



LIVRE BLANC

Relation-client à distance
et proximité digitale

Les outils du conseiller connecté

 **inflexsys**
Votre partenaire mobilité

Ni 100% digital, ni 100% humain...

Au cours des dernières années, la forte dépendance aux technologies digitales a fait émerger des services client « déshumanisés ».

Les récits de multiples expériences frustrantes, largement partagés (notamment sur les réseaux sociaux), ont contribué à pousser les entreprises à mener une réflexion de fond sur le service qu'elles désirent offrir à leurs clients.

Entre le tout digital et le tout humain, le consommateur réclame aujourd'hui un juste équilibre... et impose en quelque sorte ses conditions.

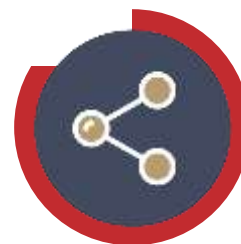
Alors, quelles sont ses attentes et comment y répondre ? Comment utiliser le digital de manière appropriée pour réintroduire la proximité humaine au cœur de la relation-client à distance ?

C'est à ces questions que se propose de répondre ce Livre Blanc.

Des attentes... contradictoires ?

Dans certain secteur, la banque par exemple, le consommateur délaisse les points de vente traditionnels, au profit de relations « numériques » ; pourtant, des études* montrent que les consommateurs préfèrent une interaction avec des êtres humains plutôt qu'au travers de canaux digitaux...

Cela peut paraître contradictoire. En fait, ça ne l'est pas. Voyons pourquoi.



83%

des clients privilégient une interaction avec des humains plutôt qu'au travers des canaux digitaux pour traiter leurs réclamations.



81%

des clients admettent qu'il est frustrant ou très frustrant de traiter avec une entreprise qui ne facilite pas l'interaction (quel que soit le canal).

*Source : www.accenture.fr/globalconsumerpulseresearch
11^{ème} édition de l'étude annuelle « Accenture Global Consumer Pulse Survey » menée auprès de 24 489 clients de 33 pays au travers de 11 industries

Tout dépend de l'enjeu...

Premier point : plus de la moitié des interactions avec les clients commencent désormais en ligne* (et plus d'un quart, sur des appareils mobiles) : les clients préfèrent donc être autonomes... tant qu'ils ne se posent pas de questions.

Car, il s'avère que plus il y a d'enjeu dans la relation (réclamation, achat, contractualisation complexe...), plus la simplicité d'accès à un interlocuteur à distance devient un critère différenciant pour les marques.

À VOTRE AVIS, QUEL EST L'ASPECT LE PLUS FRUSTRANT D'UNE MAUVAISE EXPÉRIENCE DE SERVICE CLIENT ?

Impossibilité de joindre une personne réelle pour un support : 31%

Un téléopérateur de service client ne disposant pas des connaissances ou de la capacité nécessaires pour résoudre mon problème : 28%

Ne pas pouvoir résoudre mon problème ou trouver les informations dont j'ai besoin en ligne : 25%

Devoir me répéter ou fournir mes informations aux téléopérateurs : 16%

*Source : Rapport sur l'état du service client dans le monde, Microsoft, 2016

Les attentes des clients (1/2)

Alors, quelles sont les attentes des clients en matière d'assistance ?

Selon une étude récente menée par Markess*, pour répondre aux attentes de leurs clients, les entreprises françaises devront se focaliser dans les prochaines années, sur **6 domaines prioritaires** : les interactions digitales, les usages mobiles, les communautés sociales, un omnicanal cohérent, le traitement des données, et les garanties de confiance.



*Source : Markess e-Book Tendances Clients Clés & Stratégies Digitales, 2015

Les attentes des clients (2/2)

Car, si le client préfère un parcours digital, il souhaite pouvoir **accéder à une assistance humaine**, selon ses préférences*, c'est-à-dire :

- **Au moment où il en a besoin, en temps-réel.**
- **Par le canal de son choix** (chat, téléphone, email, click to call, etc.).
- Depuis sa tablette, son smartphone ou son PC, selon les moments.
- Il veut obtenir une **aide personnalisée**, rapide et efficace.
- Enfin, **il ne veut pas avoir à fournir** ou partager avec son interlocuteur **des informations personnelles** non nécessaires au traitement de sa question.

*« Seule une personne humaine peut apporter son empathie, sa bienveillance, son attention, sa présence, faire passer de **l'émotion**, bref : créer une relation client attentionnée. »*

Eric Dadian, Président de l'AFRC, Association Française de la Relation Client

*Source : Enquête menée auprès de nos clients dans le secteur Banque Assurance entre Janvier et Mars 2017

Comment créer la proximité digitale

Créer la proximité digitale requiert de personnaliser **l'assistance temps-réel** au travers **d'outils digitaux appropriés** (co-browsing, partage en live de documents, etc.), **de canaux « synchrones »** (chat, click to call, click to chat...) et de solutions permettant de mettre en place une gestion de la **relation client unifiée sur tous les canaux** (historique des interactions quel que soit le canal).

Ces outils permettent aux conseillers des services clients d'**offrir** à leurs interlocuteurs **une assistance instantanée qualifiée, sur mesure**, et de les guider rapidement vers la résolution de leur problématique.

*« Le digital est un moyen de rendre **l'assistance client interactive plutôt que réactive...***

*Il offre de réelles opportunités de **création de valeur dans la relation client de proximité.** »*

Co-browsing : « Vis ma vie » de client...

Le co-browsing (ou co-navigation) consiste à donner la capacité à un conseiller (service client, SAV, etc.) et à un client de **naviguer simultanément et en temps-réel**, sur une même application, qu'il s'agisse d'une **page web**, d'un **document** en ligne ou d'une **application mobile**.

L'un et l'autre peuvent accéder à ce contenu depuis un ordinateur, une tablette ou un smartphone. En parallèle, ils peuvent **interagir** au travers de différents médias : **vidéo**, **voix**, **chat**, etc.

En offrant au conseiller **une vision contextuelle** de la problématique émise par le client, le co-browsing lui permet de **se mettre « à la place » du client** et de lui apporter une réponse pertinente plus rapidement.

Des études montrent que le co-browsing, intégré dans des sites ou applications existantes, influence de manière notable la qualité du service offert aux clients, facilite le travail des conseillers et **impacte positivement la performance des services clients qui l'utilisent**.

Co-browsing : L'impact

En effet, selon une étude menée par le cabinet Aberdeen, le co-browsing donne un avantage concurrentiel important aux entreprises qui l'utilisent, par rapport à celles qui n'en sont pas équipées.

- Il renforce la satisfaction client en réduisant le temps mis par le conseiller à diagnostiquer la problématique rencontrée et à la résoudre
- Il réduit le coût de l'assistance (le conseiller peut traiter plus de problématiques clients)
- Il permet d'accroître le revenu de l'entreprise faisant du service client un centre de profit plutôt qu'un centre de coût



*Source : Aberdeen, « Omni-Channel Customer care : Best-in-Class Steps to Success »

Les outils du conseiller connecté (1/4)

Le client entre en contact avec le conseiller via le canal de son choix (chat, vidéo, ...) et accepte d'ouvrir une session de co-browsing.

Il peut ne partager que la fenêtre sur laquelle il est en train de naviguer, ce qui est moins intrusif qu'une prise de contrôle à distance.

CHAT ET CO-BROWSING



Les outils du conseiller connecté (2/4)

La navigation du client (l'endroit où il clique, le scroll, les changements de pages) se reproduit à l'identique sur l'écran du conseiller.

Le conseiller indique au client ce qu'il doit faire (sans faire à sa place) en cliquant aux endroits concernés sur son propre écran. Cela se traduit par un halo sur l'écran du client.

HALO-GUIDAGE

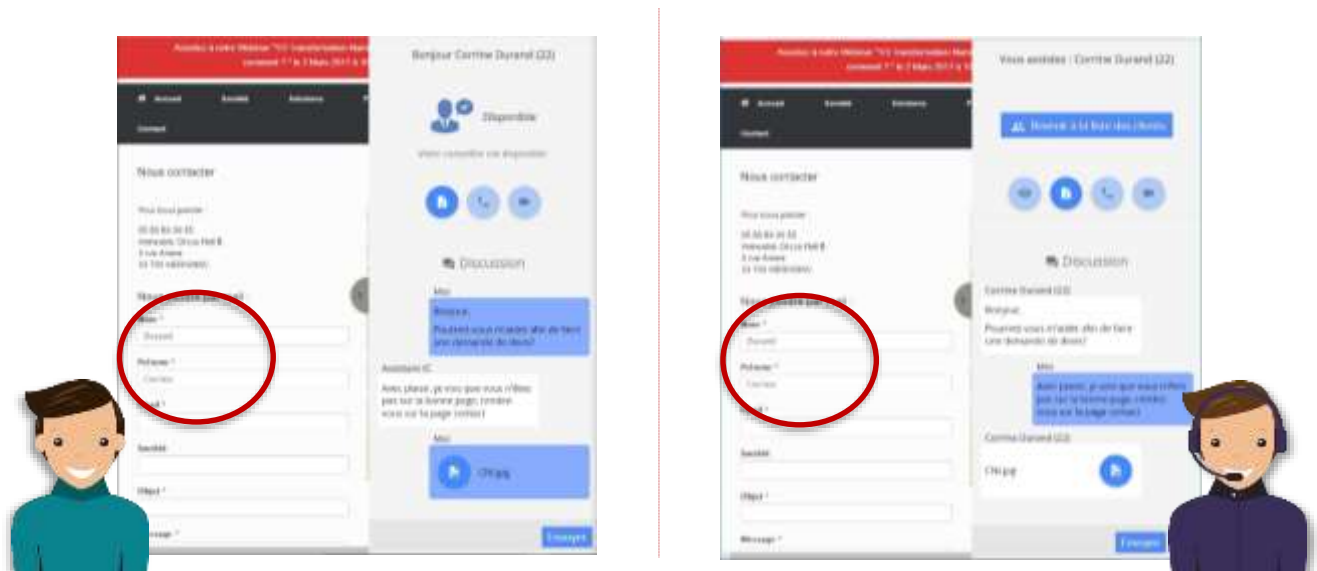


Les outils du conseiller connecté (3/4)

Le conseiller peut aider le client à saisir un formulaire, via le système de **halo-guidage** ou via des **annotations**.

Certaines zones (numéro de carte bancaire, etc.) peuvent être floutées côté conseiller pour qu'il ne voit pas les informations confidentielles que saisit le client.

Co-saisie de formulaires et annotations



Les outils du conseiller connecté (4/4)

Pour finaliser son parcours d'achat, le client peut **photographier** avec la caméra de sa tablette ou de son smartphone **une pièce justificative** et l'adresser directement au conseiller, pendant leur interaction.

Le conseiller peut également **partager un document avec le client** et le parcourir avec lui.

Partage de documents



En résumé

Comment satisfaire les nouvelles exigences des consommateurs hyper connectés et prompts à changer de fournisseur, tout en optimisant les coûts du service client ?

Nombreuses sont les entreprises qui cherchent la réponse à cette question dans le panel des outils que le digital permet de mettre en œuvre.

Les entreprises qui souhaitent offrir une expérience unique et différenciante à leurs clients devront introduire aux moments clés des parcours d'achat, la possibilité d'accéder à un être humain qualifié, disponible et doté des outils digitaux nécessaires pour les accompagner de manière efficace.

À propos de forbiiz Assist

Conçue par Inflexsys, forbiiz Assist est une solution innovante de co-browsing et d'assistance à la souscription complexe en ligne.

S'intégrant à un site existant, elle permet de co-naviguer et de partager un document sur le web, via un PC ou un équipement mobile. Cette solution de collaboration interactive temps-réel s'appuie sur des technologies innovantes pour permettre l'assistance et l'accompagnement chat/vidéo/voix d'un client par un collaborateur de l'entreprise, lors de son parcours digital.

Fonctionnalités couvertes :

- Co-browsing
- Partage de documents
- Système de halo guidage
- Captures de pièces justificatives
- Création d'une bibliothèque de documents
- Chat intégré

Testez forbiiz Assist sur votre site web gratuitement

À propos d'InfleXsys

Experte en mobilité, InfleXsys est une Entreprise de Services du Numérique spécialisée dans le développement d'applications mobiles professionnelles et d'objets connectés.

InfleXsys accompagne ses clients, PME ou Grands-Comptes, dans leur transformation digitale en concevant des services mobiles novateurs, qu'il s'agisse d'applications Métier, d'objets connectés, ou encore de solutions personnalisables, collaboratives et d'aide à la vente.

En savoir plus :

Suivez nous sur les réseaux sociaux



[Blog](#)

www.infleXsys.com