



*NPS,
ON BOARDING PROCESS,
CUSTOMER SUCCESS MANAGER*

Le mini guide de l'Expérience Client
73 astuces pour optimiser votre Service Client !

Bonjour,

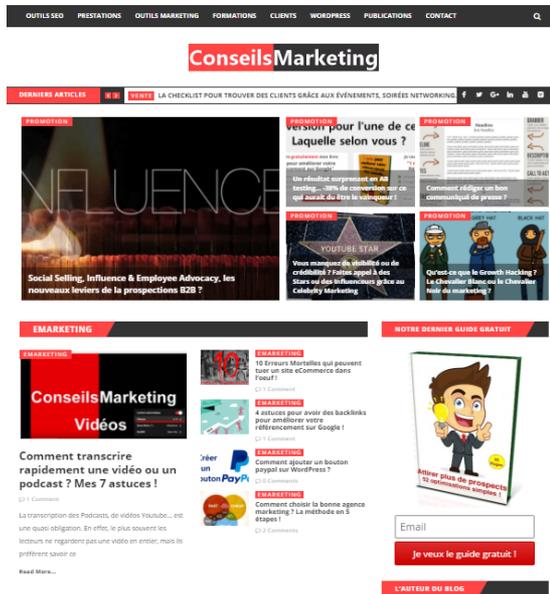
J'ai rassemblé dans ce mini guide 47 conseils simples pour améliorer dès demain l'expérience client dans votre entreprise.

Pour rendre la lecture de ce guide plus ludique, j'ai fait réaliser une illustration de ce conseil.

Bonne lecture,

Frédéric CANEVET

Blogueur sur ConseilsMarketing.com & Product Manager chez Eloquent.com



The screenshot shows the homepage of the website 'ConseilsMarketing'. At the top, there is a navigation menu with links: Outils SEO, Prestations, Outils Marketing, Formations, Clients, WordPress, Publications, and Contact. Below the menu is a search bar and the site logo. The main content area features several article teasers with images and titles, such as 'LA CHECKLIST POUR TROUVER DES CLIENTS GRÂCE AUX ÉVÉNEMENTS, TOIRES NETWORKING', 'INFLUENCE', 'YOUTUBE STAR', and 'Comment transcrire rapidement une vidéo ou un podcast? Mes 7 astuces!'. There is also a section for 'NOTRE DERNIER GUIDE GRATUIT' with a cartoon illustration of a man holding a lightbulb. At the bottom, there is an email subscription form with the text 'Je veux le guide gratuit!' and 'L'AUTEUR DU BLOG'.





Parfois il faut savoir prendre le temps de remettre en cause son organisation et ses outils actuels pour changer radicalement la situation...

Astuce 1 : Un nouveau client est précieux ne le décevez pas !



(c) ConseilsMarketing.com



Acquérir un nouveau client est précieux... Ne gâchez pas tout en négligeant la phase d'accueil, de première utilisation... en analysant les "moments de vérité" et en mettant en place un on boarding process (accueil des nouveaux clients).

Astuce 2 : Un client est une personne, pas un simple numéro



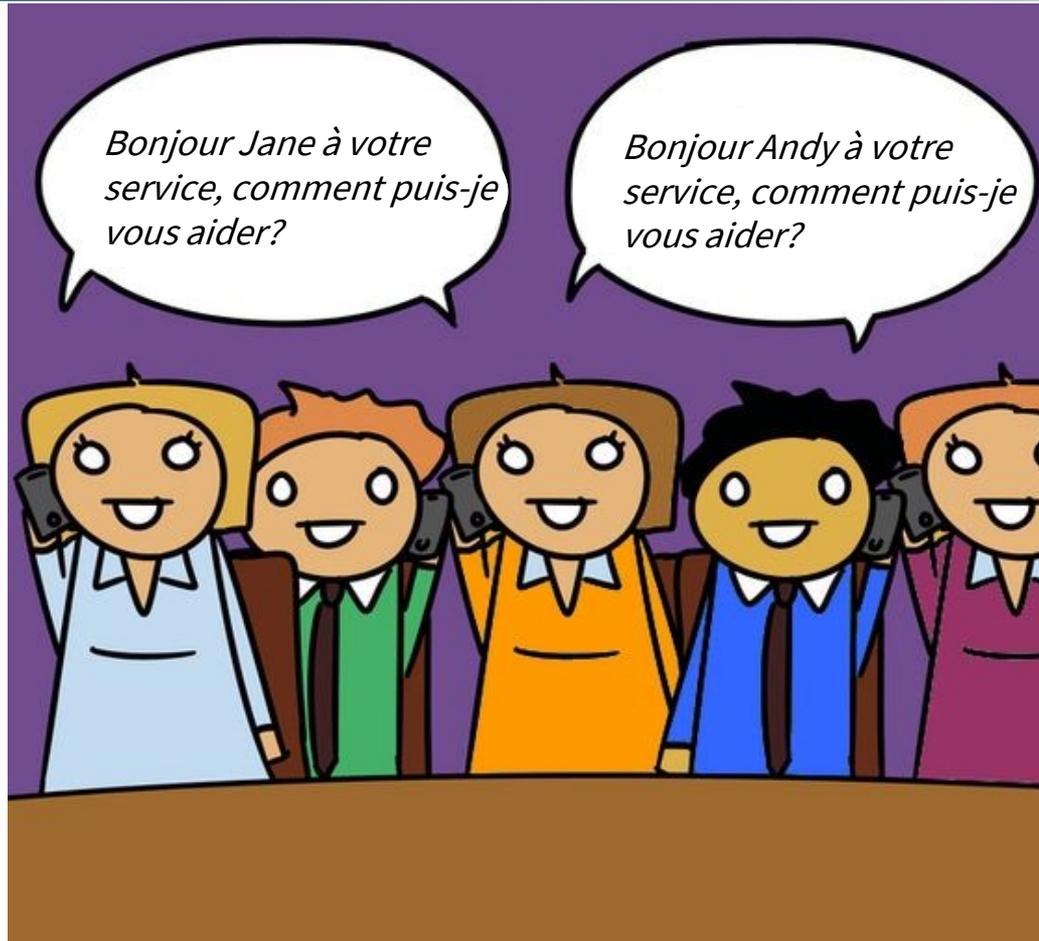
Personnalisez vos communications avec le prénom et/ou le nom du client, cela permet de construire une relation personnelle avec le client, et lui faire sentir qu'il n'est pas juste un numéro client.

Astuce 3: Traitez correctement vos collaborateurs, cela transparait à l'extérieur



Traitez vos employés comme vous souhaitez que vos clients soient traités. Ce qui se passe au sein d'une entreprise se sent à l'extérieur par le client. Si vous traitez mal vos employés, ils traiteront mal les clients

Astuce 4 : Humanisez et responsabilisez le Service Client



Ne vous cachez pas derrière une armée des ombres dans votre service client... Donnez toujours des emails et des noms personnels, de sorte que vos opérateurs soient de «vrais personnes» et pas des inconnus sans responsabilité.

Astuce 5: Laissez un petit mot écrit pour vous excuser ou pour remercier un client



(c) ConseilsMarketing.com



Humanisez votre communication, et n'hésitez pas à envoyer un mot manuscrit avec un petit cadeau pour un effet « whaou » assuré si tout va bien, et un vrai plus pour votre image s'il y a eu un problème.

Astuce 6: Pensez à la satisfaction du client avant de rationaliser votre service client



Ne soyez pas obsédé par le temps passé par client au téléphone pour la résolution d'un problème, le plus important est que le client soit satisfait !

Astuce 7: Faites toujours ce que vous dites...



Faites toujours ce que vous dites et ce que vous allez faire. Si vous dites que vous allez rappeler un client dans 5 minutes, ne le faites pas dans dix minutes !

Astuce 8: Votre attitude au telephone est aussi importante que vos paroles



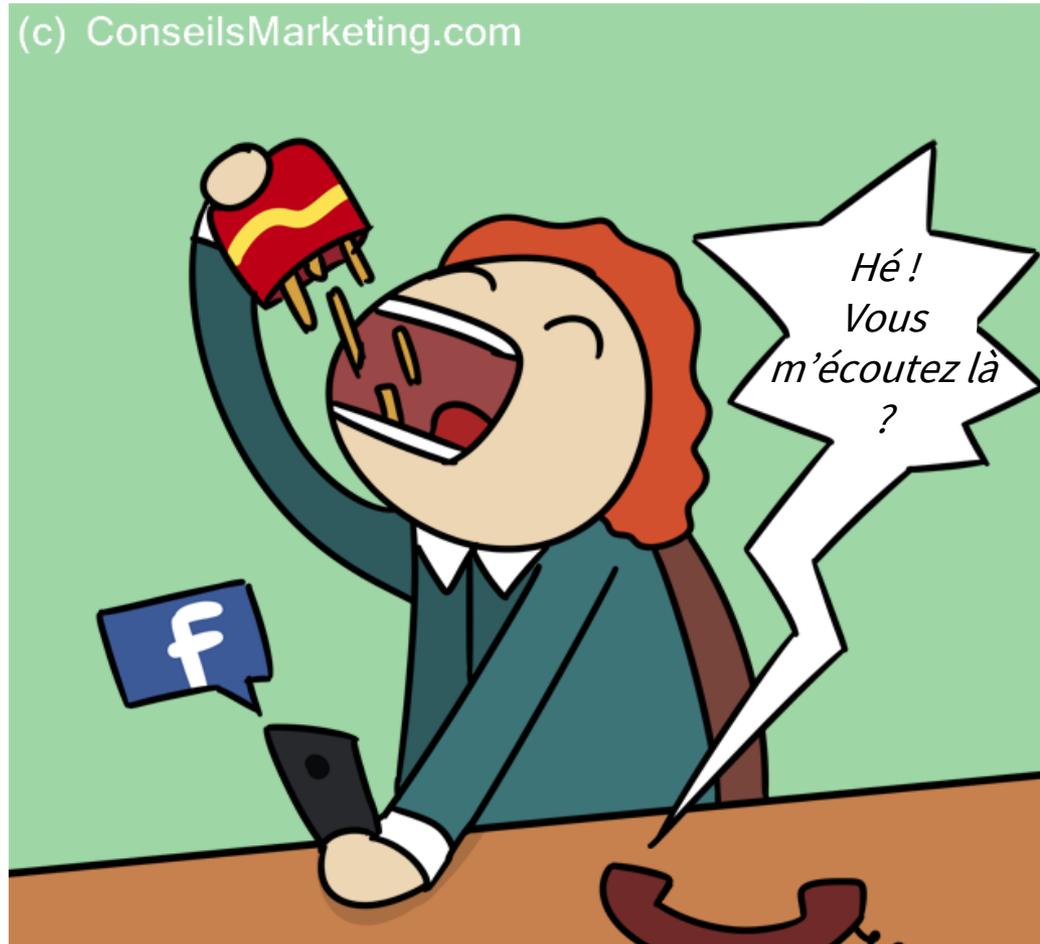
(c) ConseilsMarketing.com



Souriez et soyez positif quand vous êtes au téléphone, cela fait vraiment une énorme différence. Si vous êtes en colère ou agacé, un client va le ressentir tout de suite.

Astuce 9: Etre 100% à l'écoute du client

(c) ConseilsMarketing.com



Ne faites pas autre chose pendant un échange avec un client, vous ne devez pas être sur Facebook, à faire autre chose (manger un chewing-gum..). Vous devez être 100% en écoute active avec le client en prenant soin d'avoir de l'empathie sur ce qu'il dit.

Astuce 10: L'appel est le plus efficace que l'envoi d'un mail



(c) ConseilsMarketing.com



Le mail, le recommandé... c'est bien pour laisser une trace écrite... mais appeler un client est beaucoup mieux pour les sujets sensibles. Ne vous cachez pas derrière votre boîte email, appelez un client fait la différence !

Astuce 11: Robotiser n'est pas toujours une bonne idée, en particulier sur les Media Sociaux



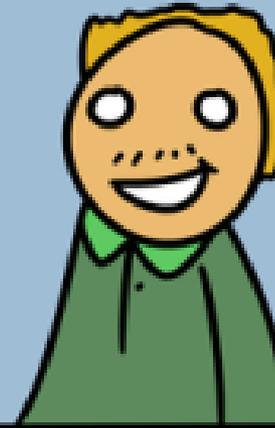
Les Media Sociaux bien gérés

(c) ConseilsMarketing.com

salut! Je
m'appelle
Tom



Bonjour Tom! Ravi
de vous rencontrer.
Comment allez-vous,
comment puis-je
vous aider?

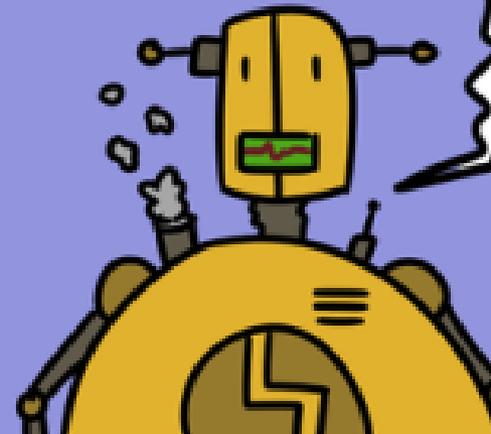


Les Media social mal robotisés

Bonjour je
m'appelle
Tom



Bonjour, visitez
mon blog et
achetez mes
produits ...



Astuce 12: La satisfaction client passe par tenir toujours ses promesses



Ne tenez pas une promesse que vous n'allez jamais réaliser. L'insatisfaction sera plus mauvaise et augmentera après un mensonge

Astuce 13: Laissez le client poser son problème avant de proposer votre solution



Laissez toujours le client raconter son histoire, même si vous pensez connaître la solution. Un client doit toujours être sûr que vous êtes au courant du problème, car pour lui c'est « son » problème.

Astuce 14: Envoyez des témoignages de clients satisfaits à l'équipe SAV



Envoyez de temps en temps des témoignages de clients satisfaits à votre équipe de conseillers clients, car dans 99% des cas ils n'ont au téléphone que des clients ayant des pbs, ce qui fait qu'il ont souvent une mauvaise idée de la qualité de vos produits !

Astuce 15 : Les enquêtes clients sont vos meilleures alliées



Un sondage, une enquête... est la meilleure solution pour que votre patron et votre R&D soient conscient de ce que pensent les clients et de l'exactitude du marché. C'est votre meilleur argument pour changer les choses.

Astuce 16: Soyez toujours positif dans vos communications



Soyez toujours positif. Le vocabulaire peut sembler subtil, mais il peut avoir un gros effet. Par exemple, ne dites pas "Désolé, ce produit ne soit pas disponible, vous ne le recevrez le lundi prochain », mais « je peux vous réserver un maintenant et je vous enverrai un sms dès qu'il sera disponible »"

Astuce 17: Attention aux pièges de l'automatisation à outrance



L'automatisation à ses limites. Il faut toujours permettre à un client de parler à une personne dans l'équipe du service client afin de répondre à une demande complexe ou lorsque le client n'est pas sûr que le choix correspond à son problème

Astuce 18: Sur le chat, ne vous contentez pas d'envoyer des liens de FAQ, des vidéos...



Sur le chat, ne vous contentez pas de répondre en envoyant des réponses types vers une FAQ, une vidéo .. le client n'aime pas être renvoyé vers des réponses toutes faites. Il doit pouvoir expliquer son problème, et ensuite vous pouvez lui proposer des solutions.

Astuce 19: Vous n'avez qu'une seule fois l'occasion de faire une 1er bonne impression



Assurez-vous que chaque personne de votre équipe support fasse une bonne présentation. Par exemple dire « Bonjour » (et un vrai bonjour), se présenter et demander au client de parler de son besoin « Comment puis-je vous aider ? » Et à la fin « Est-ce que j'ai répondu à toutes vos questions ? »

Astuce 20: Ne refusez pas la conversation avec les adresses email « no reply »



N'utilisez jamais une adresse email « Ne pas répondre » ... c'est comme parler à un client sans lui laisser la possibilité de répondre. De même envoyez toujours un accusé de réception lorsqu'un client vous envoie un email ou remplit un formulaire ... de sorte qu'il est sûr que sa demande est en cours.

Astuce 21: La satisfaction client est votre futur chiffre d'affaires



Oui ... notre priorité absolue est la satisfaction des clients ... à moins que ce soit trop coûteux ... ou trop compliqué ... ou nous devons faire l'objectif commercial mensuel ...



Une organisation centrée sur le client ne consiste pas simplement à le dire, c'est le faire. Il faut commencer par une impulsion de la direction montrant que la satisfaction est une priorité, et communiquer sur des indicateurs qui permettent de mesurer les performances.

Astuce 22: Mettez en place une boîte à idée pour améliorer vos services



Mettre en place une boîte à idées est très important pour améliorer vos services et faire participer les collaborateurs. Mais assurez-vous que certaines suggestions seront prises en compte au fur et à mesure, et communiquez dessus (ex bulletin d'informations interne)

Astuce 23: Faites un effort sur la résolution au 1^{er} appel



Faites votre maximum pour encourager vos conseiller à faire des résolutions des problèmes lors du premier appel. Cela augmentera la satisfaction de vos clients, et cela réduira également le temps perdu par votre équipe à vérifier ce qui a été fait ou non.

Astuce 24: Le service client n'est pas un métier c'est une attitude



Au service client tout le monde à deux métiers : faire le travail pour lequel ils sont payés (Ex: prendre des appels et résoudre les problèmes...), et ensuite prendre soin du client et le satisfaire.

Astuce 25: Fluidifiez l'expérience client et le parcours client



L'utilisation de vos produits doit être fluide. Pour vérifier cela, mettez en place une enquête de satisfaction après chaque interaction clé avec un client (ex: après un appel, une visite dans un magasin ...). Et si certaines choses ne se passent pas bien, faites en sorte de simplifier les points noirs.

Astuce 26: Centralisez toutes vos infos client dans un seul endroit



Oui, mon collègue vous a envoyé justement la réponse depuis 2 min par email. Il dit que...



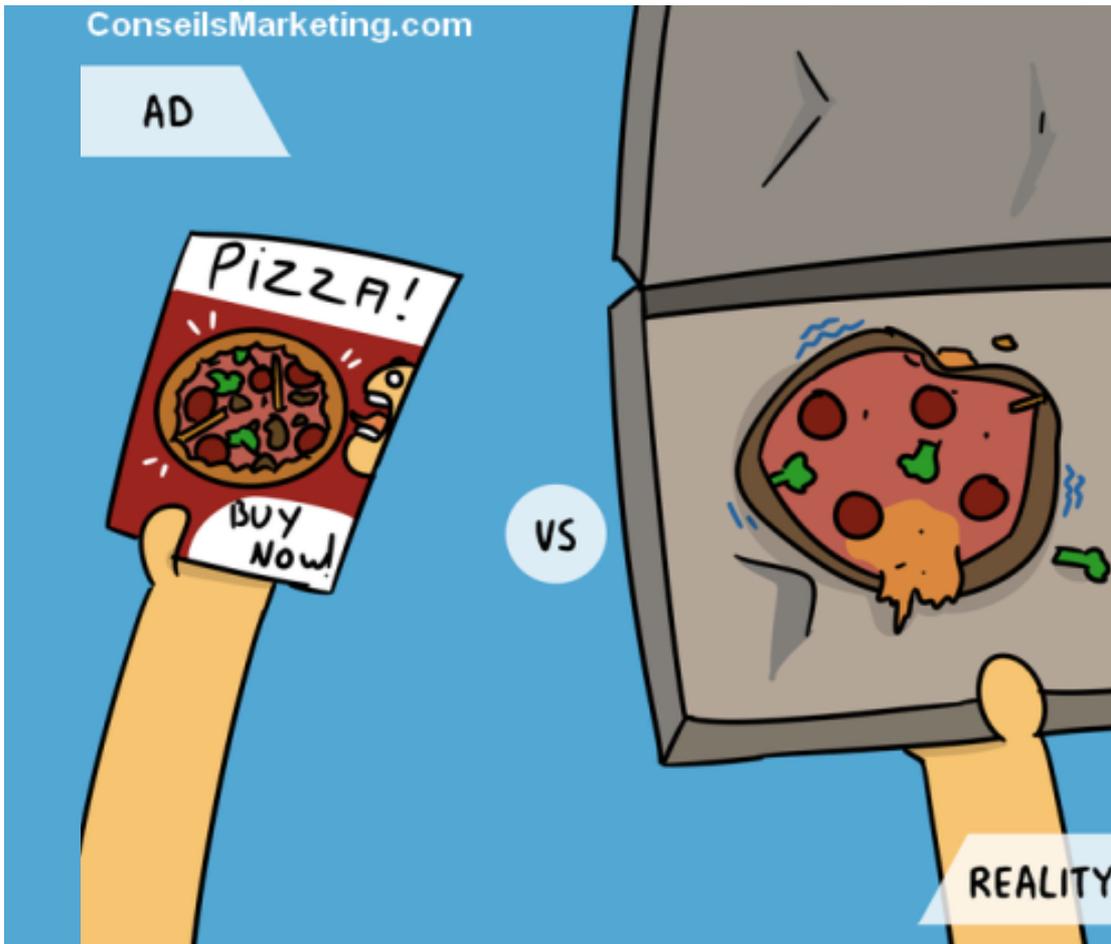
Centraliser toutes les informations client dans un endroit permet d'avoir une vision à 360 degrés des clients. Si vous avez des silos d'informations, vous risquez de manquer des informations clés, donner de mauvaises réponses ou faire des actions en doublon.

Astuce 27: Laissez les clients exprimer leur mécontentement



La première règle pour gérer les clients insatisfaits est de les laisser s'exprimer, ensuite reconnaissez la situation et leur sentiment, et ce n'est qu'à ce moment là que vous pourrez proposer une solution.

Astuce 28: Attention à l'effet déceptif



Avant de réfléchir à offrir une expérience client exceptionnelle, faites bien attention à répondre d'abord les attentes minimales du client concernant votre produit. L'effet déceptif entre la promesse et le produit peut vous être fatal !

Astuce 29: Limitez le nb de questions pour une enquête de satisfaction à chaud



Une enquête de satisfaction à chaud doit être aussi courte que possible. Définissez la limite à 2 questions, (1 note & 1 commentaire), avec une note pour donner un avis et le commentaire pour expliquer la note. Si vous voulez en savoir plus, appelez quelques clients pour avoir une vision qualitative.

Astuce 30: Pensez mobile !



Le mobile est incontournable : votre service client doit permettre un usage complet sur mobile (appel, click to call, formulaires responsive, chatbot...)

Astuce 31: Laissez les clients trouver eux même une solution



Les consommateurs préfèrent d'abord chercher une solution seuls avant d'appeler le service client. Facilitez leur le travail en proposant des FAQ, des vidéos... accessibles sur le web

Astuce 32: Vérifiez toujours les avis clients sur le web et agissez en cas de problème



(c) ConseilsMarketing.com



De plus en plus de clients font des recherches en ligne avant d'acheter un produit. Vérifiez toujours que les avis clients sur vos produits sont bons, que les commentaires sur les blogs sont corrects... et si ce n'est pas le cas, répondez rapidement pour résoudre le problème.

Astuce 33: Il n'y a pas que le NPS dans la vie...



Utiliser un seul KPI pour suivre la satisfaction ne suffit pas. Le NPS est pertinent pour vérifier le bouche à oreille, mais le CSAT est l'indicateur qui permet de vérifier si votre produit répond aux attentes, le CES si le client trouve facile ou difficile de travailler avec vous... Vous devriez utiliser ces indicateurs selon ce qu'il faut mesurer, en ajoutant toujours un commentaire pour obtenir des précisions sur la note donnée.

Astuce 34: L'important dans le NPS c'est aussi son évolution

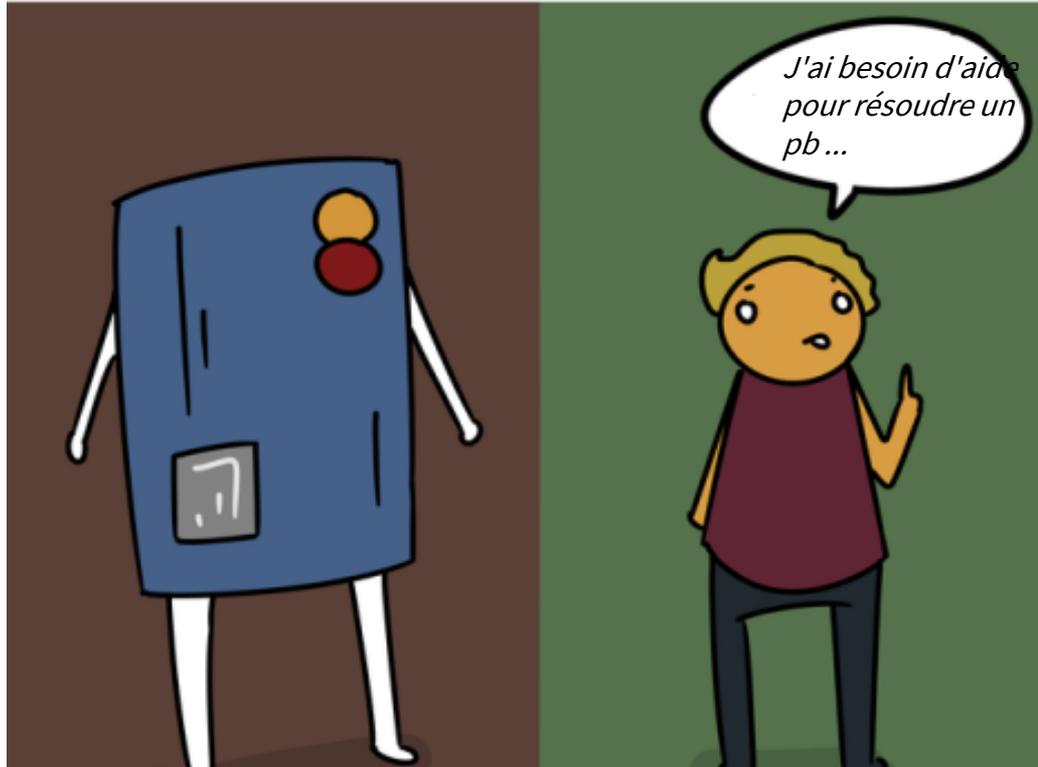


Une note NPS est intéressante, mais ce qui compte c'est aussi son évolution. Par exemple, la quantité de vos promoteurs est toujours la même ou diminue-t-elle? Si un client vous donne un 0 puis un 5 puis 7, cela signifie que quelque chose a mal tourné et vous devez l'examiner. La clé d'un bon usage du NPS est l'analyse de son évolution dans le temps.

Astuce 35: Un client n'est pas qu'une carte de crédit sur pattes



Qu'est ce que le client pour vous?



Vous n'améliorerez jamais l'expérience de vos clients si vous pensez toujours au client en tant que carte de crédit sur pattes... vous devez penser au client comme étant une personne, et réfléchir à la façon dont vous résolvez son problème avec votre produit et vos services, et non pas à tout faire pour l'inciter à acheter.

Humanisez votre entreprise

- 1 Utilisez des photos de vos collaborateurs 
- 2 Utilisez leurs vrais noms 
- 3 Montrez les coulisses de votre entreprise, sans trop en dévoiler 
- 4 Ne dormez jamais sur vos lauriers et demandez à vos clients ce qu'il faut améliorer 

(c) ConseilsMarketing.com

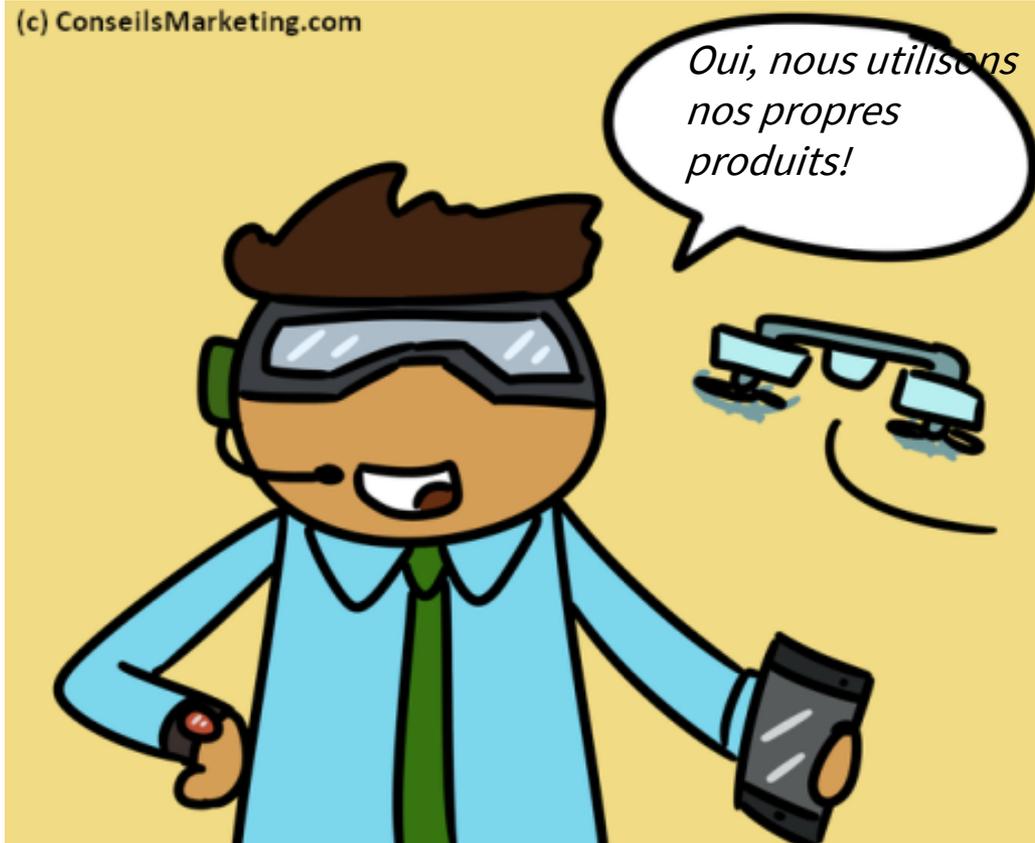
Humaniser l'image de votre entreprise est la meilleure façon d'être plus proche de vos clients. Par exemple, utilisez les photos de vos employés et pas de banques d'images, publiez des témoignages clients avec des photos de vos clients et de leur entreprise... tout cela fera que les gens se sentiront valorisés.

Astuce 37: Mettez en place une culture client



Avoir une entreprise centrée sur le client exige des employés qui soient moteur de ce changement. Par exemple, organisez des petit-déjeuners avec des personnes venant de tous les services pour obtenir des suggestions, et montrer que la satisfaction client est au cœur des préoccupations de l'entreprise de manière globale.

Astuce 38: Utilisez en interne vos propres produits



la meilleure façon d'obtenir un feedback réel sur vos produits et de savoir ce qu'il faut améliorer, est d'utiliser en interne vos propres produits ou de proposer des prix réduits à vos employés. S'ils l'utilisent vos solutions tous les jours, ils seront la meilleure source de feedback, et cela vous obligera à améliorer vos produits.

Astuce 39: Évaluez le ROI de l'expérience client



Le calcul du ROI de l'expérience client est difficile. La clé est de définir un objectif, puis les actions pour obtenir ces résultats, puis choisir une ou deux actions prioritaires avec des KPI à surveiller afin de calculer un avant / après.

Astuce 40: Ne pas avoir de retours clients est pire que d'en voir...



Un service client doit analyser la satisfaction client le plus vite possible après une interaction. Tous les clients qui ne disent rien et qui sont mécontents sont des gens qui n'achèteront pas chez vous, qui ne vous feront pas de bon bouche à oreille, voire qui dénigreront vos produits...

Astuce 41: Une bonne action aléatoire fait la différence



Faire un acte de bonté aléatoire est un moyen puissant pour accroître la puissance de votre marque, mais il doit être pertinent, émotionnel et personnalisé ... et ensuite il doit être diffusé sur les médias sociaux.

Astuce 42: Diffusez une culture centrée sur le client



Pour obtenir une culture centrée sur le client, un bon moyen est de commencer son embauche par un stage ou une prise de contact de quelques jours sur le terrain afin d'être en contact direct avec les clients. Ainsi tout le monde sait ce qu'est un « vrai » client et quels sont ses besoins.

Astuce 43: Les chatbots oui, mais pas pour tout !



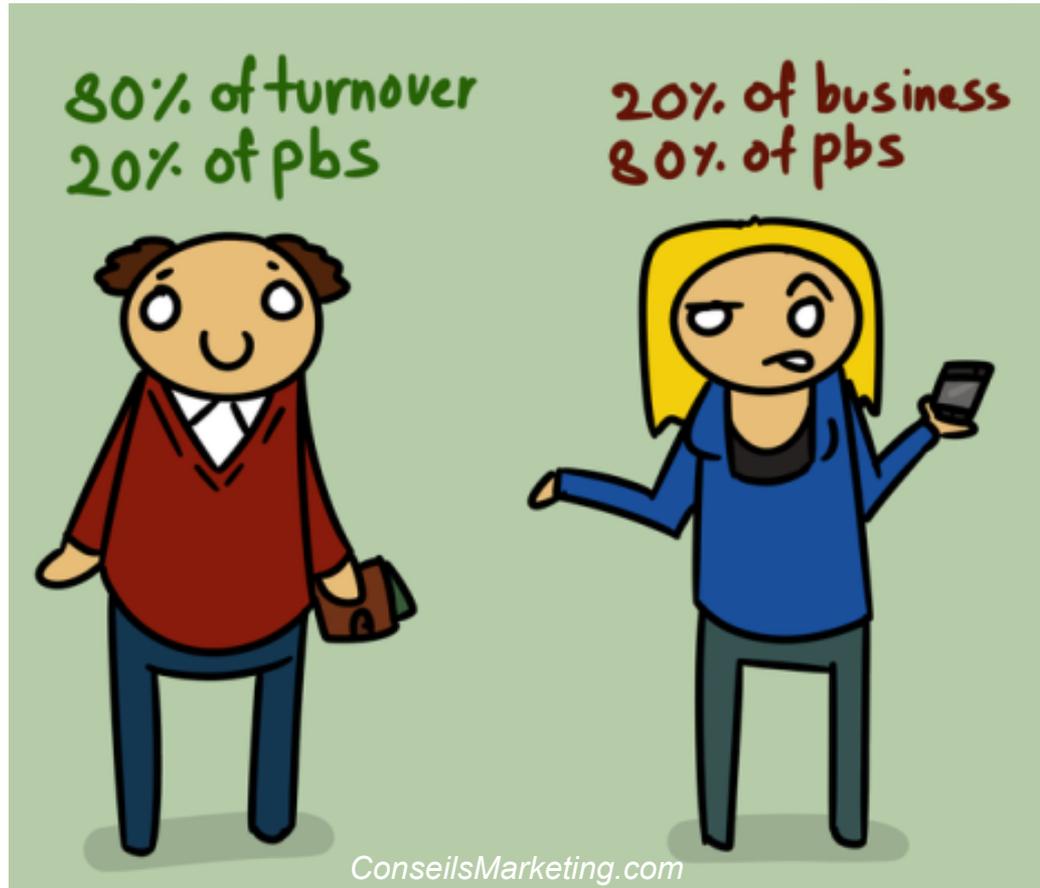
Un chatbot est conçu pour résoudre les 10 à 20% des demandes récurrentes qui font 40 à 60% du volume des demandes. Essayez d'automatiser ces quelques tâches simples afin que le service client traite les demandes à valeur ajoutée et des questions complexes. Ne pensez pas qu'un chatbot résoudra toutes les questions.

Astuce 44: Résoudre le besoin du client



Avant d'essayer de faire vivre une expérience client exceptionnelle, qu'elle soit produit ou au service client, commencez déjà par proposer le « service minimum » auquel le client s'attend. Ce service minimum étant de plus en plus une « norme » quel que soit le secteur d'activité.

Astuce 45: Tous les clients ne sont pas égaux



Tous les clients ne sont pas égaux. Certains vous font perdre du temps, de l'argent et de l'énergie. N'essayez pas de garder à tout prix tous les clients. Segmentez les bons et les mauvais clients, en proposant aux moins intéressants des services dédiés (ex: nombre limité d'appels...).

Astuce 46: Vérifiez ce que Google dit de vous et de vos produits...

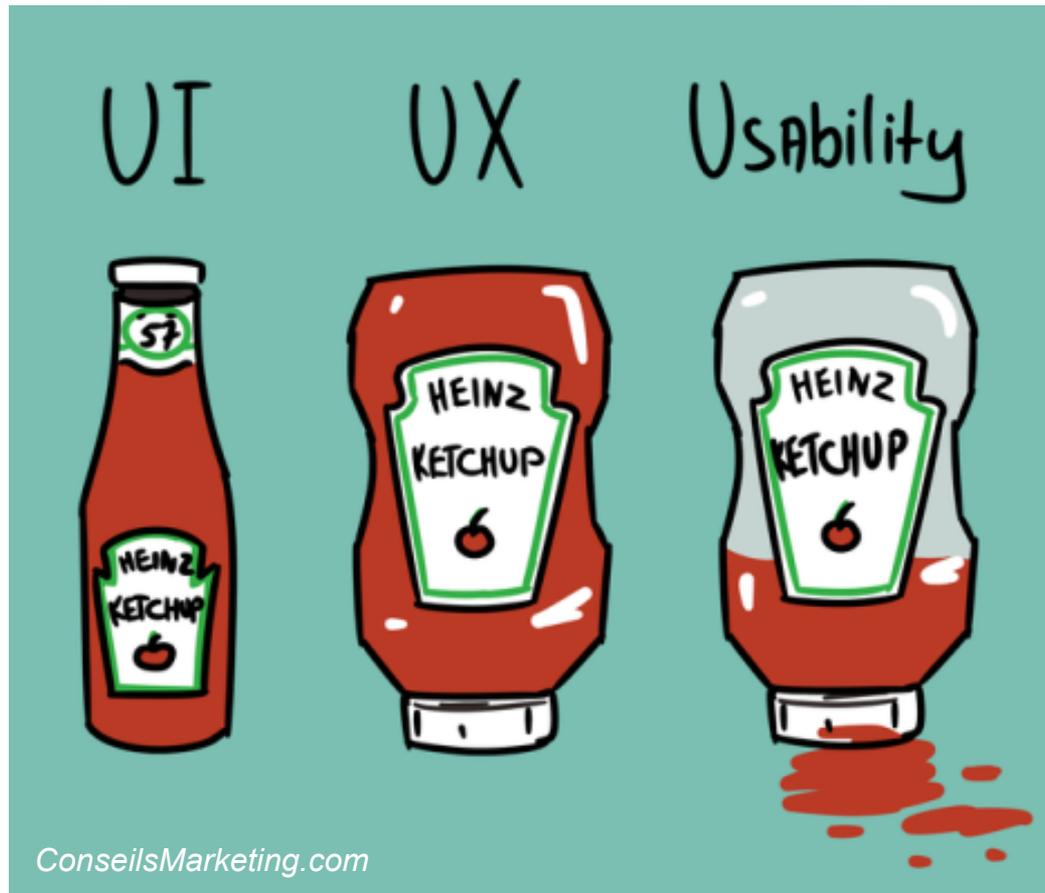


ConseilsMarketing.com



Le premier réflexe des clients est de chercher l'information sur internet et sur Google. Vous devez vérifier ce qui se dit de vous sur Google sur les premières pages, et permettre aux clients de trouver rapidement la solution à leur problèmes via le web.

Astuce 47: Attention aux fausses bonnes idées



Faites toujours attention aux fausses bonnes idées. Parfois de son bureau une idée peut sembler bonne, mais il faut toujours vérifier avec des clients si cette idée est adaptée et répond à leurs attentes, et si elle est vraiment utile...

Astuce 48 : Faites de vos clients vos meilleurs commerciaux



De plus en plus de prospects recherchent et prennent en compte les avis sur un produit avant d'acheter. Demandez à vos clients de noter leur expérience sur votre site, via des enquêtes ou des avis vérifiés.

Astuce 49 : Un client insatisfait n'est pas un emmerdeur, c'est au contraire un allié !



© ConseilsMarketing.com



Un client mécontent ou insatisfait ne doit pas être considéré comme un emmerdeur, mais plutôt comme une personne qui va vous aider à vous améliorer, et vous donner les clés pour fidéliser vos prochains clients, afin de transformer un pépin en pépite.

Astuce 50 : Tous les mots ont un sens... et la manière de le dire aussi !



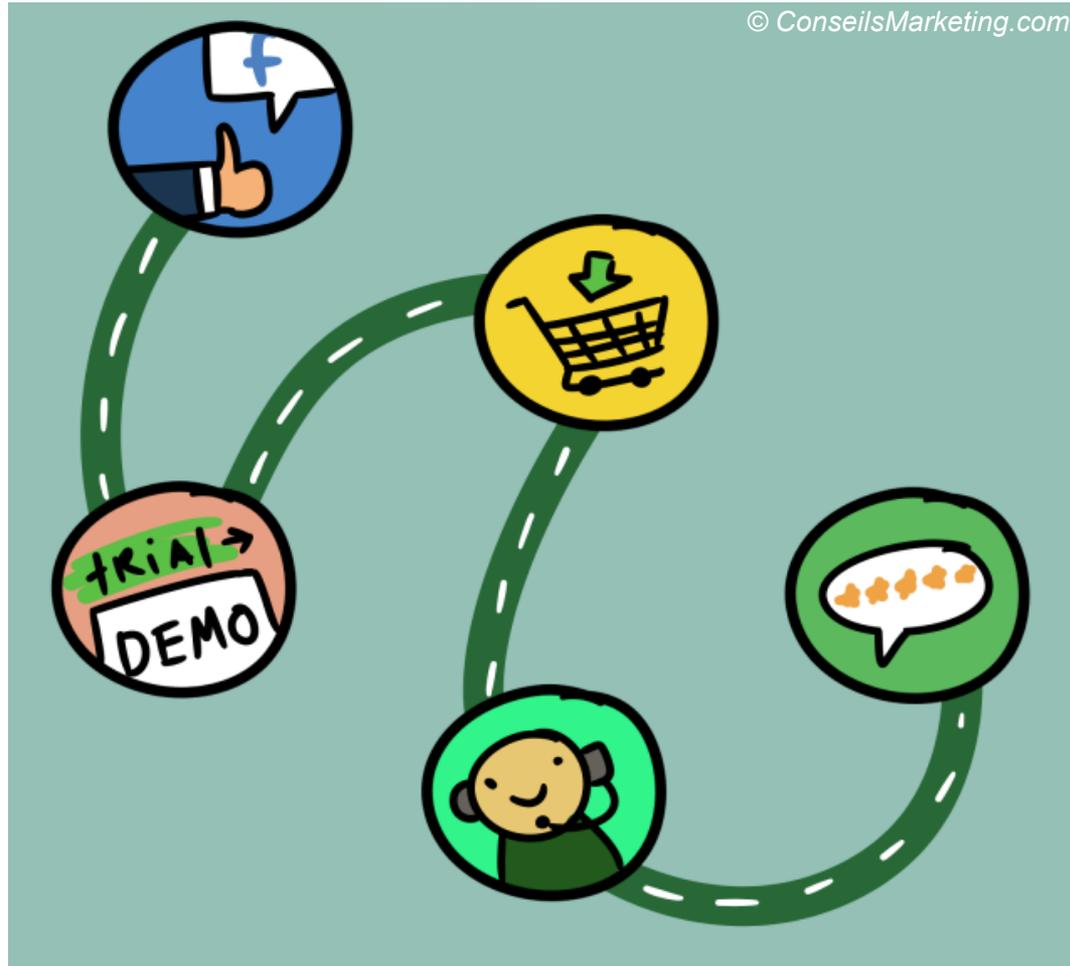
Il n'y a pas ce que vous dites, il y aussi la manière dont vous le dites. Vous pouvez dire "Bonjour" à un client, mais si vous ne le pensez pas vraiment cela s'entend. La meilleure expérience client se produit quand vos collaborateurs créent une connexion émotionnelle avec un client ou un prospect.

Astuce 51 : Racontez de belles (et vraies) histoires à vos prospects



L'achat est déclenché par les émotions. Ecoutez toujours un prospect pour identifier ses besoins, ses peurs... et racontez des (vraies) histoires sur des anciens clients afin de lui permettre de se projeter. Et en magasin, ne laissez pas un client seul s'il ne sais pas choisir, discutez avec lui et intéressez-vous à lui.

Astuce 52 : Identifiez les moments de vérité dans le parcours clients pour optimiser l'expérience client



Identifiez dans le parcours client les moments de vérité où vous devez offrir la meilleure expérience client possible, voire surprendre positivement vos clients. Lors de ces moments de vérité vous pouvez aussi envoyer une enquête de satisfaction pour vérifier la satisfaction.

Astuce 53 : Les Medias Sociaux c'est comme participer à une soirée chez des amis...



© ConseilsMarketing.com



Les media sociaux c'est comme participer à une soirée chez des amis : écoutez avant de parler, intéressez vous aux autres, parlez aux inconnus, présentez les personnes les unes aux autres, offrez de l'aide, apportez des cadeaux, prenez des photos, apportez de la valeur, soyez honnêtes et drôles...

Astuce 54 : Matérialisez le client en lui laissant une place dans vos réunions



© ConseilsMarketing.com



Pour donner une réalité à la voix du client dans votre entreprise, une bonne pratique est de laisser une chaise vide qui matérialise le client dans les réunions clés (lancement de produits...). Vous pourrez ainsi lui demander "ce qu'il en pense"

Astuce 55 : Echangez avec vos clients au moins une fois par an via un Club Utilisateurs



Pour obtenir un feedback qualitatif qui va au-delà des problèmes quotidiens, organisez au moins 1 fois par an une rencontre physique (club utilisateurs...), afin que vous puissiez échanger sur les évolutions produits, les attentes des clients...

Astuce 56 : Apprenez à remettre en cause l'existant en utilisant de nouveaux outils et méthodes (bots, FAQ...)



© ConseilsMarketing.com

Parfois il faut savoir remettre en cause son organisation et ses outils pour améliorer radicalement une situation...

© ConseilsMarketing.com

Astuce 57 : Faites appel à un médiateur pour gérer à l'amiable les petits problèmes



© ConseilsMarketing.com



Si vous êtes dans le B2C (ventes aux particuliers), faites appels à la médiation (via un médiateur spécialisé, un consultant...) afin d'avoir un point de vue externe dépassionné sur un litige. Le but sera d'éviter que le litige ne dégénère. Pour que cela soit efficace, il faut proposer la médiation très rapidement et ne pas attendre.

Astuce 58 : Donnez une marge de manœuvre à vos conseillers via un budget à dépenser à discrétion



© ConseilsMarketing.com



Donnez une marge de manœuvre à vos conseillers pour traiter les petits problèmes (même en dehors des règles commerciales) en leur donnant un budget qu'ils peuvent dispenser à discrétion de manière autonome.

Astuce 59 : Le Self Service permet de gérer les demandes simples, mais il faut toujours pouvoir faire appel à un conseiller



Les clients veulent être capable de résoudre eux même leur problème via du Self Service, une FAQ... afin de trouver une solution rapide à une demande. Mais il faut toujours donner la possibilité au client la possibilité de contacter un conseiller pour éviter les frustrations.

Astuce 60 : Faites régulièrement le "client mystère" pour tester vos offres en vrai



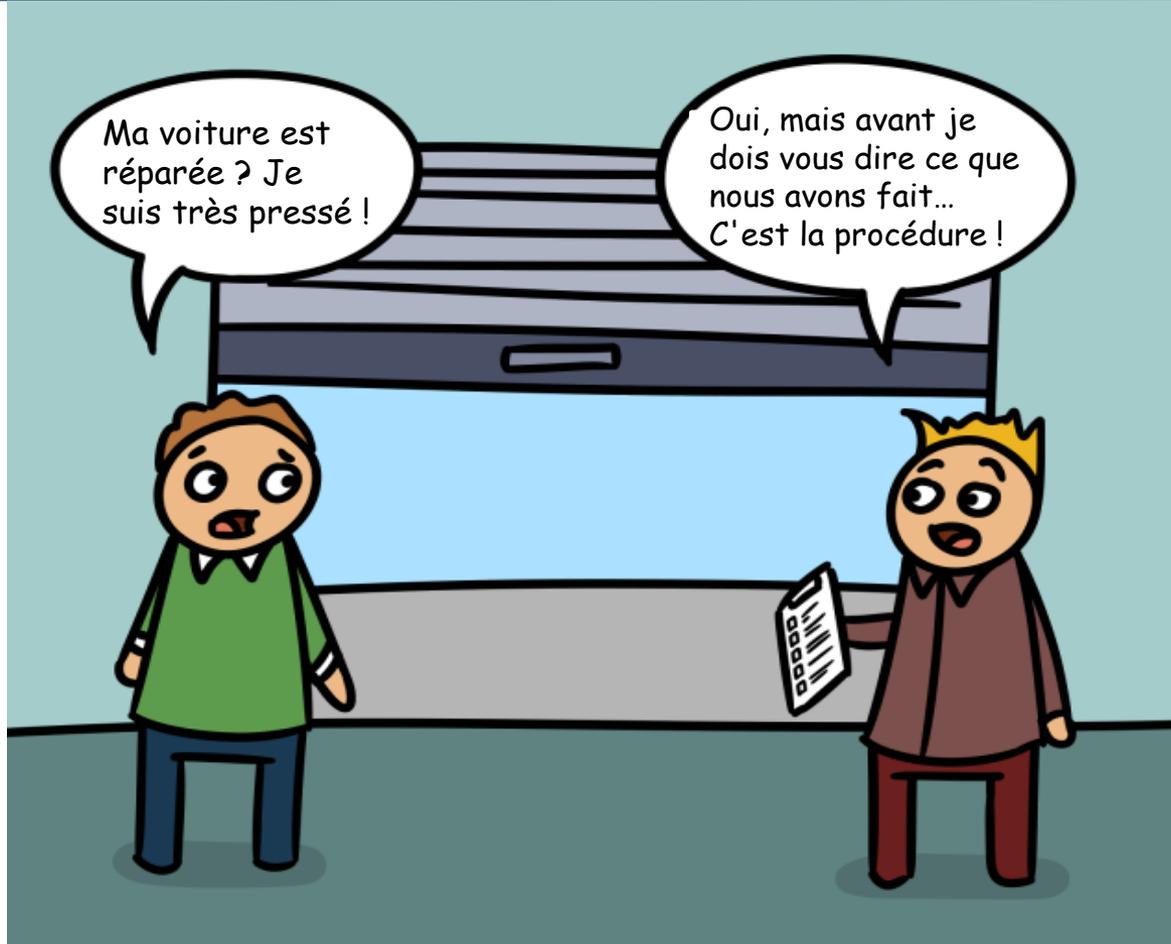
Le meilleur moyen de vérifier l'expérience client est de faire appel à des "clients mystères". Cela peut être vous, ou vous pouvez faire appel à des personnes chargées d'aller tester vos produits et offres "en vrai", avec une checklist de points à vérifier, plus une impression qualitative à donner.

Astuce 61 : Le Parcours client est un outil pour désiloter l'entreprise et fédérer



La cartographie du parcours client ne doit pas être réalisée en solo par le Service Client ou le Service Marketing. Au contraire, il faut inclure tous les services (les opérationnels, les commerciaux...) afin d'avoir une vision la plus réaliste possible. C'est aussi l'occasion unique de fédérer les équipes de tous les départements autour d'une vision et d'une culture client commune.

Astuce 62 : Il faut savoir comprendre le sens des procédures plutôt que les appliquer à la lettre



La mise en place de procédures est une des clés pour offrir une qualité de service standardisée et minimale. Cependant les collaborateurs doivent en comprendre le sens plus que d'appliquer à la lettre des process. Les collaborateurs doivent être capables de savoir quand s'en détacher, pour offrir une expérience client optimale.

Astuce 63 : Une image vaut 1000 mots... soignez les visuels dans vos communications



Une image vaut 1 000 mots, pensez à ajouter systématiquement un visuel pour soutenir un discours ou un argumentaire afin que les lecteurs comprennent plus rapidement votre message.

Astuce 64 : Ne soyez pas déceptif, en particulier sur les Media Sociaux



Si vous êtes une marque connue, tout particulièrement en B2C, pour éviter un bad buzz avec des clients mécontents, indiquez les horaires de réponse de vos Community Managers dans vos profils sur Twitter, LinkedIn, Facebook...

Astuce 65 : Anticipez les pics de demandes pour ne pas décevoir vos clients



Anticipez les pics de demandes annuels (Noël, soldes...) ou ponctuels (promo...) en analysant vos données de l'année passée, afin de soit dimensionner correctement votre centre de contacts (intérim, externalisation...) ou en mettant en avant le self care (Chatbot, FAQ...). Vous pouvez aussi diffuser des messages sur votre SVI ou sur votre site, ou envoyer des emails pro-actifs.

Astuce 66 : Apprenez à remettre en cause vos process et vos habitudes



De nos jours, tout le monde a un smartphone ou un appareil photo... Vous devez prendre en compte ces évolutions dans votre *Service Client*. Par exemple en demandant à vos clients de prendre des photos des produits qui posent problème ou tout simplement pour vérifier la véracité d'une affirmation...

Astuce 67 : La culture client doit être présente à tous les niveaux de l'entreprise de l'accueil à la direction générale, en passant par le Service Client



Pensez toujours à la première impression qu'auront vos clients ou prospects. Que pouvez vous faire pour améliorer leur accueil ? Réfléchissez par exemple à l'accueil physique dans votre entreprise... Est-ce que l'orientation client y transpire ?

Astuce 68 : Vous n'avez pas le monopole des bonnes idées... Regardez ce que font les concurrents !



© ConseilsMarketing.com



Jouez toujours les clients mystère auprès de vos concurrents afin de voir quelles sont leurs forces et faiblesses réelles. Vous y trouverez sans doute des bonnes idées, mais surtout vous verrez que chez eux tout n'est pas si parfait ...

Astuce 69 : Le Customer Success Manager, la garantie d'une Expérience Client réussie !

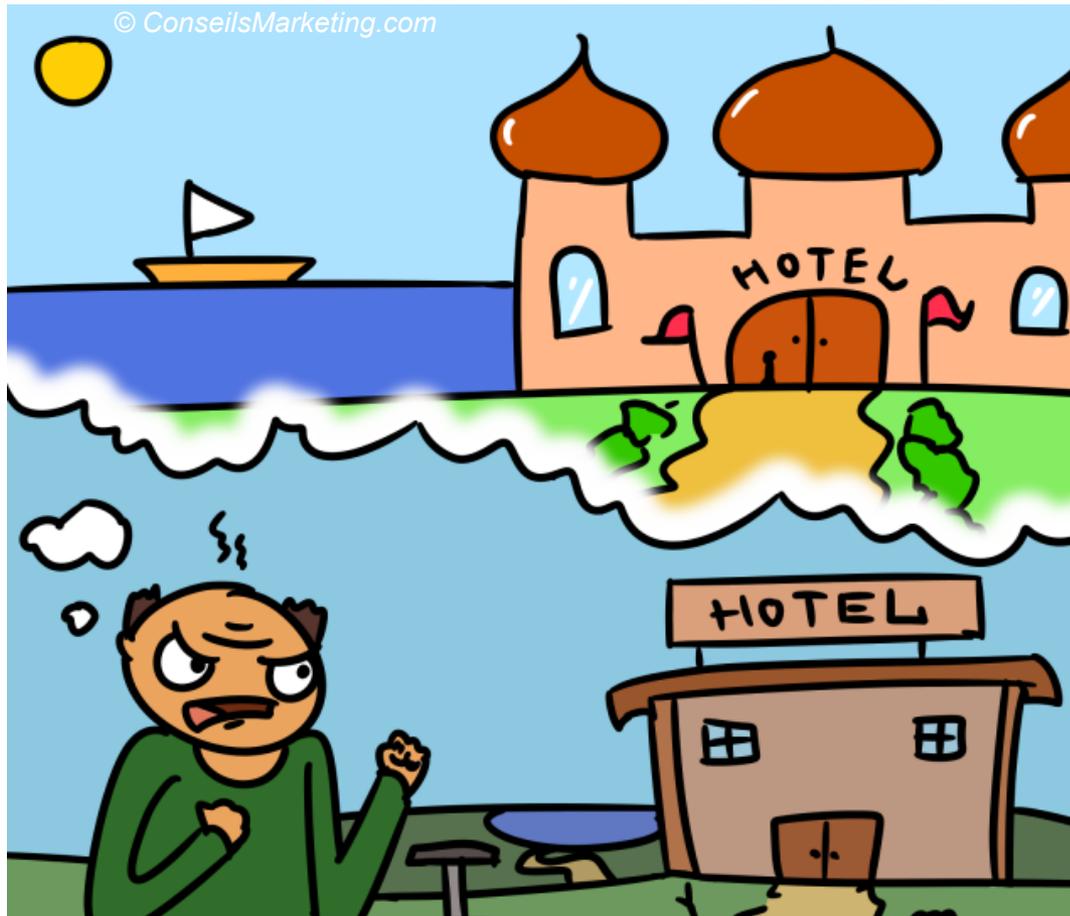


© ConseilsMarketing.com



Si vous êtes dans le B2B, la mise en place d'une cellule de rétention est indispensable afin de réduire le taux d'attrition. En B2B vous pouvez créer un poste de Customer Success Manager pour accompagner les nouveaux clients et faire des appels proactifs.

Astuce 70 : Avant de rechercher l'Expérience Supérieure, pensez déjà à satisfaire les fondamentaux



L'Expérience Client Exceptionnelle peut être un objectif, mais il faut déjà tenir ses promesses et répondre aux attentes minimales des clients sur les produits et services. Sachant que si vous avez un positionnement haut de gamme ou low cost les attentes seront différentes. Selon l'équation de l'Expérience Client (Attentes - Réalité), vous pouvez avoir une dette ou une créance d'Expérience Client.

Astuce 71 : N'attendez pas les appels des clients... anticipez-les, en particulier lors des moments de vérité



© ConseilsMarketing.com



Si vous vendez un produit ou un service à abonnement, planifiez toujours 2 ou 3 mois avant l'échéance un appel ou un email pro-actif. Le but sera de voir avec le client s'il est content, s'il a besoin d'aide, de lui donner des trucs et astuces... afin de réduire le taux d'attrition au renouvellement

Astuce 72 : Définissez en interne des objectifs pour les délais de réponse aux demandes clients



© ConseilsMarketing.com



Le but est de définir d'une part des standards de qualité, mais aussi de motiver les équipes sur les objectifs à atteindre (ex : Norme NF 345), et si nécessaire en remettant en cause les méthodes actuelles.

Astuce 73 : Confirmez toujours les accords, propositions... par écrit pour éviter les litiges



© ConseilsMarketing.com



Il faut tout d'abord valider avec le client qu'il est OK pour la solution afin de verrouiller l'accord (pour éviter un volte face), et ensuite envoyez un email avec le détail afin de rassurer le client, mais aussi formaliser l'accord du client et solution.

Astuce 74 : Dans un monde toujours plus numérique, le physique reprend ses lettres de gloire et permet de créer l'effet WOW



Pour créer un effet WOW (ou tout simplement marquer les esprits), envoyez un courrier papier signé, un gadget, un press kit... ou tout simplement faites l'effort d'appeler la personne au téléphone. Cela changera des dizaines d'emails impersonnels que nous recevons tous les jours (sans les lire).

Astuce 75 : Des collaborateurs engagés délivrent une expérience client supérieure... Il faut donc les écouter tout au long de leur parcours collaborateur afin qu'ils aient la même attitude avec vos clients



Offrir une expérience client supérieure nécessite d'avoir des collaborateurs engagés et orientés client.

Vous devez donc les écouter tout au long de leur parcours, lors des moments clés que sont l'entretien d'embauche, la 1^{er} semaine, le premier mois... et le départ.

Et aussi régulièrement (enquêtes trimestrielles...) ou encore sur des sujets ponctuels (les aider à mieux faire leur travail, analyser le parcours client en mode miroir...).

Astuce 76 : Identifiez l'insatisfaction cachée et le ventre "mou" des notes en demandant aux conseillers de noter la satisfaction du client sur le fond de la réponse (et pas la forme)



Lorsque vos collaborateurs appliquent les procédures, il peut arriver que le client se sente lésé.

Il est alors dégoûté mais fataliste car "c'est comme ça" (il n'y avait pas pensé à tout, il a choisi un mauvais produits...).

Si c'est de sa faute, son insatisfaction fera que vous risquerez de le perdre à la première occasion.

D'où l'importance de demander aux agents noter également la satisfaction du client vis-à-vis de la réponse (et no pas sur la forme de la réponse), afin d'identifier cette insatisfaction cachée et la faire traiter par un manager (ou mieux accorder directement un geste commercial).

Astuce 77 : Ecouter les non acheteurs est aussi important que d'analyser la satisfaction des acheteurs, afin de repérer les points noirs du parcours client



Pour rester toujours en phase avec votre marché, n'oubliez pas de mener une enquête après des clients qui n'ont pas commandé chez vous (ex: après un clic sur un email, une demande d'infos...).

Si nécessaire complétez votre analyse par un appel pour récolter des informations qualitative (ex: le design, le discours..)

Astuce 78 : Exploitez les trésors cachés de votre centre de contact avec l'analyse sémantique des conversations audios

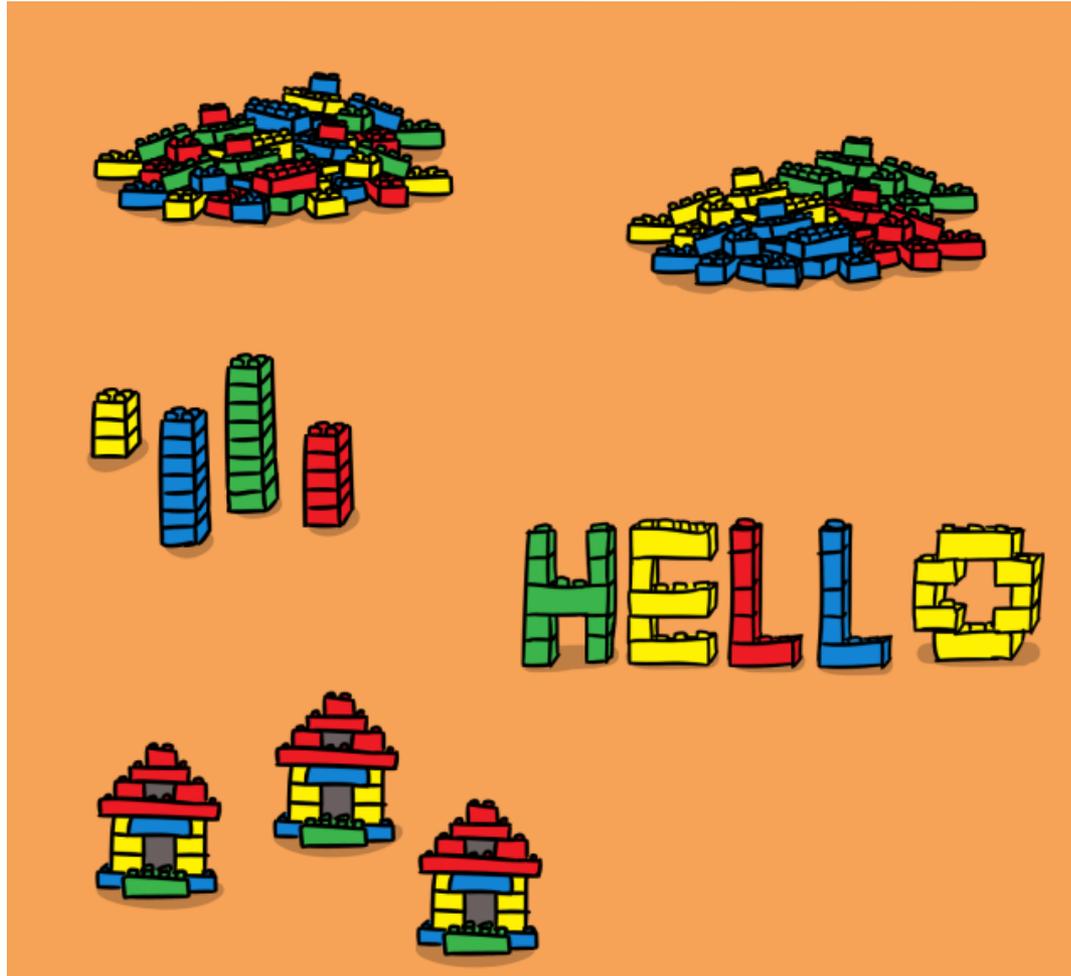


© ConseilsMarketing.com



La double écoute permet de coacher les équipes, mais cela ne donne pas une vision d'ensemble et c'est surtout fastidieux. D'où l'intérêt de mettre en place une solution d'analyse sémantique des appels pour identifier les irritants et les moments d'émotion dans une conversation. Vous avez ainsi une vision macro de la qualité des interactions et de traquer les micros insatisfactions (mots, formules...).

Astuce 79 : Le temps de votre client est précieux facilitez-lui la vie et anticipez



Vous devez limiter un maximum l'effort client, et anticiper ses besoins. Par exemple, s'il doit rechercher de l'informations, mâchez-lui le travail afin qu'il retrouve immédiatement l'information clé dans une masse de liens, contenus...

Astuce 80 : Le client est peut être un ROI, mais il ne doit pas devenir un Tyran !



Un client est certes ROI



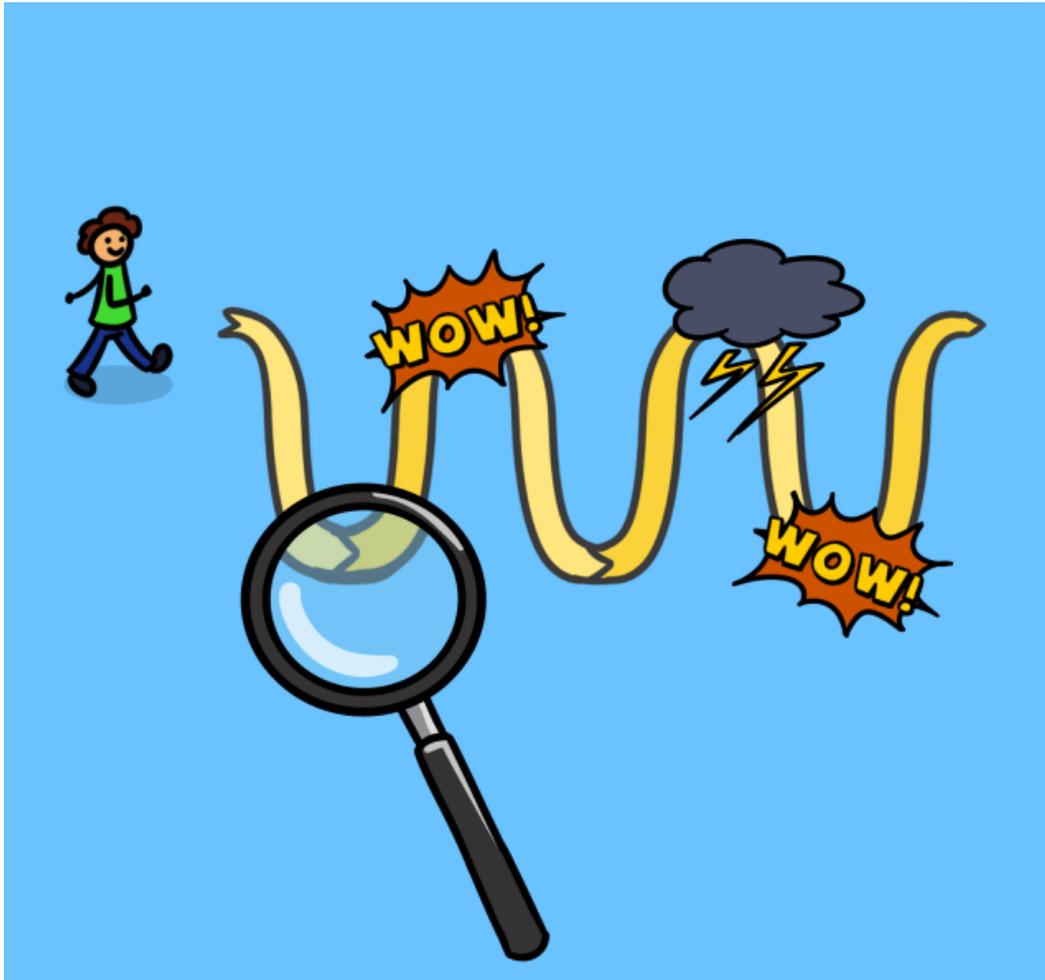
Mais il ne doit pas être un Tyran



C'est le client qui paie les salaires (et pas l'entreprise) et donc il peut être considéré comme un ROI qui est de bonne foi par défaut et que l'on doit servir. Cependant, il ne doit pas devenir un Tyran qui maltraite vos collaborateurs et qui pense avoir tous les droits.

Pour cela, un client doit savoir ce qui est inclus dans le service, ce qui ne l'ai pas... et bien comprendre quand on fait un geste exceptionnel.

Astuce 81 : Fluidifier le parcours client c'est bien, mais créer un effet Wow n'est pas un graal irréaliste !



Résoudre les points noirs majeurs du parcours client est essentiel, mais ensuite il est indispensable de créer un effet Wow via de l'émotion, de la surprise... dans vos produits et services comme l'indiquent les Frères Heath dans leur livre "Ces Moments qui comptent"

Astuce 82 : Pour un client, le critère N°1 de satisfaction est la rapidité de traitement d'une demande



Répondre rapidement à une demande client est le critère N°1 pour offrir une bonne expérience avec son service client. Plus vous répondrez rapidement, plus le client sera satisfait. Fluidifiez vos process pour limiter l'attente au minimum

Astuce 83 : Un client qui se sent trahit ou traité injustement va désormais chercher justice sur le web



Les réseaux sociaux sont une caisse de résonance pour les clients qui se sentent injustement traités par les entreprises. Si vous n'offrez pas un espace d'échanges (enquêtes de satisfaction...), un client va chercher à se faire entendre sur les réseaux sociaux, sites d'avis... La tendance est désormais à contacter les dirigeants directement sur LinkedIn !

Pilotez l'expérience client avec l'App Cockpit !



Démonstration sur : <https://www.youtube.com/watch?v=Hss5NnAoesc&t=1s>

- Avoir une vision simple et **unifiée** de la relation client
- Etre plus **réactif** et détecter l'**insatisfaction cachée**
- Diffuser à tous une **culture client**

