



Analyse des interactions clients :

**Améliorer l'expérience client
Une démarche créatrice de valeur**

TABLE DES MATIÈRES

1	Introduction	3
2	La valeur de l'analyse des interactions clients dans la compréhension de l'expérience client.....	6
2.1	Collecte de données pour les centres d'appels.....	7
3	Les défis de l'intégration d'un programme d'analyse des interactions clients.....	8
4	Une approche visant à mettre en œuvre avec succès le programme d'analyse des interactions clients.....	10
4.1	Bonnes pratiques supplémentaires en vue de la mise en œuvre d'un programme d'analyse des interactions clients.....	11
5	Différents types de solutions d'analyse des interactions clients.....	13
5.1	Analyse phonétique.....	13
5.2	Analyse LVCSR.....	13
5.3	Autres considérations importantes	14
6	Sélection de la technologie appropriée.....	16
7	Rendre opérationnel le programme d'analyse des interactions clients au sein de vos processus	18
8	Réaliser un retour sur investissement grâce à votre programme d'analyse des interactions clients.....	20
9	En résumé	22
	À propos d'Activeo.....	23

1 Introduction

Aujourd'hui, les entreprises sont confrontées à des défis de taille en matière de service client. La complexité des interactions clients, les différents canaux de clients disponibles et l'augmentation de la demande des clients font qu'une pression plus forte s'exerce sur les entreprises pour qu'elles offrent une meilleure expérience client.

Les solutions d'analyse des interactions clients permettent d'améliorer l'expérience client et l'efficacité des agents, mais fournissent également aux entreprises des données de BI.

L'analyse des interactions clients consiste à analyser la voix de vos clients à l'aide de différentes technologies. Il s'agit de transformer vos enregistrements d'appels en métadonnées, puis d'analyser et de structurer ces métadonnées en informations utiles pour votre entreprise. La plupart de ces solutions utilisent les conversations enregistrées comme point d'entrée. Toutefois, des techniques et technologies plus récentes permettent désormais d'analyser en temps réel les interactions verbales et écrites telles que les messages instantanés, les e-mails et les messages de réseaux sociaux. La valeur ajoutée de l'analyse des interactions clients réside dans sa capacité à étudier non seulement ce que disent les clients, mais également leurs sentiments lors d'une interaction. En outre, cette analyse permet de déterminer si les agents réagissent ou non à ces signaux.

L'analyse des interactions clients est principalement utilisée par les centres d'appels, mais il peut s'agir d'un outil précieux pour d'autres services tels que le service marketing, le service commercial, le service des opérations, le service du développement produit et le service crédit et recouvrement.

Les données clients recueillies et analysées reflètent les besoins, les tendances, les attentes et les problèmes des clients.

L'analyse des interactions clients est utilisée pour :

- analyser le **niveau de satisfaction client**, y compris les différentes caractéristiques émotionnelles exprimées lors des interactions clients ;
- effectuer une **analyse des causes profondes** en structurant et en classant les volumes de données clients afin d'identifier les raisons sous-jacentes pour lesquelles les clients appellent ;
- identifier les menaces et les **mesures correctives** permettant de résoudre les problèmes récurrents ;

- identifier les **opportunités** en vue d'intégrer les processus préventifs ;
- analyser les **tendances** afin d'identifier à quel(s) moment(s) certains types d'appels sont le plus susceptible d'être émis ;
- identifier les **performances** et les besoins en matière de formation des centres d'appels ;
- évaluer les **performances et l'efficacité des agents** dans la gestion des appels ;
- identifier les **besoins en matière de gestion** dans le cadre des interventions et du support ;
- identifier les **besoins de performance** à travers la chaîne de valeur ;
- présenter un **rapport complet** aux principaux dirigeants des secteurs affectés de l'entreprise.

Les informations issues de l'analyse des interactions clients vous permettent de déterminer les opportunités d'amélioration les plus importantes afin que votre entreprise puisse se tailler un avantage concurrentiel, mais également de réduire les coûts et de développer un programme d'expérience client optimal.

Les centres d'appels ont connu de beaux succès grâce à l'analyse des interactions clients, et ce, en raison de sa capacité à améliorer le service client et les performances desdits centres d'appels. En réalité, le marché de l'analyse des interactions clients continue chaque année de croître de manière exponentielle. Les entreprises ont découvert que cette analyse permet d'améliorer l'expérience client, d'augmenter les niveaux de fidélisation, de réduire les coûts et de faire progresser l'efficacité des contrôles de conformité.

Toutefois, la véritable valeur de l'analyse des interactions clients peut être pleinement réalisée lorsque cette analyse est utilisée comme acteur de changement à travers votre entreprise. Ses résultats sont plus efficaces lorsque vous identifiez les améliorations, mettez en œuvre les recommandations et soutenez le programme de façon continue.

La centralisation des données clients est essentielle à la compréhension et la gestion de l'expérience de vos clients. Dans une récente enquête, Gartner a révélé que si votre entreprise souhaite s'améliorer d'ici 2016, elle doit principalement concentrer ses efforts sur la collecte de données

L'enquête Gartner 2015 sur l'expérience client révèle que :

D'ici 2016, **89 % des entreprises prévoient une concurrence principalement basée sur l'expérience client ; ce chiffre était de 36 % il y a 4 ans.** D'ici 2017, 50 % des investissements en matière de produits seront consacrés aux innovations dans le domaine de l'expérience client.

clients. Face aux exigences concurrentielles qui ne cessent d'augmenter et aux méthodes d'achats de plus en plus nombreuses, l'expérience client s'avère être le seul avantage concurrentiel véritablement durable. Dans l'objectif d'acquérir cet avantage concurrentiel, les entreprises doivent offrir aux clients la meilleure expérience possible sur l'ensemble des canaux et dans toutes leurs interactions, du service marketing au service commercial, en passant par le service financier.

2 La valeur de l'analyse des interactions clients dans la compréhension de l'expérience client

En seulement 10 ans, l'analyse des interactions clients est devenue un outil de transformation central pour les centres d'appels et est en passe d'être considérée comme essentielle.

Vous pouvez continuellement améliorer votre service client en utilisant l'analyse des interactions clients pour recueillir des informations importantes sur la satisfaction client. Les outils d'analyse des interactions clients automatisent en grande partie le processus, vous permettant ainsi d'évaluer les informations issues de milliers d'appels enregistrés en un temps minimal et d'envisager une utilisation pratique des données.

L'analyse des interactions clients n'est pas uniquement importante pour les centres de service client ; elle permet également de :

- identifier les **tendances du marché** afin de vous aider à déterminer la réputation et les performances générales de votre entreprise ;
- évaluer la **conformité de votre équipe** ;
- déterminer dans quelle mesure les différents **services travaillent ensemble** ;
- identifier **les produits et/ou services qui connaissent un succès** et les autres ;
- réduire **votre taux d'attrition**, c'est-à-dire le nombre de clients perdus en raison d'un mauvais service client.

Le logiciel d'analyse des interactions clients pouvant enregistrer les émotions de manière efficace, il permet également de prédire l'insatisfaction des clients en détectant les lacunes de votre service client et les problèmes liés à vos produits et/ou services.

Vous pouvez utiliser les données enregistrées pour comprendre et prédire les nouvelles tendances en fonction des besoins des clients et les raisons pour lesquelles ils appellent. Vous pouvez baser vos

Bien que l'analyse des interactions clients réside principalement au sein du centre de contacts, **elle a le potentiel d'être un acteur de changement à travers l'ensemble de l'entreprise** car elle identifie les aspects à améliorer et les idées pour différents groupes.

décisions futures sur ces informations et anticiper les tendances du marché de manière plus visible et plus rapide.

2.1 Collecte de données pour les centres d'appels

Vous pouvez optimiser l'efficacité de votre centre d'appel en utilisant les données issues de l'analyse des interactions clients, telles que les temps d'attente et les performances des agents. Utilisez ces données comme commentaires auprès de vos équipes de service client, et ce, afin d'améliorer la qualité du service, réduire les temps d'attente et peser sur d'autres indicateurs de performance.

Voici les **10 avantages clés** qu'offre l'analyse des interactions clients aux entreprises :

1. Clarifier les raisons pour lesquelles les clients appellent votre entreprise.
2. Comprendre les tendances du marché et les anticipations des clients.
3. Fournir des informations sur les caractéristiques émotionnelles et la satisfaction de vos clients.
4. Contrôler dans quelle mesure votre service client respecte ses scripts et fournit les informations requises par vos clients.
5. Évaluer l'efficacité avec laquelle vos clients communiquent avec votre service client en quantifiant les attentes, transferts, silences et interruptions.
6. Identifier les conversations qui méritent d'être analysées de plus près.
7. Optimiser l'efficacité opérationnelle des centres d'appels.
8. Identifier les secteurs qui améliorent la satisfaction client.
9. Améliorer la fidélité des clients.
10. Identifier les aspects à améliorer à travers l'entreprise afin de vous assurer de concentrer vos efforts sur vos clients et le taux de fidélisation, et ainsi protéger et augmenter votre chiffre d'affaires.

3 Les défis de l'intégration d'un programme d'analyse des interactions clients

Comme avec chaque opportunité, l'intégration d'un programme d'analyse des interactions client entraîne divers défis qu'il convient de relever. Ces défis incluent :

- expliquer aux différentes parties prenantes de votre entreprise que la valeur de l'analyse des interactions clients va au-delà du centre d'appels ;
- faire face à la complexité croissante de l'analyse des données issues de l'ensemble des différents canaux de clients ;
- comprendre la manière dont fonctionnent les différentes technologies ;
- déterminer la meilleure approche et la meilleure technologie pour votre entreprise.

Bien que la mise en œuvre d'un programme d'analyse des interactions clients puisse se révéler être un moyen exceptionnel d'améliorer la fidélité des clients et d'augmenter le chiffre d'affaires, le processus d'amélioration continue repose sur la façon dont vous éduquez vos clients et répondez à leurs préoccupations.

En outre, bien que l'enregistrement des interactions clients puisse fournir des informations importantes sur les préférences des clients, les tendances actuelles du marché et bien plus encore, les données peuvent rapidement devenir très complexes à examiner et à analyser. Le processus peut s'avérer coûteux, c'est la raison pour laquelle les parties prenantes doivent être prêtes à investir dans la technologie et à patienter un certain temps avant de constater des résultats concrets.

Il convient également d'avoir conscience de ce qui suit :

- Il peut s'avérer difficile d'évaluer de manière précise votre retour sur investissement, ce qui peut entraîner des obstacles lorsque les budgets sont serrés.
- Votre entreprise doit consacrer énormément de temps et de ressources à la formation et à l'adaptation du système pour qu'il fonctionne avec vos paramètres, qui seront différents de vos paramètres initiaux.
- Si vous ne disposez d'aucune expertise interne, vous devrez peut-être faire appel à des experts en analyse afin que votre équipe soit dûment formée et opérationnelle.
- L'intégration de la nouvelle technologie à vos systèmes de gestion des clients peut s'avérer difficile.

Les solutions d'analyse des interactions clients sont complexes. Elles génèrent de très nombreuses données qui peuvent avoir un impact positif sur les opérations commerciales. Vous devez toutefois tirer profit des données de manière appropriée. Une équipe interne dédiée constitue le meilleur moyen de relever la plupart des défis majeurs.

- Sélectionner la technologie la mieux adaptée à vos besoins entraîne des défis inhérents, le marché offrant de nombreuses options.

En outre, une fois que vous avez découvert les problèmes liés aux activités de relation client, il convient de procéder à des changements significatifs en matière de gestion, et ce, en vue de mettre en œuvre de nouvelles stratégies. L'adhésion de tous est requise pour mettre en œuvre les changements nécessaires en vue d'offrir la meilleure expérience client, tel qu'identifié par l'analyse.

Pour qu'un programme d'analyse des interactions clients fonctionne pour vous et votre entreprise, mais également pour tirer le plus grand profit du processus, vous devez être pleinement soutenu par votre direction. Dans le même temps, vous devez obtenir l'adhésion des services qui interagissent avec les clients et que le programme affecte le plus.

Pour ce faire, vous pouvez :

- informer toute l'entreprise des avantages qui découleront d'une utilisation continue de ce programme ;
- créer un flux continu de rapports qui prouvent, à l'aide de données explicites, que les systèmes en place sont efficaces ;
- récompenser les cadres intermédiaires et les travailleurs de première ligne pour leur soutien continu en faveur des progrès réalisés grâce aux informations recueillies.

4 Une approche visant à mettre en œuvre avec succès le programme d'analyse des interactions clients

L'utilisation d'un programme d'analyse des interactions clients a permis à de nombreuses entreprises de surmonter ces défis et d'obtenir des résultats transformationnels. La réussite de ces entreprises est liée à l'approche holistique qu'elles ont adoptée lors de la mise en œuvre de leur programme d'amélioration. Maintenant que le processus de collecte de données au cours du processus de surveillance s'est généralisé, nous avons beaucoup à apprendre des entreprises qui l'ont utilisé. Voici quelques-unes des bonnes pratiques en vue de la mise en œuvre d'un programme d'analyse des interactions clients :

- **Définissez des objectifs pour l'entreprise dans son ensemble.** Effectuez une analyse approfondie de vos appels enregistrés afin de déterminer la manière dont vos clients sont influencés et ce qui les influence.
- **Analysez vos données.** Lorsque des conversations font référence à un problème particulier, écoutez-les et commencez à répertorier d'autres appels en direct ou enregistrés afin de déterminer les mots-clés et expressions, ainsi que les émotions des clients, relatifs à chacune des principales préoccupations actuelles de votre entreprise. L'analyse des interactions clients est un processus largement automatisé, c'est pourquoi il convient de toujours vérifier la validité des résultats les plus importants. Répertoriez les appels liés à chaque problème et écoutez-les afin de déterminer s'ils ont été correctement classés. Appuyez-vous sur les données enregistrées pour déterminer les indicateurs clés de performance et avoir une idée plus précise de ce que vous souhaitez obtenir grâce à l'analyse des interactions clients.
- **Établissez des mesures de référence.** Avant même de mettre en œuvre le programme d'analyse des interactions clients, établissez des mesures de référence de manière à connaître immédiatement le nombre d'appels liés à un problème particulier, que ces mesures soient des problèmes liés au prix, aux taux de conversion ou tout autre indicateur clé de performance considéré comme une préoccupation majeure par votre entreprise.
- **Hiérarchisez vos initiatives en fonction de leur retour sur investissement.** Concentrez vos efforts sur les problèmes les plus importants au sein de votre entreprise. Pour de nombreuses entreprises, résoudre le problème dès le premier appel constitue la priorité, et ce, en vue d'une amélioration continue. Utilisez un système de recherche de qualité afin

d'identifier les problèmes dont votre entreprise peut ne pas avoir connaissance. Affinez vos recherches afin de déterminer la cause profonde du problème.

- **Développez un plan d'action en vue d'utiliser vos résultats** à travers l'entreprise. L'analyse des interactions clients permet d'identifier les opportunités d'amélioration précieuses à travers l'ensemble des services. Vous devez comprendre que votre entreprise doit appliquer les recommandations dans toute l'entreprise, et non pas uniquement au sein de votre centre d'appels.
- **Assurez-vous de la collaboration de tous à travers l'entreprise.** Développez des processus afin de vous assurer que les différents services de votre entreprise sont capables de collaborer de manière efficace. Puisque l'analyse des interactions clients concerne votre entreprise dans son ensemble, vos équipes doivent collaborer de manière à pouvoir répondre plus efficacement aux attentes de leurs clients.
- **Responsabilisez vos équipes** en les informant des avantages et fonctionnalités du logiciel d'analyse des interactions clients. Incitez-les à fournir un meilleur soutien en leur demandant de respecter leurs scripts et de répondre de manière efficace aux demandes des clients.

4.1 *Bonnes pratiques supplémentaires en vue de la mise en œuvre d'un programme d'analyse des interactions clients*

En suivant les chemins empruntés par d'autres, vous pouvez mettre en œuvre le processus au sein de votre entreprise et ainsi obtenir les résultats remarquables réalisés par de nombreuses autres entreprises. Trouvez la meilleure technologie adaptée à vos besoins et commencez à récolter vos propres fruits. Adoptez certaines des bonnes pratiques supplémentaires déjà connues :

- **Trouvez le talent approprié** chargé de choisir le meilleur logiciel, formez votre personnel et mettez en œuvre le programme. Puis permettez-leur de diriger le programme. Assurez-vous que les ressources suffisantes et appropriées sont disponibles.
- **Amenez les dirigeants** de votre entreprise à afficher un soutien sans réserve. Informez-les du potentiel qu'un programme d'analyse des interactions clients peut apporter au résultat net, de manière à maintenir leur soutien tout au long des phases de

Pour optimiser la productivité de votre programme d'analyse des interactions clients, assurez-vous de disposer de la bande passante appropriée, offrez une formation continue, assurez-vous de disposer des contrats de support et de maintenance nécessaires, déterminez si vous avez besoin de serveurs supplémentaires pour l'analyse et le traitement audio.

démarrage.

- **Définissez des objectifs** et des références qui reflètent les objectifs de l'entreprise, et ce, dans le cadre de vos rapports.
- **Identifiez les facteurs qui vous différencient** de vos concurrents et axez votre analyse sur la recherche de nouvelles façons d'optimiser ces caractéristiques.
- **Hiérarchisez les indicateurs clés de performance** que vous pouvez identifier et améliorer rapidement, ce qui vous permettra de soumettre plus rapidement un meilleur retour sur investissement et ainsi d'obtenir un soutien en faveur de recherches plus approfondies.
- **Recueillez et classez** les données de manière appropriée, puis analysez-les dès qu'elles sont en votre possession. Écoutez un large éventail d'appels, à la fois enregistrés et en direct, pour identifier les expressions, mots-clés et termes les plus fréquemment utilisés.
- **Examinez les résultats** avec vos parties prenantes, et ce, de façon régulière.
- **Développez un plan** visant à mettre rapidement en œuvre les modifications à mesure que vous identifiez les faiblesses en matière de service client.

Attendez-vous à une résistance des agents de première ligne et préparez-vous à mettre en œuvre les changements malgré les défis rencontrés. Grâce à une direction soutenant pleinement vos efforts, vous pouvez donner l'exemple et faciliter l'adaptation des employés aux nouvelles normes d'excellence. Grâce à un soutien à l'échelle de l'entreprise, vous pouvez mettre en œuvre les changements à travers une formation efficace et des récompenses.

5 Différents types de solutions d'analyse des interactions clients

Au cours des dernières années, les solutions d'analyse des interactions clients sont devenues beaucoup plus sophistiquées. Première étape essentielle : choisir la meilleure manière pour votre entreprise d'obtenir les informations de valeur dont elle a besoin. Que vous optiez pour des solutions qui tiennent compte de certains mots-clés, expressions, phonétiques ou tons, le choix de la technologie représente un défi de taille.

La technologie de reconnaissance vocale constitue l'une des considérations les plus importantes et, de fait, la principale technologie derrière l'analyse des interactions clients. Une solution d'analyse des interactions clients doit se fonder sur l'analyse d'appels enregistrés et la collecte des données impliquées. Il existe deux principales approches en matière d'analyse des interactions clients :

1. la phonétique ;
2. la reconnaissance de la parole continue à vocabulaire étendu (LVCSR).

5.1 Analyse phonétique

L'analyse phonétique détecte les séquences et sons individuels des appels enregistrés. Bien que le temps de traitement soit beaucoup plus rapide que la technologie LVCSR, la recherche s'avère être beaucoup plus lente. Les sons seuls ne peuvent être indexés de la même manière que les mots. En outre, les systèmes phonétiques permettent uniquement d'écouter les enregistrements à vitesse normale pour déterminer la pertinence du contenu et trouver les informations que vous recherchez. Les systèmes phonétiques permettent toutefois de pallier à un inconvénient majeur de la technologie LVCSR : ils vous permettent d'identifier des mots et noms qui, autrement, ne sont pas répertoriés dans un dictionnaire de reconnaissance vocale. Une solution d'analyse des interactions clients offre quelques avantages significatifs pour les entreprises qui traitent avec des noms de produits ou de services uniques ou des secteurs émergents.

5.2 Analyse LVCSR

La technologie sous-jacente derrière l'analyse LVCSR est en réalité presque identique aux systèmes phonétiques ; après tout, l'ensemble des systèmes de reconnaissance vocale fonctionnent en écoutant les phonèmes et en les convertissant en données textuelles. Toutefois, les systèmes LVCSR fournissent une approche complète basée sur la transcription, à l'aide d'un dictionnaire prédéfini contenant des dizaines de milliers de mots. Une transcription complète de l'enregistrement sonore garantit une précision globale bien meilleure qu'avec un système phonétique.

Malheureusement, les mots à transcrire doivent se trouver dans le dictionnaire. Les systèmes de reconnaissance vocale plus sophistiqués peuvent vous aider à surmonter cette contrainte en vous permettant d'ajouter vos propres mots et noms. Gardez simplement à l'esprit que la phase de traitement des systèmes LVCSR est beaucoup plus longue qu'avec l'approche phonétique, bien qu'une fois terminée, elle nécessite beaucoup moins de travail en raison de recherches plus rapides.

5.3 *Autres considérations importantes*

Pour de nombreuses entreprises, la priorité réside dans la précision des données recueillies. Toutefois, les entreprises ont souvent un certain nombre d'autres considérations importantes, y compris les coûts impliqués et le nombre d'heures-personnes nécessaires pour analyser et utiliser les données.

Voici quelques points supplémentaires à prendre en compte au moment de choisir un programme d'analyse des interactions clients :

- **Vitesse de traitement.** La vitesse de traitement fait référence au traitement initial de l'enregistrement sonore. En général, une vitesse de traitement plus lente suppose une plus grande précision. C'est pourquoi il est important de trouver le bon compromis entre vitesse et précision.
- **Vitesse de recherche.** Il s'agit du temps nécessaire pour effectuer une recherche à travers les données recueillies. Les systèmes LVCSR fournissent des algorithmes de recherche basés sur du texte, vous permettant ainsi de rechercher facilement des mots-clés et expressions spécifiques à travers les données. Les personnes lisant généralement deux fois plus vite qu'elles ne parlent, la vitesse de recherche est logiquement plus rapide avec les systèmes LVCSR.
- **Utilisation du texte avec des applications BI.** L'analyse des interactions clients ne se limite pas à une recherche à travers du contenu enregistré, que ce soit sous forme audio ou audio transcrite. Les systèmes LVCSR fournissent du texte que vous pouvez ensuite utiliser avec d'autres applications BI, ce qui vous permet de recourir davantage aux données en recueillant des informations de milliers d'appels enregistrés.
- **Ajout de nouveaux mots et noms.** La découverte de nouveaux mots et noms constitue le principal avantage d'une approche phonétique. Heureusement, la plupart des systèmes LVCSR vous permettent d'ajouter de nouveaux mots dans vos dictionnaires, et ce, sans avoir à modifier les procédures de reconnaissance phonétique sous-jacentes.

Au moment de faire un choix, il est plus judicieux pour les entreprises qui traitent d'archives de données particulièrement importantes ou doivent effectuer des recherches audio à des fins juridiques

d'utiliser une approche basée sur la phonétique. Pour les entreprises qui souhaitent recueillir des informations marketing et commerciales, identifier des sujets et recueillir des données dans le cadre de recherches manuelles rapides, le mieux est d'utiliser une solution LVCSR. Bien évidemment, rien n'empêche votre entreprise de tirer profit des avantages des deux approches, à condition de les utiliser à bon escient.

6 Sélection de la technologie appropriée

Face à un éventail si vaste de technologies disponibles sur le marché, vous trouverez peut-être difficile de faire le tri parmi les options en vue de trouver le meilleur usage pour votre entreprise. Les problèmes sont accentués par ceux qui vendent leurs produits sans une connaissance approfondie de vos besoins.

Disposer d'un contrôle interne afin de veiller à ce que vos besoins soient satisfaits est essentiel à votre réussite.

Voici quelques points à prendre en compte au moment de choisir votre technologie :

- **Quels systèmes technologiques utilisez-vous actuellement ?** Au moment de sonder votre environnement informatique, intégrez des programmes informatiques pour agents, des outils de contrôle des réseaux sociaux, des systèmes téléphoniques, des logiciels de gestion de la relation client (GRC) et des fonctionnalités de support technique.
- **Tous ces systèmes communiquent-ils entre eux ?** Si ce n'est pas le cas, vous ne serez peut-être pas en mesure d'évaluer rapidement la réaction d'un client.
- **De quelle manière évaluez-vous la productivité des agents ?** En plus de nuire au moral des agents, des mesures et obligations supplémentaires peuvent affecter leurs niveaux de productivité, et ce, si les processus d'analyse des interactions clients ne sont pas intégrés en douceur à leurs charges de travail quotidiennes.
- **Quels seront vos besoins en matière de formation ?** Des contraintes de temps peuvent-elles interférer avec l'intégration ? Lorsque les agents commencent à utiliser un nouveau programme d'analyse des interactions clients, ils doivent souvent être capables de naviguer à travers plusieurs écrans et de gérer plusieurs connexions, et ce, qu'ils soient au téléphone ou non.
- **Quelle est la meilleure façon d'intégrer un programme d'analyse des interactions clients à votre logiciel GRC actuel ?** Vous pouvez optimiser vos résultats avec certains programmes tout en travaillant sur l'installation d'un logiciel d'analyse des interactions clients

Intégrez l'analyse des interactions clients de manière holistique à vos opérations actuelles afin d'analyser l'ensemble des expériences clients. Responsabilisez les membres les meilleurs et les plus brillants pour emmener la nouvelle technologie au-delà de ses limites.

supplémentaire sur l'ordinateur du conseiller.

- **Dans quelle mesure les membres du personnel informatique maîtrisent-ils l'analyse des interactions clients ?** De nombreux achats de logiciels incluent un support informatique non négligeable de la part du fabricant, tandis que d'autres logiciels peuvent vous permettre de réaliser des économies simplement en vous fournissant des plates-formes clés en main.

7 Rendre opérationnel le programme d'analyse des interactions clients au sein de vos processus

Le premier point de contact dans un centre d'appel ou tout autre service de votre entreprise doit disposer du plus haut niveau de compétences. Les agents qui composent vos points de contact doivent faire de l'expérience client leur priorité absolue. L'analyse des interactions clients qui examine ce premier contact, et tout ce qui suit, peut aider votre entreprise à atteindre ses objectifs. Les programmes d'analyse des interactions clients sont conçus pour améliorer la satisfaction client en définissant les facteurs qui orientent les décisions des clients, y compris, sans toutefois s'y limiter :

- coûts ;
- tendances ;
- opportunités d'achat ;
- interaction avec l'agent, à la fois positive et négative ;
- problèmes liés à vos processus d'achat ;
- défis en termes de services ou produits ;
- perceptions du marché.

L'utilisation d'un programme d'analyse des interactions clients suppose de suivre le parcours de votre client, de son premier contact au téléphone ou sur votre site Web à l'achat final.

Comprendre l'analyse émotionnelle vous permet d'évaluer la manière dont un client communique verbalement. Vous pouvez ainsi comprendre l'humeur ou l'attitude d'une personne et la façon dont cela affecte la réponse de l'agent.

L'analyse suit l'expérience de vos clients à chaque point de contact afin que vous puissiez identifier exactement où se produisent les pannes et mettre en œuvre les changements nécessaires pour empêcher toute attrition. Associez les données recueillies par votre logiciel d'analyse des interactions clients avec d'autres aspects de vos opérations, et ce, afin d'évaluer au mieux les parcours de vos clients.

Les opérations qui tirent profit d'une association avec les nouvelles données incluent :

- analyse de texte ;
- analyse Web ;
- systèmes de réponse vocale interactifs ;
- tableaux de bord informatiques ;
- taux de contrats conclus ;
- chiffre d'affaires.

En intégrant votre programme d'analyse des interactions clients à l'ensemble de vos opérations, il vous sera plus facile d'identifier et de rapidement saisir les opportunités d'amélioration. En outre, les

dirigeants peuvent plus facilement digérer les informations lorsqu'elles sont présentées sous forme d'un package avec des rapports et graphiques complets qui donnent des précisions sur les résultats.

8 Réaliser un retour sur investissement grâce à votre programme d'analyse des interactions clients

En suivant les bonnes pratiques en matière d'analyse des interactions clients, votre entreprise, comme la plupart des entreprises, devrait constater un amortissement de l'investissement dans les 6 à 18 mois. Toutefois, pour obtenir de meilleurs résultats, traitez le programme d'analyse des interactions clients comme toute autre solution de BI. Vous devez contrôler le système et veiller à ce qu'il soit utilisé par du personnel formé capable de mettre en corrélation les statistiques recueillies avec ce qui est actuellement mis en œuvre au sein de votre entreprise.

Lorsque vos cadres sont préparés au délai nécessaire avant de constater les bénéfices, vous avez le temps de faire en sorte que vos analystes soient opérationnels, comme vous le feriez avec toute autre nouvelle application BI. Un cycle de gestion des performances complet est nécessaire, y compris une analyse des causes profondes, une amélioration des performances, une identification des problèmes et un contrôle cohérent.

L'analyse des interactions clients devrait connaître une innovation continue et une croissance du secteur. DMG Consulting s'attend à ce que les vendeurs continuent d'investir en vue de faciliter l'utilisation de leurs solutions, via une intégration en douceur avec des applications complémentaires et de nouvelles options de conditionnement.

Gardez à l'esprit que votre objectif ultime est de mieux comprendre les besoins et désirs de vos clients. L'analyse des interactions clients constitue un moyen rentable d'y parvenir. Instaurer un plan judicieux qui comprend une analyse des interactions clients peut avoir des résultats mesurables à travers tous les aspects de votre entreprise.

Grâce à des collaborateurs ayant une pensée globale, qualifiés et prêts à mettre en corrélation les statistiques recueillies, vous pouvez rapidement commencer à prouver les avantages de l'analyse des interactions clients tout en continuant à mettre en œuvre le logiciel dans d'autres secteurs de votre entreprise. Toutefois, le soutien de la direction vous est nécessaire pour exploiter pleinement le potentiel du programme.

Un progrès durable nécessite que vous mettiez en place une équipe spécialisée dans l'analyse des chiffres. Le travail ne doit pas être assumé par des spécialistes en assurance qualité issus des centres d'appels ou, à temps partiel, par des responsables support qui ne sont pas pleinement engagés dans

le processus d'analyse. Les équipes inter-services sont les mieux placées pour analyser et hiérarchiser les résultats, ainsi que pour développer un plan d'action en vue de cibler les changements nécessaires identifiés par le programme d'analyse.

Les statistiques les plus impressionnantes que vous pouvez fournir aux principales parties prenantes (service financier et direction) se reflètent, de loin, dans les chiffres. Voici quelques-unes des statistiques que vous allez générer pour mettre en avant le retour sur investissement :

Réduction des coûts :

- réduction des contrôles et élimination de la nécessité d'effectuer des vérifications de conformité continues ;
- dommages-intérêts et amendes de non-conformité aux règlements évités ;
- réduction du nombre d'appels après avoir déterminé pourquoi les clients appellent et votre entreprise répond plus facilement à leurs besoins et optimise chaque appel ;
- rappels non-nécessaires éliminés grâce à une amélioration des taux de résolution lors du premier appel ;
- augmentation du libre-service à travers votre site Web et meilleure utilisation des programmes de réponse vocale interactifs ;
- réduction des protocoles d'assurance qualité nécessaires ;
- diminution du temps consacré à chaque appel et des transferts ;
- réduction du renouvellement du personnel lorsque les agents sont correctement formés.

Augmentation du chiffre d'affaires :

- ventes liées à une augmentation des taux de conversion lors des appels ;
- augmentation des ratios de recouvrement de la dette ;
- amélioration significative des évaluations du service client ;
- réponse plus rapide aux influences de la concurrence ;
- réduction du taux d'attrition.

9 En résumé

Comprendre les désirs et besoins de vos clients est hautement souhaitable, en particulier si vous avez développé une façon systématique d'utiliser ces données. L'analyse des interactions clients constitue le moyen le plus rentable d'y parvenir, à condition d'avoir mis en place une méthode pour appliquer les résultats.

Ce type d'analyse permet à votre entreprise d'en retirer des avantages considérables, y compris :

- meilleure compréhension des raisons pour lesquelles vos clients appellent ;
- gestion plus claire des attentes des clients et des tendances du marché ;
- connaissance concise des caractéristiques émotionnelles de vos clients quant à leur satisfaction vis-à-vis de votre produit ou service ;
- meilleure gestion de votre service client ;
- meilleure qualité des membres de l'équipe de support qui respectent scrupuleusement les scripts et fournissent les informations demandées par les clients ;
- évaluation efficace de chaque appel, avec des métriques visant à connaître les durées d'attente, de transfert ou d'interruption ;
- meilleure capacité à identifier les principales faiblesses dans les réponses des clients ;
- contacts optimisés à travers votre entreprise, ce qui améliore la satisfaction client, augmente la fidélité et réduit les taux d'attrition.

Bien que l'analyse des interactions clients soit principalement utilisée au sein des centres d'appels, la technologie a le potentiel d'optimiser pleinement les services à travers la chaîne de valeur des clients. Les résultats obtenus grâce à un processus d'analyse des interactions clients intégré, actif et entièrement fonctionnel peuvent fournir de précieuses informations sur l'expérience client, et ce, à tous les niveaux, des services marketing et commercial au service des opérations, en passant par le service de formation des collaborateurs et le service client.

Depuis ses débuts en 2004, l'industrie de l'analyse des interactions client a connu une croissance et une amélioration significatives, année après année. Bien que l'analyse post-appel constitue une technologie stratégique très évoluée, l'analyse des interactions clients en temps réel offre des avantages tactiques qui ont un impact significatif sur les résultats du contact client. Des experts en logiciels d'analyse des interactions clients font leur apparition pour aider les entreprises à utiliser la technologie. Argument ultime, le moment est venu de tirer profit de l'analyse des interactions clients pour améliorer l'expérience client, très importante, mais également pour offrir une expérience riche et solide à votre entreprise, vos parties prenantes et vos employés.

À propos d'Activeo

Activeo est un leader reconnu dans la gestion des contacts clients, permettant ainsi aux entreprises d'offrir une expérience client de qualité supérieure à travers leurs centres d'appels, leurs canaux digitaux et une stratégie client globale intégrée.

Nos services de conseil aux entreprises offrent aux clients des solutions pour les aider à répondre à différents besoins tout au long du cycle de la relation client :



Nous proposons notamment de :

- ✓ réaliser des évaluations et audits ;
- ✓ évaluer et améliorer les processus de l'expérience client ;
- ✓ développer des programmes d'analyse de la voix du client ;
- ✓ développer un plan stratégique de gestion des clients ;
- ✓ aligner le service client avec des objectifs stratégiques ;
- ✓ évaluer les performances de votre centre d'appel ;
- ✓ développer un programme de gestion des performances ;
- ✓ développer, mettre en place ou localiser un service clients.

**Pour plus d'informations,
veuillez nous contacter à l'adresse suivante :**

www.activeo.com

Véronique Godart

vgodart@activeo.com