



Offrir une expérience client qui stimule la croissance des entreprises

Livre blanc

Offrir une expérience client qui stimule la croissance des entreprises

Alcatel•Lucent 
Enterprise

Sommaire

L'expérience client est directement liée à la réussite de l'entreprise	3
Créer une stratégie pour offrir aux clients l'expérience qu'ils souhaitent	4
Tout connecter pour offrir une expérience client vraiment exceptionnelle	6
Simplifier votre parcours grâce à un partenaire technologique expert	8

L'expérience client est directement liée à la réussite de l'entreprise

Aujourd'hui, les entreprises de toutes tailles et de tous secteurs sont confrontées à des défis communs. Elles doivent répondre aux besoins de clients de plus en plus exigeants qui attendent de recevoir un support continu, en tout lieu et par tous les moyens nécessaires. Dans le même temps, les entreprises s'efforcent d'atteindre leurs objectifs de croissance dans un environnement économique incertain, alimenté par des conflits mondiaux et des pressions inflationnistes qui échappent à leur contrôle.

Face à ces défis, il est plus important que jamais d'offrir une expérience client exceptionnelle. Les entreprises doivent consacrer du temps, des efforts et des ressources aux améliorations qui leur permettent d'améliorer l'expérience de leurs clients et de répondre à leurs attentes croissantes. Leur succès en dépend. Selon un rapport de Salesforce, près de 90 % des acheteurs déclarent que l'expérience compte autant que les produits ou les services.¹

Les clients exigent des interactions rapides et personnalisées

Pour rationaliser le service à la clientèle, la plupart des entreprises utilisent déjà des technologies numériques telles que les chatbots, les systèmes de réponse vocale interactive et les communications automatisées. Malheureusement, beaucoup ont créé par inadvertance un mur numérique anonyme qui peut facilement décevoir et repousser les clients.

Les clients attendent des réponses rapides de la part des entreprises avec lesquelles ils collaborent. En 2022 :²

- 70 % des consommateurs interrogés ont indiqué qu'ils attendaient une réponse d'une marque le jour même
- 46 % attendaient une réponse le jour suivant
- Seuls 16 % seraient prêts à attendre trois jours

Ces réponses doivent être adaptées à la relation unique de chaque client avec l'entreprise. Selon le cabinet mondial de conseil en gestion McKinsey & Company, la valeur d'une personnalisation réussie - ou non - se multiplie, et les entreprises qui parviennent à établir une meilleure proximité avec leurs clients augmentent leurs revenus plus rapidement que leurs homologues.³ Des études menées dans le monde entier confirment que la grande majorité des consommateurs s'attendent à des interactions personnalisées, sont frustrés lorsque cela ne se produit pas⁴ — et sont moins susceptibles que jamais de pardonner une mauvaise expérience.⁵ En 2022, Statista a indiqué que « plus de 60 % des acheteurs en ligne interrogés ont déclaré que les marques qui fournissaient un contenu impersonnel perdraient leur fidélité. »⁶

Les entreprises en mesure d'offrir à leurs clients l'expérience attendue multiplient les nouvelles possibilités de stimuler le succès de l'entreprise. Elles peuvent :

- **Réduire la perte** de clients et augmenter la satisfaction afin qu'ils ne soient pas tentés de se tourner vers la concurrence
- **Accroître la fidélité et attirer de nouveaux clients** en améliorant la réputation de leur marque dans un monde où les expériences sont largement partagées
- **Augmenter les revenus** en encourageant les achats répétés et les recommandations qui génèrent de nouveaux clients
- **Gagner des parts de marché** en offrant des expériences uniques et personnalisées qui convainquent les clients de choisir leur entreprise plutôt que la concurrence

Les entreprises reconnaissent la valeur commerciale d'une expérience client exceptionnelle

Dans une étude réalisée en 2022 sur l'état du support à la clientèle, les personnes interrogées ont déclaré que la simplification de l'expérience client constituait l'une de leurs trois principales priorités.⁷ Les entreprises sont également conscientes du rôle crucial que joue la technologie dans la réalisation des objectifs en matière d'expérience client. Dans un autre rapport, 79 % des responsables de l'expérience client interrogés ont déclaré que l'expérience client numérique était extrêmement ou très importante. Le rapport a également révélé que la confiance dans les technologies et les outils liés à l'expérience client avait atteint de nouveaux sommets.⁸



1 [Salesforce Report: Nearly 90% Of Buyers Say Experience a Company Provides Matters as Much as Products or Services](#). Salesforce News & Insights, mai 2022.

2 [Acceptable response time for customer service according to consumers in the United States as of June 2022](#). Statista, janvier 2023.

3 [The value of getting personalization right—or wrong—is multiplying](#). McKinsey & Company, novembre 2021.

4 [65% of consumers say personalisation earns loyalty in 2023](#). MarketingTech, janvier 2023.

5 [The Dwindling Well of Forgiveness for Your Post-COVID Customer Experience](#). Gartner Blog, juin 2021.

6 [Marketing personalization worldwide - statistics & facts](#). Statista, janvier 2023.

7 [The state of customer care in 2022](#). McKinsey & Company, juillet 2022.

8 [CMSWire Releases The 2022 State of the Digital Customer Experience Report](#). CMSWire, octobre 2022.



Créez une stratégie et offrez aux clients l'expérience qu'ils souhaitent

Afin d'améliorer l'expérience client, les entreprises doivent d'abord déterminer en quoi consiste une expérience exceptionnelle dans leur secteur d'activité. Une excellente expérience dans un hôtel est très différente de celle des domaines de la santé, des transports publics ou de l'université. La définition de cette expérience guidera les décisions concernant les solutions technologiques nécessaires pour en faire une réalité.

Bien que les expériences des utilisateurs finaux diffèrent vraiment dans chaque cas, il existe un ensemble commun d'exigences pour améliorer les expériences client dans tous les secteurs d'activité.

Interagissez avec les clients via le canal qu'ils préfèrent

Chaque entreprise doit interagir avec ses clients de la manière qu'ils préfèrent, et cela de la façon la plus transparente sur tous les canaux. En prenant en charge l'ensemble des canaux, vocaux, de messagerie électronique, de chat, de messagerie instantanée, de vidéo et de réseaux sociaux, vous pouvez aider vos clients de tous âges à utiliser leur méthode de communication préférée afin d'augmenter les taux de résolution au premier contact. Vous avez également la possibilité de passer d'un canal en temps réel à un canal en temps non réel afin d'accélérer les réponses tout en maintenant une expérience cohérente.

Les réseaux sociaux représentent un canal particulièrement important, car le monde entier peut potentiellement consulter les bonnes et les mauvaises expériences partagées sur ces plateformes. Lorsqu'ils sont utilisés de manière efficace, ils vous offrent une opportunité significative de dialoguer avec vos clients et de les aider d'une manière très publique. Si négligées, ces plateformes peuvent rapidement se transformer en canaux publics d'escalade pour les clients frustrés.

Personnalisez les interactions

Chaque interaction avec les clients doit être adaptée à leurs besoins et préférences uniques, quel que soit le point de contact utilisé. Le défi consiste à identifier et à comprendre ce que les clients recherchent et ce dont ils ont besoin de la part de l'entreprise. La bonne nouvelle, c'est qu'une grande partie des réponses se trouve dans les données que votre entreprise possède déjà dans vos systèmes de gestion de la relation client, ou que vous pouvez facilement obtenir de vos forces commerciales, par le biais d'enquêtes réalisées auprès de vos clients, des demandes de commentaires et des expériences partagées publiquement.

Les entreprises qui recueillent et analysent les données relatives aux clients, qui tiennent compte de leurs commentaires et qui comprennent vraiment leurs points faibles sont les mieux à même d'engager les

Accélérer les temps de réponse

En apportant des réponses rapides et précises aux problèmes et aux questions des clients 24h/24 et 7j/7, vous leur montrez qu'à vos yeux, ils sont importants. Lorsque ces réponses comprennent des informations qui reflètent la connaissance de détails personnels, l'historique des échanges, les préférences du client et des renseignements spécifiques au problème posé, l'importance et la valeur du client pour l'entreprise sont amplifiées.

Pour un impact maximal, vous devez accélérer les interactions simples et routinières - en particulier celles qui prennent place en dehors des heures de travail normales - différemment des interactions complexes et celles avec les clients les plus importants.

Proposez un contact humain

L'automatisation vous permet de communiquer plus efficacement avec un plus grand nombre de clients à moindre coût. Cependant, quelle que soit l'intelligence des communications automatisées, ces dernières doivent être équilibrées par le contact humain demandé par les clients, et dont ils ont parfois besoin, pour obtenir les informations qu'ils souhaitent.

Presque tout le monde a ressenti de la frustration lorsque les systèmes automatisés fournissaient des réponses inadéquates et qu'il était impossible d'entrer en contact avec un être humain. Lorsque vous proposez une variété de points de contact automatisés et humains, la conversation peut être rapidement transmise à une personne lorsqu'il devient évident que les réponses automatisées ne sont pas suffisantes. Le représentant de l'entreprise peut alors combiner les informations provenant de l'échange en temps réel et des systèmes de l'entreprise pour personnaliser davantage l'interaction, et accélérer les réponses afin de les rendre plus contextuelles.

Le contact humain est souvent le meilleur point de départ pour les questions des clients ou les situations complexes, ainsi que pour les interactions avec les clients à forte valeur ajoutée. Les clients reconnaissent immédiatement qu'ils sont importants pour vous, et vous pouvez éliminer le risque de frustration lié aux réponses automatisées.

Tenez compte de l'aspect interne de votre stratégie d'expérience client

Lorsque vous élaborez votre stratégie d'amélioration de l'expérience client, vous devez également réfléchir à la manière dont vous la renforcerez en interne, maintiendront le niveau de prestation de services visé et continueront à améliorer l'expérience client au fil du temps. Toute stratégie d'expérience client doit inclure des mesures visant à :

- Partagez la stratégie d'amélioration de la satisfaction client dans l'ensemble de votre organisation et veillez à ce qu'elle soit comprise, acceptée et suivie par tous les employés
- Répondez aux périodes de forte demande de service à la clientèle sans recourir à des ressources temporaires qui ne sont pas aussi au fait de ou moins impliqués dans votre expérience client.
- Restez informés sur les dernières tendances en matière d'expérience client et choisissez où investir les ressources afin de maintenir une expérience différenciée.



Eberhardt personnalise son service client et améliore ses relations avec ses clients

Distributeur centenaire d'appareils ménagers et professionnels en France, Eberhardt utilise son solution de centre de contact omnicanal sous un modèle d'abonnement afin de grouper tous les points de contact client, de centraliser les informations de manière efficace afin d'offrir aux clients une expérience plus authentiques et personnalisées.

Tout connecter pour offrir une expérience client hors du commun

Pour offrir les interactions personnalisées et opportunes que les clients recherchent, vous devez regarder au-delà des chatbots, des assistants vocaux, des centres de contact et des autres technologies avec lesquelles les clients s'interfaçent. Car malgré l'importance de ces technologies, elles ne suffisent pas pour offrir une expérience exceptionnelle.

Les technologies avec lesquelles les clients sont en contact s'appuient sur des connexions « en coulisses » entre les personnes, les objets et les applications pour fournir les bonnes informations au bon moment. Si ces connexions ne sont pas en place, les interactions avec les clients restent génériques, les informations peuvent être non pertinentes ou obsolètes, et les explications importantes peuvent être lentes à arriver.

Seules les entreprises disposant d'une infrastructure de réseau sécurisée et fiable peuvent garantir que les personnes et les systèmes qui influencent la perception qu'ont les clients de l'entreprise disposent d'un accès permanent à des informations en temps réel. Le réseau est la base qui relie tout et tout le monde afin que votre entreprise puisse accélérer les processus, collecter et analyser les données des clients et fournir des interactions cohérentes et personnalisées à travers de multiples canaux.

Chaque technologie sélectionnée doit contribuer à votre stratégie de l'expérience client et à son succès de manière mesurable.

Concentrez-vous sur sept technologies clés afin d'améliorer l'expérience client

Bien qu'il n'y ait pas d'approche unique pour choisir les technologies d'amélioration de l'expérience client, il en existe sept qui sont essentielles pour offrir une expérience différenciée dans n'importe quel secteur d'activité :

- 1. Les communications omnicanal** permettent aux clients d'interagir avec votre entreprise de la manière qui leur convient le mieux, et ce dans n'importe quelle situation, qu'ils recherchent une assistance en temps réel ou qu'ils aient une demande ou une question moins urgente. Pour être en mesure de répondre aux préférences des clients en matière de canaux de communication et d'appareils, les entreprises doivent prendre en charge les communications vocales, vidéo, par courrier électronique, par chat, par SMS et par les réseaux sociaux.
- 2. L'analyse des données** vous permet de collecter et d'analyser les données relatives aux clients afin de mieux connaître leurs comportements et leurs préférences. Vous pouvez ensuite utiliser ces informations pour vous assurer que chaque conversation est pertinente et adaptée à la situation unique du client, afin d'accroître la satisfaction et la fidélité de ce dernier.
- 3. L'automatisation** pour les tâches routinières liées à la clientèle permet aux employés de se concentrer sur des situations plus difficiles et sur les interactions avec les clients les plus exigeants. Vous pouvez ainsi améliorer les temps de réponse et travailler plus efficacement pour traiter tous les types de besoins de vos clients.
- 4. L'intelligence artificielle et l'apprentissage automatique** apportent une nouvelle approche aux interactions client automatisées et permettent aux entreprises d'offrir des options de libre-service entièrement personnalisées. Vous pouvez créer des assistants vocaux et des chatbots sophistiqués capables de gérer des conversations plus impliquées avec les clients et de proposer des recommandations et des interactions personnalisées 24h/24, 7j/7, afin d'accélérer les temps de réponse et d'améliorer leur satisfaction.



[Les Hôpitaux Universitaires de Strasbourg](#) étaient à la recherche d'une amélioration de leur infrastructure réseau permettant d'accéder aux technologies de pointe utilisant un volume important de données et exigeant un réseau de haute puissance. Une infrastructure hautement évolutive, fiable et disponible, 20% plus économique, constitue une base solide et innovante pour déployer de nouveaux usages médicaux : zéro papier, accès en mobilité aux outils nécessaires aux soignants.

5. Les technologies IoT vous permettent de mettre en œuvre des capacités qui améliorent l'expérience en personne.

Notamment, dans les domaines suivants :

- L'hôtellerie : les solutions IoT peuvent servir à automatiser les serrures des portes afin de simplifier l'entrée dans les chambres et d'optimiser la température et l'éclairage dans l'ensemble de l'établissement pour un confort personnel maximal
- La santé : les solutions IoT aident le personnel à localiser rapidement le matériel médical afin d'accélérer les soins prodigués aux patients et d'améliorer les résultats
- Les transports : les solutions IoT prennent en charge la collecte automatisée des paiements et les mises à jour des horaires en temps réel pour aider les passagers à profiter d'une expérience de voyage plus sûre et plus efficace
- L'éducation : les solutions IoT permettent de nouveaux mécanismes de sûreté et de sécurité qui aident les étudiants et le personnel à se sentir protégés et en confiance lorsqu'ils se trouvent sur le campus

6. La qualité du Wi-Fi est également essentielle pour améliorer l'expérience des clients en personne. Dans notre monde toujours connecté, avoir accès à une connectivité sans fil rapide et fiable est attendu en tout lieu, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur. Lorsque les clients peuvent continuer à communiquer, à travailler, à planifier leur vie et à se divertir en toute transparence pendant qu'ils sont dans vos locaux, ils sont moins susceptibles de partir prématurément ou de partager leur expérience frustrante avec d'autres.

7. Les systèmes de gestion de la relation client (CRM) vous permettent de suivre les interactions avec les clients, d'obtenir des informations sur leur comportement et de personnaliser les interactions. Vous pouvez alors utiliser ces informations et ces données pour gérer plus efficacement les communications avec les clients et renforcer leurs relations.

Liez les décisions technologiques à vos besoins

Outre la fourniture des capacités nécessaires pour soutenir votre stratégie en matière d'expérience client, les technologies doivent également répondre à une série d'exigences commerciales plus larges, notamment :

Le coût et retour sur investissement (RSI) : au-delà du prix d'achat initial, évaluez le coût total de possession (TCO) associé au déploiement, au support et à la maintenance des nouvelles technologies, aujourd'hui et dans la durée, afin de confirmer le calendrier du retour sur investissement. Demandez aux fournisseurs de technologies de préciser exactement les éléments inclus dans le prix d'achat - formation, licences, mises à jour, services de maintenance et de support - afin de vous assurer qu'il n'y a pas de coûts imprévus.

L'intégration : veillez à ce que les nouvelles technologies s'intègrent de manière transparente aux systèmes et aux processus existants afin de réduire la complexité et les coûts de déploiement et de permettre une expérience client de qualité constante sur tous les canaux - automatisés et non automatisés, en temps réel et en temps différé.

L'évolutivité et la flexibilité : choisissez des technologies qui évolueront avec l'entreprise de manière fluide et rentable au fur et à mesure qu'elle se développe et s'adapte pour répondre aux demandes croissantes et changeantes des clients. Dans le cas contraire, la solution pourrait devoir être remplacée avant que vous n'obteniez un retour sur investissement.

La disponibilité et la fiabilité : demandez des données sur la disponibilité et la fiabilité pour vous assurer que l'entreprise peut compter sur la solution pour répondre aux attentes des clients à tout moment.

La sécurité : obtenez une liste complète des normes de sécurité et de l'industrie et des bonnes pratiques mises en œuvre par chaque solution technologique, qui prouvent qu'elle a été conçue au départ pour prévenir, protéger et atténuer les effets des activités non autorisées.

La conformité : vérifiez que les technologies sont conformes aux lois et réglementations pertinentes en matière de confidentialité des données, telles que le Règlement général sur la protection des données (RGPD).

La facilité d'utilisation : testez la facilité d'utilisation de la solution auprès des employés et des clients pour vous assurer qu'elle offre une expérience positive et qu'elle ne nécessite qu'une formation minimale afin d'encourager son utilisation généralisée et de maintenir les coûts à un niveau bas.

Simplifier votre parcours grâce à un partenaire technologique expert

Un partenaire technologique expert et expérimenté vous aidera à choisir, à mettre en œuvre et à soutenir les technologies qui soutiennent le mieux votre stratégie d'expérience client.

Alcatel-Lucent Enterprise fournit tous les services et solutions technologiques dont les entreprises ont besoin pour offrir une expérience client exceptionnelle aujourd'hui et la flexibilité nécessaire pour s'adapter à l'évolution et à la croissance de l'entreprise. Nous proposons :

- Une gamme complète de services pour soutenir chaque étape du parcours d'amélioration, notamment des services de conseil, de personnalisation, de mise en œuvre, d'optimisation, de formation et de support
- La base technologique sûre et fiable et les applications nécessaires pour relier les personnes, les objets et les applications par des communications en temps réel. Grâce à nos solutions, les bonnes informations parviennent aux bonnes personnes, de la bonne manière et au bon moment, ce qui accélère la réactivité et permet d'atteindre de nouveaux niveaux de personnalisation
- Les API permettent aux entreprises d'interconnecter nos solutions technologiques et d'intégrer des communications en temps réel avec les équipements et les applications d'autres fournisseurs, ainsi qu'avec les systèmes de gestion de la relation client (CRM) et les systèmes commerciaux utilisés pour gérer les données des clients

Appuyez-vous sur des décennies d'expérience pour davantage de tranquillité

En tant que leader dans le secteur des communications depuis plus de 100 ans, nous avons aidé des milliers d'organisations à faire en sorte que leur expérience client se démarque de la concurrence :



[La California State University](#) aux États-Unis. L'université utilise nos solutions de réseau pour fournir de nouveaux services qui encouragent l'innovation et éliminent les obstacles à la réussite afin d'augmenter les taux d'obtention de diplômes et d'éliminer les écarts en matière d'opportunités et de réussite. L'efficacité des infrastructures a permis à l'université d'économiser plus de 100 millions de dollars.



[La Fertilys Clinic](#) au Canada. Les spécialistes de la santé reproductive utilisent nos solutions de communication pour traiter de manière transparente les appels des patients et fournir une assistance téléphonique réactive et cohérente sur l'ensemble des sites.



[China Eastern Airlines](#) en Chine. La compagnie aérienne utilise nos solutions de communication et de centre de contact pour améliorer la satisfaction et la fidélité des passagers et a réduit ses coûts de communication internationale de 50 %.



[L'Astra Hotel Vevey](#) en Suisse. Cet hôtel familial quatre étoiles utilise nos solutions Wi-Fi pour fournir une connectivité sans fil à haut débit sécurisée et fiable dans l'ensemble de l'hôtel, afin que les clients ne soient jamais déçus.



[La municipalité de Hokkaido](#) au Japon. La municipalité utilise notre solution de communication basée sur le cloud pour fournir une gamme de communications audio et vidéo, des services de notification et d'alerte afin de mieux servir les résidents de 11 villes et villages.



[Le Transit Wireless](#) aux États-Unis. L'entreprise de télécommunications utilise nos solutions de réseau autonome pour fournir à des centaines de milliers de passagers du métro de New York une connectivité Wi-Fi gratuite dans quatre arrondissements de la ville et 276 stations de métro.



[La Banner Bank soutient une croissance rapide tout en offrant un service à la clientèle irréprochable.](#)

Alcatel-Lucent Enterprise propose des solutions de pointe et faciles à utiliser. Les appelants de n'importe quelle succursale peuvent facilement entrer en contact avec un agent en direct, les employés peuvent gérer et acheminer les appels en fonction de besoins spécifiques, les coûts d'exploitation et de maintenance sont moins élevés, et nous pouvons facilement étendre et mettre à niveau le réseau afin de prendre en charge les changements opérationnels quotidiens.

—Jeff Reynolds, vice-président adjoint, ingénieur télécom IV, Banner Bank

En savoir plus

Pour découvrir comment nous pouvons aider votre organisation à offrir une expérience client exceptionnelle, [visitez notre site web](#) ou [contactez-nous](#) dès aujourd'hui.