

Guide d'optimisation de l'expérience client

Comment cinq entreprises ont transformé l'expérience offerte aux clients, et les enseignements à en tirer



Table des matières

CHAPITRE 1

Costa Express : la recette
d'une expérience client
renouvelée **4**

CHAPITRE 2

Côte Brasserie :
les avantages d'un système
de communication centralisé **6**

CHAPITRE 3

RED by SFR : exploiter le
messaging pour une stratégie
"LIFO" **9**

CHAPITRE 4

PMU : se baser sur les données
pour transformer l'expérience **12**

CHAPITRE 5

Raven Housing Trust : améliorer
l'expérience client pour des
milliers de locataires **15**

Deux tiers des clients ne vous donneront pas une deuxième chance de faire bonne impression.

Selon une [étude](#) de Qualtrics, 62 % des clients français se sont déjà détournés d'une marque après avoir été déçus par l'expérience client qui leur était réservée. C'est même la première raison pour laquelle un client peut retirer sa confiance en une marque. Dans un monde où les informations n'ont jamais circulé aussi vite, le moindre faux pas peut causer des dommages durables et vous faire perdre de nombreux clients.

Les expériences négatives sont pourtant monnaie courante.

Prenez le temps de réfléchir quelques secondes aux scénarios suivants : vous passez un appel, vous attendez plusieurs minutes, et la personne qui vous répond finalement vous transfère vers quelqu'un d'autre... Ou l'agent qui vous répond vous demande de répéter vos réponses aux questions de sécurité. Ou bien encore vous appelez le service client, vous écoutez patiemment toutes les options proposées, mais aucune ne correspond à votre demande.

Tout cela vous parle. Nous avons tous des histoires de mauvaise expérience à raconter, et pourtant plus de la moitié des clients se sont détournés d'une marque qui les a déçus l'an dernier. Pour des motifs que les entreprises auraient pu éliminer.

Une technologie adaptée peut grandement vous aider à établir des relations de confiance, dans la durée, avec vos clients.

Voyons comment des entreprises s'y sont prises pour offrir une meilleure expérience à leurs clients.

Costa Express : la recette d'une expérience client renouvelée

« RingCentral met à notre disposition tout ce que nous pouvions espérer d'une solution de support client. Nous avons tous les outils nécessaires pour rendre nos agents plus efficaces et plus productifs, et donc améliorer notre expérience client. »

– Deborah Woods, Responsable du centre de contact

La problématique :
Costa Express devait répondre de manière rapide et efficace à ses clients



La solution :
Améliorer l'efficacité des centres de contact

Costa Coffee a récemment déployé l'une des innovations les plus populaires de ses 50 ans d'histoire : un distributeur de cafés en libre-service, [Costa Express](#). Ces machines faciles à utiliser, qui servent un café Costa de qualité barista, ont rencontré un tel succès auprès des consommateurs que la société en a installé plus de 10 000 dans tout le Royaume-Uni.

Elle a mis en place un centre de contact pour fournir une assistance technique ou autre à ses clients professionnels ayant installé l'une de ces machines.

Avant le déploiement de RingCentral, le personnel du centre de contact de Costa Express travaillait intégralement sur site, au siège de l'entreprise. Tous les agents avaient des téléphones de bureau, et aucun ne travaillait à distance.

Au début de l'année 2020, pour des raisons qui n'avaient rien à voir avec la Covid, la direction a décidé de tester RingCentral pour voir si l'équipe chargée du support client pouvait travailler efficacement



à distance. Peu de temps après, elle a déployé l'application cloud RingCentral MVP™ pour permettre à tous les employés de passer et de recevoir des appels professionnels de n'importe où.

Les fermetures pour cause de pandémie ont commencé une semaine seulement après les tests de travail à distance. La solution RingCentral ayant été installée sur les ordinateurs portables de tous les agents et superviseurs de Costa Express, toute l'équipe était prête à basculer du jour au lendemain en télétravail.

Les fonctionnalités de routage basé sur les compétences de RingCentral permettent de mettre plus rapidement les clients en contact avec les bons agents. L'équipe utilise la plateforme d'administration pour ajouter des options personnalisées au SVI, notamment des options d'automatisation qui permettent aux clients de trouver eux-mêmes une solution à leur problème plutôt que d'attendre d'être mis en relation avec un agent.

L'équipe de Deborah Woods s'appuie sur les rapports et les analyses avancés de RingCentral pour gagner en efficacité. « Nous devons être disponibles 7 jours sur 7, mais grâce aux données très fines sur les volumes d'appels, nous avons pu ajuster les horaires et réduire les heures pour améliorer la productivité des agents et réduire les temps d'attente. »

Leçon 1 :

Les entreprises ont besoin de technologies qui améliorent l'efficacité des agents et permettent une meilleure affectation des ressources sur la base d'analyses intelligentes.



Côte Brasserie : les avantages d'un système de communication centralisé

« Maintenant que nous disposons d'une multitude de données exploitables sur les volumes d'appels et les tendances, nous savons exactement à quel moment nous allons connaître des pics ou des creux d'activité. Ces informations nous aident à optimiser les plannings et à améliorer l'expérience client. »

– Chris Petryna, Responsable informatique

La problématique :
Côte Brasserie avait besoin de centraliser toutes ses communications



[Côte Brasserie](#) est l'une des plus grandes chaînes de restaurants du Royaume-Uni, avec près de 100 établissements à travers le pays. Mais avec cette réputation d'excellence grandissante à travers le Royaume-Uni, Côte s'est vite retrouvée avec une équipe de service client débordée. Avec l'ouverture progressive de nouveaux restaurants, les appels des clients étaient traités de manière de plus en plus décentralisée.

« Chaque restaurant gérait ses propres réservations et autres demandes par téléphone, ce qui était terriblement inefficace », explique Chris Petryna, responsable informatique de Côte. « L'expérience offerte n'était pas la même d'un client à l'autre, et nous n'avions aucune vision globale sur les opérations. »

Pour compliquer encore les choses, les solutions utilisées par l'équipe chargée de répondre aux clients présentaient d'importantes limites. « Notre système téléphonique avait des difficultés à prendre



en charge des fonctionnalités pourtant simples mais indispensables, comme la sonnerie simultanée sur plusieurs téléphones ou le transfert d'un appel entre différents services », précise-t-il.

Si la plupart des clients de Côte décrochent leur téléphone, l'entreprise reçoit également un grand nombre d'e-mails. Et l'absence d'intégration entre la messagerie et les autres systèmes informatiques constituait une source supplémentaire d'inefficacité.

« Nos agents devaient régulièrement aller voir dans Microsoft Outlook si des messages en provenance de clients n'étaient pas en attente de réponse. Nous n'avions pas de processus standard pour savoir quel agent devait prendre tel ou tel e-mail ou si des messages devaient être traités en priorité. »

La solution :
Mettre en place une solution de centre de contact omnicanal

Côte a choisi RingCentral. Grâce à cette solution cloud omnicanale, toutes les demandes des clients (appels téléphoniques, e-mails et chats en ligne) sont centralisées.

« Grâce aux fonctionnalités de routage basées sur les compétences de RingCentral, nous mettons plus rapidement les clients en relation avec les agents qualifiés pour leur répondre, et nous avons ainsi augmenté notre chiffre d'affaires. »

– Chris Petryna, Responsable informatique

« Nous avons immédiatement constaté les avantages majeurs de la solution », déclare-t-il. « Nous pouvions enfin offrir à nos clients partout dans le pays une expérience cohérente et exceptionnelle. Dans nos restaurants, les équipes n'ont plus à prendre les appels pour une réservation, et peuvent se concentrer sur la mise en place d'un environnement agréable pour les clients. »

Il précise : « Grâce aux fonctionnalités de routage basées sur les compétences de RingCentral, nous mettons plus rapidement les clients en relation avec les agents qualifiés pour leur répondre, et nous avons ainsi augmenté notre chiffre d'affaires. »

« Par ailleurs, les fonctionnalités de reporting et d'analyse nous permettent de suivre les pics de demandes sur les différents canaux. Sur la base de ces informations, nous avons réorganisé les plannings des équipes, avec à la clé une réduction du nombre d'appels perdus, du temps d'attente et des délais de réponse aux e-mails. »

Leçon 2 :

Les grandes entreprises aux multiples sites ont besoin d'un système téléphonique centralisé pour fluidifier l'expérience client.



RED by SFR : exploiter le messaging pour une stratégie "LIFO"

« RingCentral propose une interface simple et intuitive, appréciée des utilisateurs, qui permet de former rapidement les nouveaux agents. C'est un réel avantage dans une activité où le turnover est important. »

– Julien Darrigan, Responsable de la relation client digitale

La problématique :
La clientèle de plus en plus mobile-first d'une marque digitale-native

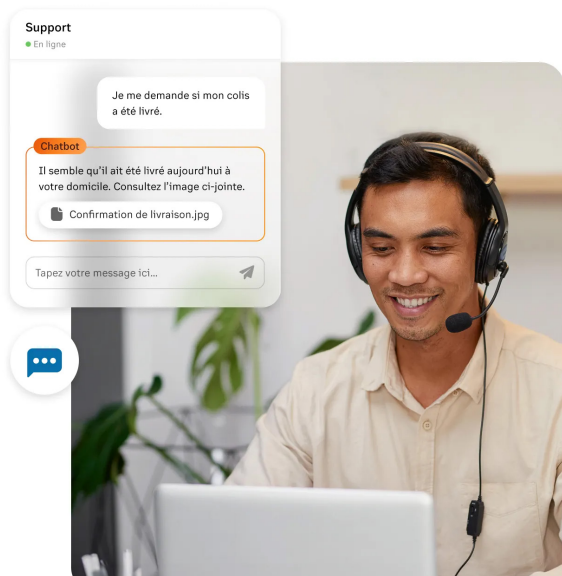


La solution :
La mise en place d'un système qui relie tous les canaux

Le digital est le fondement de [RED by SFR](#), qui s'adresse en priorité aux nouvelles générations digital natives. La relation client, élément différenciateur de la marque, se fait essentiellement sur les canaux digitaux. RED se devait de proposer une expérience fluide quel que soit le parcours emprunté par les clients, et qui réponde à leur exigence d'immédiateté.

Pour se différencier de la concurrence et répondre dans des délais très courts, RED by SFR avait besoin d'optimiser sa gestion des interactions clients digitales. Avec plus de 7 canaux différents, il était nécessaire de limiter le nombre d'outils utilisés par le centre de contact pour que les agents puissent répondre plus rapidement et plus efficacement à toutes les demandes clients.

RED a choisi RingCentral pour sa richesse fonctionnelle et sa capacité à gérer à travers une seule interface intuitive tous les canaux utilisés par RED : l'email, le chat, le messaging dans l'app « RED et moi » et les réseaux sociaux (Facebook, Twitter et Instagram). Les messages sont routés vers les bons agents en fonction de la nature de la demande (question technique, facturation, gestion de l'offre...). Plus de 300 agents peuvent mener plusieurs



conversations simultanément, en mixant canaux synchrones et asynchrones.

Gérer plus de 150 000 interactions par mois, en relevant les défis de la rapidité de réponse et du contrôle des coûts, nécessite un pilotage affiné de l'activité. RED utilise toutes les données collectées par RingCentral pour alimenter ses tableaux de bord. Tous les indicateurs sur les flux entrants, les types de demande et l'activité des conseillers, sont remontés en quasi temps réel dans les outils de BI analytiques.

L'optimisation de la productivité passe aussi par la formation des équipes. RED veille à ce que les agents accèdent à tous les outils qui leur permettent d'apporter rapidement une réponse de qualité aux clients. Les modèles de réponse et les bases de connaissance mis à disposition laissent une part à l'humain, pour conserver une relation personnalisée avec les clients. Un indicateur du niveau de SLA visible pour chaque interaction permet également au conseiller de prioriser leur prise en charge.

Avec RingCentral, le messaging a pris une place plus importante, puisque 72% des interactions passent désormais par ce canal, contre 30% auparavant. Une méthode qui s'est imposée pour répondre plus rapidement au client.

RED a également mené une réflexion sur l'optimisation des enquêtes de satisfaction, qui a permis de définir le meilleur moment pour assurer la collecte du feedback client, notamment lors des conversations asynchrones. RED a par exemple mis en place un chatbot pour qualifier rapidement la demande du client pour l'orienter vers le bon agent, ou fournir directement une réponse dans les cas simples. 99% des interactions passent aujourd'hui par le chatbot, et RingCentral assure une transition fluide et immédiate de la demande aux conseillers en cas de besoin.

« En réduisant le temps de réponse à moins de 3 minutes, nous avons gagné un point de satisfaction sur dix. »

– Julien Darrigan, Responsable de la relation client digitale

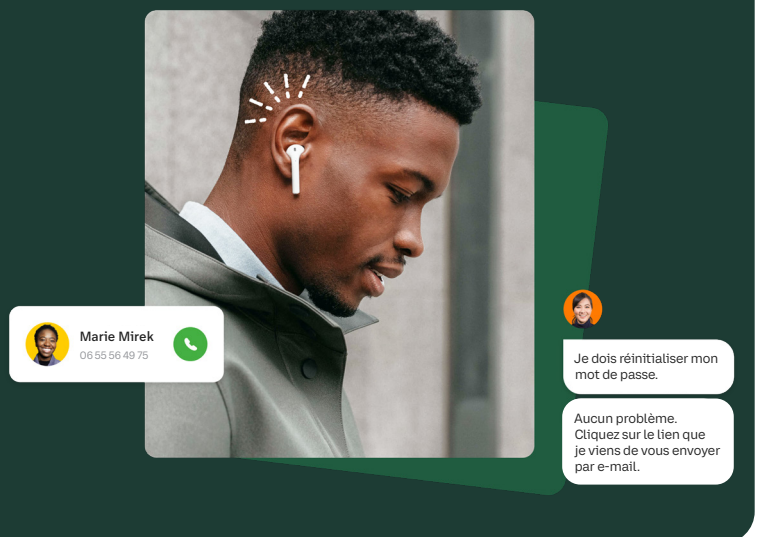
Grâce à l'analyse des parcours clients mise en perspective avec les taux de satisfaction analysés, RED a mis en place une nouvelle organisation qui consiste à répondre en priorité aux demandes reçues pendant les heures d'ouvertures. Les canaux de messaging, asynchrones par nature, sont en effet accessibles 24h/24 et 7j/7, mais les demandes recueillies en dehors des heures d'ouverture du centre de contact ne nécessitent pas forcément un traitement prioritaire.

En prenant en charge les demandes en « LIFO » (Last In First Out), le service client de RED permet maintenant de répondre à 85% d'entre elles en moins de 3 minutes, au lieu de 1 à 2 heures auparavant. Cette baisse drastique du temps de réponse a eu un impact important sur le taux de satisfaction client : une réussite qui se mesure avec la progression d'1 point, équivalent à une augmentation de 15% du taux de satisfaction clients.

RED propose donc aujourd'hui une variété de canaux synchrones et asynchrones qui répondent aux nouveaux comportements de ses clients. Plus de 2 millions de contacts sont ainsi gérés chaque année, pour 5 millions d'abonnés aux services RED.

Leçon 3 :

Une entreprise qui souhaite offrir un service personnalisé de qualité a besoin d'une technologie réellement omnicanale, pour répondre aux demandes des clients sur leurs canaux de prédilection.



PMU : se baser sur les données pour transformer l'expérience

« Nous attendons de nos conseillers client qu'ils soient proactifs et facilitent la vie de nos clients. Avec RingCentral, ils disposent d'outils qui leur simplifient la tâche et leur donnent toutes les informations nécessaires pour mener des conversations personnalisées. Ils sont ainsi en mesure de proposer à nos clients le bon service ou la bonne information au bon moment. »

- Julien Sornique, Responsable Support et Relation Client - Direction E-commerce

La problématique :
Une relation client omnicanale difficile à analyser de manière globale



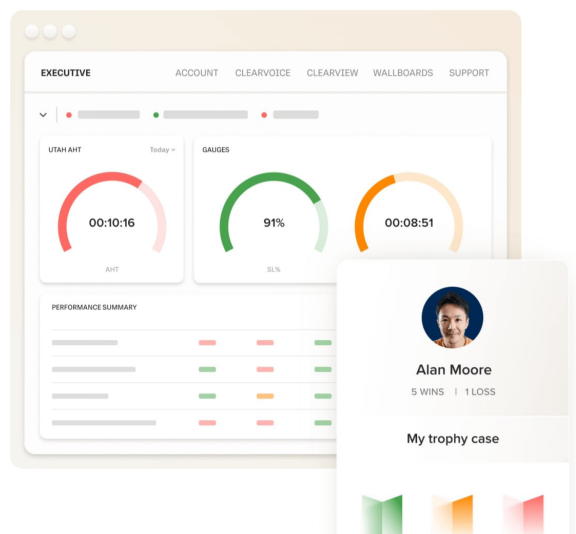
PMU opère dans l'univers des jeux d'argent, son activité principale consistant à organiser des paris sur des courses hippiques, avec une forte présence en ligne : PMU.fr est un des leaders du marché des jeux d'argent en ligne et propose des paris hippiques, sportifs et poker à ses quelques 500 000 clients.

Pour toutes les équipes de PMU, la satisfaction client est une priorité permanente : la meilleure qualité de service possible doit être délivrée sur l'ensemble des canaux d'interactions proposés. Cet engagement est un pilier du développement de l'entreprise.

PMU a aussi pour ambition d'accélérer sa croissance.

C'est pour atteindre ces objectifs que PMU a lancé un grand plan de modernisation de son réseau de points de vente et de ses parcours digitaux, et choisi la solution RingCentral pour gérer avec rapidité et efficacité toutes les interactions clients écrites et digitales.

La solution : Mettre à disposition des agents et des responsables d'équipe des informations sur les clients



Aujourd'hui, 9 contacts sur 10 au service client se font via l'offre digitale PMU.fr. L'entreprise a donc dû adapter ses parcours et les modalités de prise en charge de ses clients sur ses interfaces web et mobile à ces nouveaux usages. Elle offre ainsi toutes les possibilités de contact : téléphone, messaging, chat, réseaux sociaux, email ou courrier...

Grâce à la richesse des canaux proposés par la solution RingCentral, PMU fournit désormais une expérience client unifiée, avec des parcours client simples et efficaces. Le tout, en gérant l'ensemble des interactions digitales à travers une unique plateforme.

PMU a également été séduit par la galerie d'intégrations natives proposées par RingCentral. La solution s'intègre parfaitement au sein de son écosystème d'applicatifs pour traiter efficacement toutes les interactions, quel que soit le canal, sans devoir manipuler de nombreuses applications.

Les conseillers ont par exemple accès directement à la fiche client du CRM pour obtenir tous les éléments de contexte liés à la relation client et à son historique, sans sortir de la solution, depuis une interface unique.

« RingCentral nous permet de distribuer, organiser et piloter tous les flux de messaging dans nos centres de contact pour tenir nos engagements de délai de réponse. Pour apporter une réponse rapide et pertinente, les conseillers client accèdent à toute l'information contextualisée. »

– Julien Sornique, Responsable Support et Relation Client - Direction E-Commerce

Le service client de PMU contribue activement à porter la voix du client. Il a ainsi industrialisé la collecte des avis clients pour identifier facilement les irritants et proposer des suggestions d'amélioration quant aux services proposés. Les insights importants sont partagés avec les parties prenantes au sein de l'entreprise et redescendus aux conseillers, contributeurs clés.

« Tout ce que nous disent nos clients est une ressource fondamentale, » précise Julien Sornique. « Nous voulons tirer toute la richesse de ces conversations pour développer notre connaissance client et poursuivre l'amélioration continue. » Pour cela, le PMU s'appuie notamment sur un dispositif d'enquêtes de satisfaction à chaud offert par la solution RingCentral, sur tous les canaux digitaux. La note de satisfaction alimente également un dispositif de rattrapage de l'insatisfaction et déclenche des appels sortants systématiques.

En outre, PMU dispose avec RingCentral d'une console de supervision des canaux, ainsi que d'analyses statistiques de l'activité du service, pour piloter son centre de contacts. Des tableaux de bord plus spécifiques sont également construits à partir de toutes les données extraites de RingCentral pour alimenter l'outil de BI du PMU.

« Toutes ces données affinent notre connaissance client, nous permettent d'anticiper les événements et nous aident finalement à mieux piloter notre relation client. »

– Julien Sornique, Responsable Support et Relation Client - Direction E-Commerce

Leçon 4 :

Aujourd'hui, les fonctionnalités de reporting et d'analyse sont cruciales pour optimiser l'expérience des clients et des employés. Tous les responsables de centres de contact devraient mettre à disposition de leurs équipes ce type d'informations approfondies.



Raven Housing Trust : améliorer l'expérience client pour des milliers de locataires

« L'un des aspects que je préfère chez RingCentral, c'est sa capacité à évoluer avec nous, quelle que soit l'ampleur ou la rapidité de notre croissance. Si besoin, nous avons toute latitude pour ajouter des utilisateurs, étendre les opérations de notre centre de contact et mettre en place de nouveaux bureaux, en toute simplicité. »

– Martin Honeywood, Directeur de programmes

La problématique :
Des solutions de communication multiples et disparates

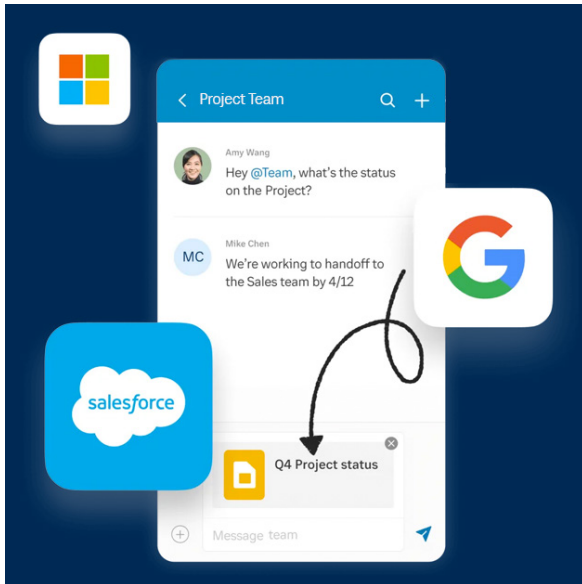


[Raven Housing Trust](#) est un bailleur social britannique qui construit, gère et entretient des logements abordables pour des milliers de familles.

Raven construit des centaines de nouveaux logements chaque année et gère des milliers de biens. Raven assurant la gestion d'un grand nombre de logements, les locataires sont nombreux chaque année à appeler son service d'assistance. L'organisation a ainsi répondu à 11 979 demandes de réparations en 2020.

La croissance de l'organisation et du nombre de locataires a fini par mettre à rude épreuve le système téléphonique existant, explique Martin Honeywood, le directeur des programmes de Raven. Mais les difficultés ne s'arrêtaient pas là, selon lui.

« Au fil du temps, nous avons mis en place une infrastructure de systèmes téléphoniques disparates. Pour les changements les plus simples touchant notre



La solution :
Faciliter le travail des agents grâce au routage en fonction des compétences et à l'intégration avec le système de CRM

système téléphonique principal, comme la mise à jour de notre message d'accueil, nous devons demander l'aide du fournisseur. Et avec l'ancien système, nos agents du service client ne pouvaient pas travailler depuis chez eux - un problème que nous avons dû traiter en priorité durant le Covid. »

Martin Honeywood a fait appel aux consultants d'AllThingsCX pour aider Raven à trouver une solution de communications unifiées cloud, répondant aussi bien aux besoins des employés en matière de téléphonie qu'à ceux de l'entreprise pour les opérations du centre de contact. La solution identifiée comme répondant le mieux aux besoins ? RingCentral.

Grâce à RingCentral, la plupart des workflows récurrents de Raven en matière de téléphonie sont nettement plus efficaces, explique-t-il.

« Nos responsables de département sont ravis de la facilité avec laquelle ils peuvent gérer et mettre à jour le système téléphonique eux-mêmes », ajoute-t-il.

« Là où ils devaient autrefois faire appel à l'aide du fournisseur, ils peuvent désormais ajouter des utilisateurs, ou modifier les menus téléphoniques, avec un effet immédiat et depuis n'importe quel appareil. C'est un avantage opérationnel considérable. »

« Nos responsables de département sont ravis de la facilité avec laquelle ils peuvent gérer et mettre à jour le système téléphonique eux-mêmes. »

- Martin Honeywood, Directeur de programmes

L'entreprise, et son service client très sollicité, ont constaté de notables améliorations d'un point de vue opérationnel.

« Notre ancien système téléphonique n'offrait tout simplement pas les menus sophistiqués ou le routage basé sur les compétences dont nous disposons maintenant avec RingCentral. Lorsque le traitement d'un appel nécessitait des connaissances spécifiques, nous devions en général le transférer, ou demander à l'appelant de rappeler. RingCentral nous permet de router immédiatement ces appels vers un agent qualifié - ce qui crée une meilleure expérience client et réduit notre volume global d'appels ».

Grâce à l'intégration de RingCentral avec Microsoft Dynamics 365, le système de CRM de Raven, l'équipe d'assistance bénéficie de workflows optimisés, explique-t-il.

« L'intégration de RingCentral dans notre environnement de CRM Dynamics 365 est optimale. Désormais, lorsqu'un client appelle notre équipe d'assistance, l'agent qui va répondre voit son profil et le motif de son appel avant même de décrocher. C'est un atout majeur, tant pour nos agents que pour les clients auxquels ils répondent. »

Leçon 5 :

Les technologies de communication doivent s'intégrer aux applications métier existantes pour faciliter le travail des agents et maintenir la qualité de service.



En bref...

L'optimisation de l'expérience client n'impacte pas seulement vos clients. La fluidification de vos opérations, les gains d'efficacité et les options de service client en libre-service facilitent le travail de vos employés, qui servent ainsi mieux vos clients.

Comme nous l'avons vu au travers de ces quelques exemples, la solution Contact Centre de RingCentral aide les organisations à fournir un service client efficace et rapide, même à distance. Des fonctionnalités comme le routage basé sur les compétences, la gestion des agents et les analyses en temps réel notamment, contribuent à améliorer l'expérience des agents au quotidien et à assurer la satisfaction des clients.

Les fonctionnalités et solutions modernes, comme les centres de contact cloud compatibles avec le travail à distance, vous aideront à développer votre activité et à satisfaire vos clients.

Pour découvrir comment faire progresser l'orientation client au sein de votre entreprise, explorez les [solutions de centre de contact cloud](#) de RingCentral.

Pour plus d'informations, n'hésitez pas à prendre contact avec un représentant commercial. Rendez-vous sur ringcentral.com/fr/fr ou composez le 0800 90 39 18.

RingCentral, Inc. (NYSE: RNG) est un fournisseur mondial leader de solutions de communications d'entreprise et de collaboration IA-first dans le cloud, qui unifient de manière simple et fluide la téléphonie, la messagerie, la vidéo, les webinaires et événements hybrides et le centre de contact. RingCentral équipe les entreprises de capacités d'intelligence conversationnelle et enrichit les interactions clients et collaborateurs afin d'offrir des insights actionnables et de générer de meilleurs résultats. Grâce à des décennies d'expertise dans les communications cloud fiables et sécurisées, RingCentral a gagné la confiance de millions de clients et de milliers de partenaires dans le monde entier. Le siège de RingCentral est situé à Belmont en Californie et l'entreprise possède des bureaux dans le monde entier. Visitez ringcentral.com pour en savoir plus.

RingCentral

RingCentral France SAS, 3 rue Saint-Georges Paris, France. ringcentral.fr

© 2024 RingCentral, Inc. Tous droits réservés. RingCentral et le logo RingCentral sont des marques déposées de RingCentral, Inc. Les éventuels autres marques et logos de tiers figurant dans le présent document appartiennent à leurs propriétaires respectifs.