

20 MEILLEURES PRATIQUES POUR LE SERVICE CLIENT



INTRODUCTION

Il est plus simple pour des départements de service client de continuer à faire ce qu'ils ont toujours fait. Les notes CSAT et les coûts généraux sont les mêmes, alors pourquoi changer ? Cet état d'esprit néglige le fait qu'aujourd'hui le grand public dispose de plusieurs options pour contacter une entreprise afin d'obtenir un support. Nous croyons fermement que la clé est de remettre le « client » au centre du « service client ».

Suite au feedback reçu de nos clients, nos experts produits et des leaders d'opinion, nous avons élaboré 20 meilleures pratiques pour le service client, dont cinq sont consacrées à un service client de haute volée sur tous les canaux, cinq se caractérisent par les bonnes relations avec les clients et 10 se concentrent sur la mise en place d'une équipe hors pair.

20 MEILLEURES PRATIQUES POUR OFFRIR UN SERVICE CLIENT D'EXCEPTION

SERVICE CLIENT DE HAUTE VOLÉE SUR TOUS LES CANAUX

- 1 | Apprenez à connaître vos clients sur tous les canaux
- 2 | Utilisez les informations offertes par vos clients
- 3 | Utilisez les canaux préférés de vos clients
- 4 | Passez au service client mobile
- 5 | Formez vos agents sur tous les canaux

TRAITEZ VOS CLIENTS COMME DES AMIS

- 6 | Partagez des informations utiles
- 7 | Soyez vrais !
- 8 | Transformez des difficultés en solutions
- 9 | N'oubliez pas les réglementations lorsque vous ajoutez des canaux de support
- 10 | Utilisez les experts

MONTEZ VOTRE ÉQUIPE

- 11 | Commencez par l'entretien
- 12 | Recrutez quelqu'un d'adapté à la culture d'entreprise
- 13 | Voyez plus loin
- 14 | Implémentez la gamification
- 15 | Utilisez différents canaux pour réduire la monotonie
- 16 | Plus de souplesse dans les horaires
- 17 | Concevez une fonction qui a du sens
- 18 | Récompense, récompense, récompense
- 19 | Faites-leur parvenir régulièrement des feedback et des félicitations
- 20 | Offrez des opportunités d'évolution de carrière



1

APPRENEZ À CONNAÎTRE VOS CLIENTS SUR TOUS LES CANAUX

Les clients sont souvent moins satisfaits lorsque les entreprises les obligent à utiliser différents canaux pour résoudre leurs problèmes de support. Vérifiez que vos agents les connaissent bien, y compris leurs besoins, leur historique avec l'entreprise, leurs canaux d'interaction préférés, etc. Ainsi, si un client commence une conversation par e-mail, il n'aura pas à recommencer s'il passe au téléphone ou à la messagerie instantanée.

2

UTILISEZ LES INFORMATIONS OFFERTES PAR VOS CLIENTS

Utilisez votre centre d'appels comme point de rassemblement des plaintes, commentaires et suggestions produits. Votre équipe doit centraliser toutes les données d'un client à un seul emplacement, pour les rendre accessibles à toute personne impliquée dans le service client.



3

UTILISEZ LES CANAUX PRÉFÉRÉS DE VOS CLIENTS

Lorsque vous rencontrez un nouveau client, demandez-lui quels canaux il souhaite utiliser en matière d'assistance du service client. Dans le cadre de votre processus d'intégration ou de votre appel d'accueil, faites en sorte que vos agents demandent aux clients leur canal préféré pour répondre à des problèmes de service client. Si une part de votre intégration inclut un e-mail de bienvenue, incluez les trucs et astuces pratiques de votre équipe de service client en matière de canaux de contacts. Ajoutez également des appels à l'action dans vos documents marketing demandant à vos clients de vous contacter selon leur méthode préférée. Assurez le suivi de ces informations. Vous pourrez être amené à découvrir de nouvelles méthodes d'interaction ou vous rendre compte qu'un canal est couramment utilisé : il faudra donc concentrer plus de personnel dans ce domaine.

4

PASSEZ AU SERVICE CLIENT MOBILE

Les options mobiles, telles que les textos, ne font pas partie des principaux canaux pour la plupart des centres d'appels, mais les entreprises doivent commencer à les considérer comme une option de service client. La technologie mobile offre une plateforme toujours à portée du client et une sensation de personnalisation. Votre centre de service client envisage-t-il d'autres options d'interactions avec vos clients, telles que les téléphones portables ou autres ?

5

FORMEZ VOS AGENTS SUR TOUS LES CANAUX

Vos agents ne maîtriseront pas tous les canaux en un clin d'œil. À mesure que vous ajoutez des canaux de service client, les agents de votre support client doivent être formés pour les utiliser efficacement.

Pour pourvoir en personnel différents canaux, vous devez trouver les forces cachées de vos agents existants. Regardez les expériences passées des membres de votre équipe et demandez-leur des exemples d'écrits pour trouver les rédacteurs les plus compétents. Assurez-vous qu'ils sont formés et prêts à répondre à vos clients sur les canaux qui nécessitent des réponses écrites, comme les e-mails.

6

PARTAGEZ DES INFORMATIONS UTILES

Pour vraiment faire participer vos clients, aidez-les à devenir des sources de connaissances. Des informations utiles, comme une publication sur un blog, un séminaire en ligne ou un livre blanc, aideront non seulement à résoudre les problèmes de vos clients, mais elles pourront également leur permettre de les partager avec d'autres.

Pour offrir de solides informations, le dialogue entre l'entreprise et ses clients doit être permanent pour être sûr de l'utilité, du partage et de la pertinence des informations afin de répondre aux besoins et défis de vos clients. En offrant régulièrement à vos clients les ressources dont ils ont besoin, vous améliorerez leur confiance pour établir une collaboration durable.



7

SOYEZ VRAIS !

Assurez-vous que les équipes de votre service client sont sincères et qu'elles encouragent un ton ouvert et franc chez les clients. Si ces derniers se sentent à l'aise, ils parleront honnêtement, ce qui vous aidera à résoudre les problèmes plus rapidement.

8

TRANSFORMEZ DES DIFFICULTÉS EN SOLUTIONS

Malheureusement, presque toutes les entreprises doivent faire face à des clients qui aiment se plaindre. Le service client leur offre l'opportunité de se lâcher. Rappelez-vous que cela peut se révéler productif, en aidant les clients actuels ainsi que les équipes produits à comprendre les fonctionnalités et limites des produits. Vérifiez que votre équipe considère chaque plainte comme une opportunité pour améliorer votre entreprise.

9

N'oubliez pas les réglementations lorsque vous ajoutez des canaux de support

Vérifiez que les réglementations sectorielles sont bien suivies pour chaque interaction avec les clients. Par exemple, votre centre d'appels souhaite ajouter une option de messagerie instantanée pour collecter des informations de cartes de crédit des clients. Il est alors indispensable de vérifier que cette nouvelle option et que vos procédures respectent toujours les réglementations de la norme PCIDSS.

Ce type d'exigence est obligatoire pour toute entreprise impliquée dans le traitement des paiements par carte de crédit. Assurez-vous que les politiques de l'entreprise sont bien établies et respectées. Implémentez des solutions de gestion de la qualité qui respectent les normes du métier.

10

UTILISEZ LES EXPERTS

Encouragez vos agents à collaborer directement avec les experts externes de votre secteur. Choisissez des experts qui adorent vos produits, très impliqués et prêts à aider les autres à tirer le meilleur parti de vos offres pour améliorer encore la satisfaction des clients.

11

COMMENCEZ PAR L'ENTRETIEN

Au cours d'une session lors de l'événement 2013 Call Center Week, Kimberly Warrick, Client Services Manager chez NJ Shares a remarqué que la motivation d'un agent doit être prise en compte dès le premier entretien. À ce moment-là, votre agent potentiel est juste en face de vous, prêt à répondre à toutes vos questions. C'est le moment de savoir ce qui le motive. Avant même qu'il ne mette son casque, vous avez l'opportunité de savoir ce qui maintiendra la motivation de ce membre potentiel de l'équipe. Il suffit de lui demander !

12

RECRUTEZ QUELQU'UN D'ADAPTÉ À LA CULTURE D'ENTREPRISE

De nombreux agents ont le savoir, mais ils sont moins nombreux à avoir le savoir-être. L'adaptation à la culture d'entreprise doit être un critère primordial lors du recrutement. Parfois, cela peut valoir la peine d'attendre un peu plus longtemps pour trouver la personne adéquate pour un poste au service client que de se précipiter pour pourvoir un poste vacant. Les coûts à long terme engendrés par le recrutement de la mauvaise personne peuvent être beaucoup plus élevés que de les laisser vacants. La diminution des départs commence par le recrutement des bonnes personnes dès le début.

13

VOYEZ PLUS LOIN

Pour de nombreux employés, aujourd'hui, c'est la carrière d'abord et l'entreprise, en second plan. La génération des années 2000 est particulièrement ambitieuse et en tant que recrues potentiels, ces jeunes savent déjà pendant leur formation s'ils travailleront longtemps dans votre centre. Le taux de départs chez Telus International a diminué via des initiatives telles que Telus University, qui permet aux employés d'obtenir des crédits dans des matières comme les sciences humaines et le commerce tout en travaillant dans l'entreprise. L'entreprise investit dans le développement des membres de leurs équipes de support client, au-delà du simple rôle de support client.

IMPLÉMENTEZ LA GAMIFICATION

Un buzz entoure le concept de gamification dans le secteur des ventes, mais les mêmes tactiques peuvent également s'appliquer aux centres d'appels. Si les objectifs peuvent être différents entre les équipes de vente et celles de service client, les techniques de motivation peuvent être les mêmes. En introduisant des concours en temps réels, les chargés d'affaires interagissent avec leurs collègues, ce qui renforce la culture d'entreprise et améliore le moral du centre d'appels.

La gamification apporte un élément de divertissement dans un travail souvent monotone et améliore la satisfaction des employés. Créez un concours ! Les agents ayant le plus grand nombre d'appels résolus sans suivi nécessaire reçoivent une récompense, telle que deux billets pour un match de votre équipe sportive locale.

15

UTILISEZ DIFFÉRENTS CANAUX POUR RÉDUIRE LA MONOTONIE

En ajoutant de nouveaux canaux de services pour vos clients, vous n'offrez pas seulement de nouvelles options à vos clients d'interagir avec votre entreprise. Les agents en bénéficient également, en acquérant et utilisant des compétences supplémentaires qui peuvent améliorer leur curriculum vitae tout en rompant la monotonie de leur journée. Nombreux sont ceux qui seront heureux de changer de rythme et de passer des appels téléphoniques à la réponse aux e-mails et aux messages des réseaux sociaux. Pensez à ajouter des primes qui permettent de couvrir différents canaux si des objectifs spécifiques sont atteints.

PLUS DE SOUPLESSE DANS LES HORAIRES

Aujourd'hui, la plupart des agents de centres d'appels sont à temps partiel. Ils ont peut-être un second travail et auront besoin d'horaires variables. C'est également le cas des agents travaillant à domicile, qui sont souvent des parents. Ils auront souvent à faire face à des événements soudains et imprévus, qui les obligeront à annuler ou échanger leurs horaires. Soyez aussi souple que votre business le permet. Faites un effort pour rendre les échanges d'horaires aussi rapides et simples que possible.

Pensez à utiliser vos réseaux sociaux internes pour créer un espace commun où vos agents pourront échanger leurs horaires. Faites leur confiance pour ne faire d'échanges qu'entre agents de mêmes compétences et réduisez l'implication du management dans ce processus au minimum. Une entreprise capable de reconnaître que ses agents ont besoin de cette souplesse de leurs horaires de travail et dont l'équipe de direction fait suffisamment confiance à ses employés pour faciliter les échanges d'horaires est une entreprise qui saura attirer et garder un pourcentage plus élevé de son équipe.

CONCEVEZ UNE FONCTION QUI A DU SENS

Marc Bernica, VP chez Bright Horizons Family Solutions, remarque l'importance de concevoir des fonctions qui rendent les employés fiers de leur travail. Pour ce faire, il recommande de poser trois questions à vos agents :

- Comment ce rôle contribue-t-il à notre réussite ?
- Comment aidez-vous les gens ?
- Quelle tâche réussissez-vous mieux que les autres ?

Lorsque vos agents de service client répondent à la question : que fais-tu dans la vie, répondent-ils qu'ils sont agents de service client ? Qu'ils « sont toute la journée au téléphone » ? Ou est-ce qu'ils disent « J'aide les gens à _____ ». » La dernière formule est bien sûr la réponse idéale. Vos employés doivent savoir qu'ils font une réelle différence pour vos clients, et qu'ils ne sont pas juste un ensemble de mesures et de chiffres.

18

RÉCOMPENSE, RÉCOMPENSE, RÉCOMPENSE

Cela peut paraître évident, mais il faut l'intégrer. Récompensez vos employés pour un travail bien fait et assurez-vous que ces récompenses soient utilisables hors de l'entreprise. L'équilibre entre vie professionnelle et vie privée est important pour vos employés. Si possible, faites donc en sorte que vos initiatives de récompenses aident vos agents à mieux utiliser leur temps hors du centre d'appels. Que ce soit des billets d'entrée à des événements locaux ou des cartes-cadeaux, assurez-vous que vos récompenses reconnaissent que votre équipe a une vie en dehors du travail et que vous êtes heureux de participer à rendre cette vie plus intéressante.

19

FAITES-LEUR PARVENIR RÉGULIÈREMENT DES FEEDBACK ET DES FÉLICITATIONS

Il n'est pas toujours nécessaire de dépenser de l'argent pour des récompenses tangibles pour que votre équipe soit motivée. Bien souvent, un e-mail rapide ou un message sur le réseau social interne de la part d'un superviseur mentionnant le travail bien fait d'un membre de l'équipe est aussi efficace qu'un chèque-cadeau. Tom Dalton, Relationship Coordinator Manager chez HealthFirst, s'efforce d'envoyer autant d'e-mails de félicitations par semaine que possible. Si un agent atteint un objectif spécifique, comme réduire le temps de traitement moyen d'un appel, Tom envoie un rapide e-mail pour lui dire qu'il a remarqué et apprécié son excellent travail. Continuez à féliciter les réussites, même marginales, car même le plus petit commentaire peut illuminer la journée d'un agent qui doit gérer une journée par ailleurs stressante.

OFFREZ DES OPPORTUNITÉS D'ÉVOLUTION DE CARRIÈRE

L'absence de perspective de carrière est souvent l'une des principales raisons de démissions. Les agents de support expérimentés et très performants ont souvent l'impression d'être limités dans un centre d'appels. Offrez-leur la possibilité de tester de nouveaux rôles, même s'ils ne sont que temporaires. Pour ce faire, utilisez les programmes de « shadowing », en suivant un employé pendant une journée.

Si vous proposez des offres de formation, vos agents peuvent rapidement développer des savoirs et compétences qui seraient utiles dans d'autres services de votre entreprise, tels que la formation, les ventes ou le marketing. Assurez-vous de bien suivre vos meilleurs employés, apprenez leur ressenti et découvrez leur degré de motivation pour leur rôle actuel. Sont-ils intéressés par un poste de management ?

CONCLUSION

Comment appliquer les meilleures pratiques décrites dans ce document à votre entreprise ? Il suffit de s'engager à mettre vos clients réellement au cœur de votre activité par une déclaration de mission recentrant votre stratégie sur vos clients et leur satisfaction. Assurez-vous également que vous disposez d'une équipe de support client habilitée, dans laquelle les agents ont des responsabilités et sentent qu'ils contribuent réellement au bon fonctionnement de l'entreprise. Cela se traduira invariablement par une augmentation de la satisfaction et de la fidélité des clients.



SOLUTIONS DE SERVICE CLIENT POUR OPTIMISER LA PRODUCTIVITÉ DE VOTRE ENTREPRISE

Le monde change. Les clients exigent un service client toujours meilleur, via tous les canaux imaginables. C'est pourquoi de nombreuses entreprises se tournent vers le logiciel en tant que service de salesforce.com pour leur stratégie de centre d'appels CRM et de gestion de leur support technique.

Voir la démo

Essai gratuit

Nous contacter

CONNECTEZ AGENTS ET CLIENTS
AVEC SALESFORCE



+48 %
de productivité
des agents



VENTES. SERVICE. MARKETING. RÉUSSIR.

Suivez salesforce.com et restez au fait des dernières opinions de leaders du secteur :

 [Blog](#)

 [Facebook](#)

 [Twitter](#)

 [LinkedIn](#)