

BERTRAND JOUVENOT

.....

DOPEZ VOTRE STRATÉGIE DIGITALE

.....

72 fiches pratiques

INTRODUCTION

Mise en bouche

Cette recette digitale est extraite du livre *Dopez votre stratégie digitale* 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 à la mesure....

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

Bonne dégustation !

Bertrand Jouvenot

Le Channel Shift



TEMPS • plusieurs mois
 NOMBRE DE PERSONNES • 2 à 10
 DIFFICULTÉ • ★ ★ ★



POUR ACCOMPAGNER

Cette fiche pourra être combinée avec les KPI numériques ou le SWOT sémantique.

Présentation

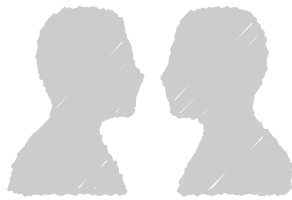
L'histoire de la vente à distance et de la relation client qui en découle est jalonnée d'apparitions de nouvelles technologies, permettant aux clients de s'adresser directement aux marques et obligeant celles-ci à justement adopter ces technologies à leur tour pour être en mesure de répondre.

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 s'en plaindre sur les pages Twitter.

La multiplication des canaux de communication s'est traduite par des coûts pour les entreprises, très différents selon le mode d'interaction. Contre toute attente, le numérique 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 (changement de canal) est 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 client 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 client vers le téléphone.



€€€



€€



~~€~~
€€€€

Coûts des canaux de communication pour la résolution des problèmes clients

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

Source : Bertrand Jouvenot



« 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. »

Attention

- ◆ L'audit préalable des fiches de relations client (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.

Au sommaire

◇ 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 comme les chatbots.

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

Préparation et mise en œuvre

◇ 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

- Pratiquez la double écoute pour comprendre les problèmes rencontrés par les clients et mieux imaginer les scénarios croisant les canaux.
- Intégrez l'approche à la définition des KPI numériques (► FICHE 67).

OBSERVATIONS

- La notion est particulièrement simple.
- Le concept est assez 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 évite d'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 (► FICHE 49).

Ça vous à plus ?

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

[Commander ici](#)

www.jouvenot.com

CONCEPTION GRAPHIQUE, ICONOGRAPHIE & MISE EN PAGES

nin [design & arts graphiques]

WWW.NUNDESIGN.FR

 [NUN.ARTPHOTOGRAPHIQUES](#)

 [NUN.DESIGNGRAPHIQUE](#)