GENESYS

Retail : 10 façons d'améliorer votre centre de contact

Dans le secteur du retail, les centres de contact ont suffisamment de métriques et d'instruments de mesure pour entamer un réel travail d'optimisation. Cependant, beaucoup échouent encore par manque d'imagination. Voici 10 idées pour vous lancer.

1. Mesurer, pas cibler !

Si vous pouvez mesurer une donnée, vous pouvez la gérer. Mais si vous ciblez, vous encouragez les détours et les dérobades. Assurez-vous que vos métriques mesurent l'essentiel, sans jamais céder à la facilité.

À quoi bon mesurer le « temps de traitement » si vos clients ne sont pas satisfaits ?

2. Halte à la prolifération des applications

Plus vous avez d'applications, moins vos agents s'y retrouvent. Mesurez la fréquence d'utilisation de chaque application, puis comparez sa difficulté d'apprentissage à sa valeur ajoutée. Simplifiez le poste de travail de vos agents pour mieux booster leur productivité.

Un agent de service client utilise en moyenne 4 à 6 applications

Certains centres de contact en ont 15 ![1]

3. Qui dit CX, dit AX

Observez l'expérience de vos agents (AX) : vont-ils sans cesse de portail en portail, d'écran en écran ? S'ils sont mécontents, cela déteindra sur vos clients. Demandez-leur ce qui leur pose problème et encouragez des retours constructifs pour améliorer l'AX.

UN TIERS[2] des centres de contact font de l'expérience agent un de leurs objectifs pour 2018.

4. Offrez plus de liberté à vos clients avec le self-service

50 %

des entreprises[3] cherchent à augmenter leur productivité avec le self-service.

Ce qui peut être écrit noir sur blanc peut être automatisé. Mettez en place un processus permettant d'automatiser la résolution des problèmes connus. Qui sait, vous poserez peut-être les bases de votre nouvelle application self-service....

5. Identifiez les silos de données

Systèmes d'ancienne génération, mosaïque de bases de données, pannes informatiques à répétition... l'infrastructure de votre centre de contact est un véritable patchwork (ou « Frankenstack ») qui ralentit la prise en charge des clients ? Optez pour un centre de contact tout-en-un, dans un modèle SaaS prêt à l'emploi.

Les temps d'attente des clients ont un prix.

100 Md $

par an, pour être précis.[4]

6. Oubliez les appels, pensez canaux

Vous gérez un centre de contact, pas un centre d'appel. Certaines questions sont mieux traitées par e-mail, SMS ou chatbot – des canaux souvent mieux adaptés et moins coûteux.

Dans le retail, chaque appel entrant coûte au moins 5 $ — Forbes[5]

7. Répéter... Retaper... Rejeter

Combien de fois un agent retape-t-il les mêmes données, répète-t-il la même action ou, pire encore, pose-t-il les mêmes questions à son client ? Derrière chaque point de blocage se cache un problème d'efficacité à régler.

Les clients ont horreur de se répéter. C'est même leur principal motif de mécontentement.[6]

13,5 %

des centres de contact font état de temps de traitement EN HAUSSE.[7]

8. Fini les métriques d'antan

Les demandes des clients évoluent. Leurs problèmes sont peut-être plus complexes à résoudre qu'ils ne l'étaient avant. Si vous n'avez pas mis à jour votre guide de gestion des appels ces trois dernières années, c'est peut-être de là que vient le problème.

9. Évitez le mélimélo de canaux

Aujourd'hui, les clients sont partout : smartphone, e-mail, réseaux sociaux, etc...Si vous ne pouvez pas suivre leur parcours dans des méandres de canaux, vous risquez de les perdre. Adoptez une vision omnicanal.

Les e-mails, les chats et les SMS représentent aujourd'hui plus d'un quart[8] des interactions dans les centres de contact.

Selon certains responsables de centres de contact, une belle décoration murale peut faire grimper la productivité de 30 % ![9]

10. Voyez au-delà de la technologie !

Vos agents sont avant tout des êtres humains. Ne les traitez pas comme des machines. Pour booster leurs performances, pensez à une meilleure luminosité, des couleurs plus douces, un cadre plus attrayant... Observez le monde dans lequel ils évoluent.

Votre centre de contact est-il un centre de coûts ou un centre de profits ?

Transformez votre centre de contact en centre de profits – 5 tendances à suivre

Télécharger le eGuide

Références :

1. *https://www.callcentrehelper.com/10-common-mistakes-to-avoid-with-your-agent-desktop-80379.htm*
2. *https://www.sparkcentral.com/blog/20-important-contact-center-stats-agents-processes-customer-experience/*
3. *https://chatbotslife.com/how-self-help-apps-are-transforming-customer-service-d36f55d2862e*
4. *https://www.inc.com/graham-winfrey/the-cost-of-customer-service-wait-times.html*
5. *https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2017/12/07/the-contact-center-is-having-its-model-t-moment/#74fcc20330ec*
6. *https://www.callcentrehelper.com/10-common-mistakes-to-avoid-with-your-agent-desktop-80379.htm*
7. *https://www.sparkcentral.com/blog/20-important-contact-center-stats-agents-processes-customer-experience/*
8. *https://www.hellogloba.com/blog/5-stats-about-customer-service-that-contact-center-agents-need-to-know*
9. *https://callminer.com/blog/25-call-center-leaders-share-effective-ways-boost-contact-center-efficiency/*

GENESYS

Copyright © 2018 Genesys. Tous droits réservés.
Genesys et le logo Genesys sont des marques déposées de Genesys.
Tous les autres noms de produits et services sont des marques déposées ou des marques de leurs détenteurs respectifs.
Rejoignez-nous, de vous à #Genesys à #Genesys.