une remise à plat des processus d'un service client.

Pour imaginer des scénarios et des scripts de réponses aux clients.
Au moment de l'adoption de technologies type *chatbots*.

Pour les entreprises qui s'aventurent pour la première fois dans la relation clients.

**L'ASTUCE DU CHEF**

L'audit préalable des recettes de relations clients (CTI et autres) est un prérequis.

Intégrez à la démarche le fait que certains clients vous sollicitant en ligne sont des influenceurs, des ambassadeurs, etc.

L'arrivée des *chatbots* changera peut-être la donne.

## Préparation & Cuisson

### ◇ Étapes

1. Déterminez la volumétrie des messages (entrants) par canal.
2. Comparez les délais moyens de résolution des problèmes des clients par canal en les ramenant à des coûts.
3. Imaginez et testez des scénarios de déplacement des conversations d'un canal à l'autre.
4. Adoptez les scénarios les plus probants.

### ◇ Méthodologie et conseils

- Pratiquer la double écoute pour comprendre les problèmes rencontrés par les clients et mieux imaginer les scénarios *cross-canal*.
- Intégrer l'approche à la définition des *KPI*s digitaux *(cf. Recette 67)*.

DÉGUSTATION

*La notion est particulièrement simple.*

*Le concept est relativement facile à vendre en interne puisque de nature à induire des économies.*

*La méthode permet d'isoler les clients insatisfaits de la place publique que constituent les réseaux sociaux et de les traiter en aparté.*

*Elle permet de ne pas abolir les efforts réalisés en SEO visant à faire remonter la marque dans les moteurs de recherche avec autre chose que des plaintes de clients (cf. Recette 49).*

Ça vous a plu ?

Pour vous régaler encore, avec près d'une centaine d'autres recettes digitales, passez la commande.

Commander ici

**www.ledigitalatouteslessauces.com**

---

**www.jouvenot.com**

conception graphique, iconographie & mise en pages

nun { design & arts graphiques }

---

www.nundesign.fr

nun.artsgraphiques

nun.designgraphique