

CX leader : la culture de l'innovation raisonnée



Véronique GODART
Managing Partner - Activevo

La société se reconnecte à l'entreprise, le client à la marque et l'expérience client étend ses frontières pour plus de transversalité. Car engager durablement est un enjeu majeur pour les marques qui multiplient les canaux d'interaction et se sont engagées dans une course au digital sans précédent. Créer un moment d'exception avec son client, enrichir l'interaction d'émotion, de vérité ne se décrète pas. Cette culture relationnelle et expérientielle se réfléchit, s'impulse et surtout s'accompagne dans la durée. Seuls les Champions de l'Expérience Client, les CX Leaders comme on aime les appeler seront armés pour inscrire l'orientation client responsable dans le code génétique de l'entreprise. Un savant dosage qui combine métier et technologie, humain et digital et permet d'offrir le choix au client dans son interaction avec la marque, tout en capitalisant sur le cognitif.

Humain et Technologie permettent ainsi une expérience client ou citoyen améliorée, facilitée, enrichie et personnalisée. C'est aussi l'objectif vertueux que nous poursuivons chez Activevo dans tous nos modèles d'accompagnement.

Un nouveau référentiel ?

A force de vélocité, nous avons clairement observé ces dernières années, une volatilité de l'attention du client comme du collaborateur. Le moment est donc venu de se pencher à nouveau vers plus de valeur, plus de sens, plus d'engagement, plus de confiance. Se transformer autrement se base sur les nouveaux référentiels qui permettent de créer du lien.

Une place pour l'IA ?

Nous nous basons sur les concepts innovants – The

Frictionless Organization, Best Service Is No Service, le Me2B - pour imaginer le futur et rendre possible l'automatisation éclairée dans le parcours client. L'usage de l'IA, du langage naturel, permettent de répondre aux problématiques de forte sollicitation, de demandes connues et récurrentes. Une fois captées, catégorisées et analysées, les demandes peuvent faire l'objet d'un traitement automatique. Sans oublier le vaste champ des possibles pour détecter les signaux faibles, l'analyse de sentiments, faciliter le travail de l'agent pendant la conversation et post appel, traduire ou produire un contenu. L'agent augmenté devient réalité.



The Frictionless Organization

Un nouvel ouvrage qui valorise une fois de plus l'intérêt d'une orientation CX transverse à toute l'entreprise et pas uniquement le service clients.

Co-écrit par Bill Price et David Jaffe, membres du réseau Limebridge, cet ouvrage est nommé #1 du « Top 10 des Business Book 2022 ».

On vous dit tout sur :

- Comment améliorer l'engagement collaborateur, moteur de la performance ?
- Comment personnaliser et digitaliser le parcours client, moteur de l'agilité ?
- Comment libérer les services clients des contacts sans valeur au service d'une expérience améliorée ?

Pour éviter les frictions et surtout, créer la valeur, optimiser les coûts et fidéliser les clients, la déclinaison de cette démarche est une évidence. Une méthodologie simple, efficace et innovante qui améliore l'expérience client et contribue à éliminer les obstacles et surtout à faire émerger les champions CX.

Membre du réseau d'Alliance Limebridge, Activevo contribue au développement de pratiques singulières et de nouveaux concepts en matière d'expérience client sur le marché. www.activevo.com

