



Comblez l'écart entre SVI et digital

Reliez tous les canaux pour
améliorer l'expérience client.

Sommaire

- 3 Les canaux digitaux n'ont pas mis fin au SVI. Ils l'ont contraint à s'améliorer.
- 4 Pour les clients, l'expérience compte plus que le canal d'interaction
- 4 Il est temps de combler l'écart entre SVI et canaux digitaux
- 5 Saisissez l'opportunité : reliez SVI et canaux digitaux
- 6 IVR to Digital en action
- 8 Découvrez Nuance IVR to Digital
- 9 Étapes suivantes



Les canaux digitaux n'ont pas mis fin au SVI. Ils l'ont contraint à s'améliorer.



L'objectif de l'omnicanal est d'offrir aux clients des interactions conformes à leurs attentes sur tous les canaux. Si l'idée est simple, dans la pratique, c'est l'un des défis les plus complexes que les entreprises doivent relever.

L'omnicanal englobe une multitude de technologies et de fonctions de relation client historiquement cloisonnées et difficiles à relier. Son objectif est d'offrir à chaque client une expérience intelligente, fluide et cohérente sur tous les canaux d'interaction, mais aussi d'un canal et d'un appareil à l'autre. Or, les entreprises ont consacré tant d'efforts à optimiser l'expérience digitale que les canaux traditionnels, et plus précisément le SVI, semblent aujourd'hui dépassés dans l'univers digital. Résultat ? Une hausse de la complexité (et des coûts) et une expérience loin d'être optimale.

Si le digital est à son apogée, le SVI reste un élément crucial du parcours client. Les consommateurs continuent à préférer le téléphone pour les demandes complexes ou celles pour lesquelles ils ne trouvent pas de réponse sur les autres canaux. Pour 68 % d'entre eux, le téléphone est le moyen le plus efficace de résoudre un problème.¹ Si votre SVI propose des choix limités de self-service ou met les clients en attente jusqu'à ce qu'un conseiller se libère, il génère de la frustration et vous risquez de perdre des clients.

Ce guide explique comment combler l'écart entre SVI et canaux digitaux en dirigeant intelligemment les appelants vers le canal adapté pour améliorer l'expérience client et réduire les coûts.

79%

des clients continuent à privilégier le téléphone pour contacter le service client²

¹ Get It Right: Deliver the Omni-Channel Support Customers Want, Ovum Research, 2016
² Contact Center Satisfaction Index (CCSI) 2018, CFI Group, 2018

Pour les clients, l'expérience compte plus que le canal d'interaction

Le temps, l'argent et les efforts consacrés à dévier les clients du centre d'appels vers les canaux digitaux plus économiques auront été vains si votre SVI n'est pas lui-même capable de les diriger vers les autres canaux.

Imaginez que votre SVI dirige les appelants directement vers vos canaux digitaux tout en gardant le contexte, pour traiter leur demande plus rapidement. L'idée paraît excellente, mais en réalité, le SVI est généralement cloisonné et déconnecté des nouvelles expériences digitales qui concentrent toute l'attention (et tous les investissements). Rien d'étonnant si l'on considère que dans la plupart des entreprises l'équipe qui gère le SVI et celle des canaux digitaux se connaissent à peine.

Une stratégie qui vise à faire le lien entre SVI et canaux digitaux est donc cruciale ; elle permet au SVI de proposer aux clients une alternative (live chat ou assistant virtuel) plus adaptée pour résoudre rapidement leur problème, avec ou sans l'assistance d'un conseiller.

Il est temps de combler l'écart entre SVI et canaux digitaux



Si le cloisonnement des systèmes nuit à l'efficacité opérationnelle et augmente les coûts, il a aussi un impact majeur sur l'expérience client. Lorsque le SVI et les canaux digitaux (et les équipes qui les gèrent) sont déconnectés, l'impact sur l'expérience client est significatif.



Sans système automatisé permettant de passer du SVI aux canaux digitaux, les clients qui ne trouvent pas de réponse dans le SVI ont deux options, aussi frustrante l'une que l'autre. Soit attendre qu'un conseiller se libère soit quitter le serveur vocal pour recommencer entièrement la démarche en ligne. Évidemment, il reste toujours une troisième option : se tourner vers la concurrence.



Ce constat révèle une formidable opportunité. Bon nombre d'entreprises laissent les clients confrontés au fossé entre SVI et canaux digitaux. Saisissez l'occasion de vous démarquer et de montrer à vos clients que vous vous souciez d'eux en comblant l'écart. Donnez aux appelants la possibilité de passer facilement du SVI au Web, aux SMS ou à un autre canal digital. Vous éviterez l'intervention d'un conseiller humain, vous leur donnerez un moyen plus rapide d'obtenir une réponse et vous réduirez vos coûts.



« Tout ce que veulent les clients, c'est obtenir une réponse précise, fiable et complète ou résoudre rapidement leur problème, dès le premier contact.

Pour 66 % d'entre eux, offrir un service client en ligne de qualité c'est avant tout prendre en compte le fait que leur temps est précieux. »³

— Forrester Research

Saisissez l'opportunité : reliez SVI et canaux digitaux

Passer du SVI à un canal digital est un moyen simple de diriger certains clients vers un canal adapté pour améliorer l'expérience tout en réduisant les coûts.

C'est le moyen de franchir l'obstacle qui empêche un grand nombre d'entreprises de créer une véritable expérience omnicanal et de relier les canaux historiquement cloisonnés pour proposer des interactions fluides, intelligentes et économiques.

1 Garantisiez à vos clients une expérience hors du commun

Si SVI et canaux digitaux sont connectés et comprennent le contexte de chaque demande, les clients qui préfèrent le self-service, ou dont la demande est simple, peuvent être dirigés directement vers un assistant virtuel ou le live chat ; les clients qui préfèrent parler à un conseiller (ou dont la demande est complexe) sont quant à eux orientés vers le centre d'appels.

Il ne s'agit pas seulement de réduire l'attente et le taux d'abandon ; les solutions les plus performantes transfèrent la conversation du SVI vers un canal digital en gardant le contexte. Ainsi, le client ne perd pas de temps à répéter les informations déjà communiquées, d'où moins de frustration et une résolution plus rapide.

2 Réduisez les coûts du service

En déviant du centre d'appels des clients ciblés pour les diriger de manière transparente vers les canaux digitaux plus économiques, vous réduisez les coûts du centre d'appels et rentabilisez mieux les fonds investis dans le digital. (En reliant SVI et canaux digitaux, vous augmenterez aussi la longévité et le ROI de votre SVI.)

De plus, si vous apprenez à vos clients à trouver par eux-mêmes l'information sur le Web, vous augmentez les chances qu'ils réutilisent le self-service et vous réduisez ainsi les volumes d'appels.

Les solutions IVR to Digital intelligentes sont aussi capables : a) de reconnaître les clients à forte valeur ajoutée et de les diriger vers un conseiller pour un service haut de gamme ; b) de diriger les clients qui veulent effectuer une transaction et génèrent des coûts élevés vers un canal digital pour améliorer la rentabilité du centre d'appels.

En moyenne, un appel téléphonique avec un conseiller peut coûter jusqu'à 5 € ; l'interaction digitale la plus économique ne coûte que 0,45 €.

3 Donnez de l'autonomie à vos agents

Plus le nombre d'appels déviés du centre d'appels augmente, plus vous réduisez le stress des agents et plus ils ont de temps et d'énergie pour gérer les demandes complexes et les clients à forte valeur ajoutée.

Moins de stress signifie aussi moins de turnover. Vous faites des économies en termes de recrutement et d'intégration et vous pouvez constituer un pôle de conseillers expérimentés pour réduire le délai moyen de traitement.

Plus détendus, les conseillers sont aussi plus performants pour réaliser des ventes additionnelles (et les clients plus réceptifs aux offres). Ils contribuent à faire du centre d'appels une source de revenus et plus seulement un poste de coûts.

IVR to Digital en action

Attente trop longue ? Dirigez les appelants vers un assistant virtuel.

Si l'attente est trop longue, pourquoi ne pas permettre aux appelants de quitter le SVI pour dialoguer avec un assistant virtuel ? L'interaction avec l'assistant virtuel peut se faire par SMS, en ligne ou via une application mobile. Grâce à la technologie de langage naturel, la conversation avec l'assistant virtuel se rapproche d'une interaction avec un conseiller humain.



Une question simple ? Aidez vos clients à trouver la réponse sur Internet ou auprès d'un assistant virtuel.

Bien souvent, les clients vous appellent pour une question simple dont la réponse est déjà sur votre site. Un SVI qui utilise la reconnaissance vocale identifie le thème de la question et propose à l'appelant d'être dirigé vers la page web où figure la réponse. L'appelant gagne du temps et, la fois prochaine, saura où trouver l'information. Si un conseiller doit intervenir pour traiter une demande plus complexe, il peut utiliser la co-navigation tout en parlant au client.

- 1 Le SVI identifie le besoin et propose une réponse sur une page web ou via un assistant virtuel. Il propose d'envoyer au client un lien sur son mobile.
- 2 Le client reçoit un SMS avec un lien vers la page web contenant l'information souhaitée et il est mis en relation avec un assistant virtuel.
- 3 Le client peut à présent accéder à l'information souhaitée.
- 4 Si la demande est plus complexe, l'assistant virtuel peut transférer la conversation à un conseiller humain.



IVR to Digital en action

L'appelant veut parler à un conseiller et ne peut pas attendre ? Proposez-lui un live chat.

Si l'attente est trop longue, dirigez les appelants vers un conseiller du live chat pour qu'ils obtiennent une réponse plus rapidement. Les agents du live chat gèrent plus de conversations simultanées qu'au téléphone. L'attente est moins longue et les clients bénéficient malgré tout d'une interaction avec un conseiller humain.



Montrez à vos clients la marche à suivre et aidez-les à résoudre leur demande par eux-mêmes.

Si vous donnez à vos conseillers la possibilité d'un partage d'écran ou d'une co-navigation avec l'appelant et montrez à vos clients comment trouver par eux-mêmes la réponse directement sur votre site Internet, vous leur apprenez à résoudre les demandes directement, vous leur offrez une meilleure expérience et vous réduisez le nombre d'appels ultérieurs pour le même motif.

- 1** Le SVI identifie précisément le problème à résoudre, pour lequel un guide ou une vidéo d'explication est disponible. Il propose au client d'envoyer un lien sur son mobile.
- 2** Le client reçoit un sms avec un lien pour débuter l'interaction.
- 3** Le client peut maintenant résoudre son problème en consultant la vidéo ou le guide.



Après déploiement de Nuance IVR to Digital, l'un des principaux fournisseurs d'accès à internet mondiaux a dévié 10 % des appels vers le chat en seulement 90 jours. 79 % des clients ont résolu leur problème grâce au chat et seulement 9 % ont quitté le chat pour parler à un conseiller.

Découvrez Nuance IVR to Digital

Nuance IVR to Digital rend votre SVI plus intelligent et plus performant en dirigeant des clients ciblés de manière transparente vers un canal digital comme le live chat, la messagerie texte ou un assistant virtuel.

Avec Nuance IVR to Digital, vous supprimez les barrières qui cloisonnent les canaux et créent des expériences décousues, et vous franchissez une étape importante sur la voie d'un engagement omnicanal intelligent.

Fonctionnalités puissantes ...



Contrôle ciblé des appels : gardez le contrôle sur les appels en identifiant précisément ceux qui sont déviés et vers quel canal grâce à des règles de redirection automatique des appels entrants.



Transfert en contexte : dirigez les appelants d'un canal à un autre sans perte de contexte pour garantir une expérience simple et fluide.



Approuvé par l'appelant : laissez le choix à vos clients et ne dirigez vers la co-navigation ou le chat que ceux qui le souhaitent, en permettant aux autres de rester dans le SVI.



Prise en charge de toutes les plateformes de SVI : intégrez facilement IVR to Digital au SVI conversationnel Nuance ou à tout autre système de SVI, pour rentabiliser au mieux votre investissement initial.

... et bénéfiques conséquents



Réduisez les coûts du centre d'appels : dirigez des clients ciblés vers les canaux digitaux plus économiques, donnez à vos conseillers la possibilité de transférer les appels vers le chat et apprenez à vos clients à utiliser le self-service pour qu'ils le réutilisent ultérieurement.



Améliorez la satisfaction client : réduisez l'attente, accélérez la résolution et transférez les interactions en contexte pour garantir à vos clients des expériences sans frustration.



Optimisez l'engagement omnicanal : déviez un certain nombre d'appels du centre de contacts, augmentez les interactions sur les canaux en self-service et donnez plus de temps à vos conseillers pour traiter les questions complexes ou les interactions à forte valeur ajoutée.

Étapes suivantes

Découvrez comment Nuance IVR to Digital peut vous aider à créer des expériences plus cohérentes et à réduire les coûts.

Découvrez IVR to Digital en action

Découvrez comment diriger simplement les appelants vers les canaux digitaux pour améliorer l'expérience client.

[Regarder la vidéo d'explication](#) (Contenu en anglais)

[Regarder la démo](#) (Contenu en anglais)

Découvrez Nuance IVR to Digital

Découvrez comment relier les canaux traditionnellement cloisonnés pour créer une vraie expérience omnicanal.

[Consulter la fiche produit](#) (Contenu en anglais)

[Consulter le site d'information](#)

Réduisez l'attente

À travers l'exemple de 2 clients, découvrez comment la solution IVR to Digital résout rapidement la demande à moindre coût.

[Voir l'infographic](#) (Contenu en anglais)

NOUS CONTACTER

Pour bénéficier d'une visite guidée avec l'un de nos spécialistes de l'expérience client, contactez-nous par e-mail à l'adresse Pilar.Blasco@nuance.com.



A propos de Nuance Communications, Inc.

[Nuance Communications](#) (Nuance) est un pionnier de la technologie et leader sur le marché de l'IA conversationnelle et de l'intelligence ambiante. Offrant un panel complet de services, Nuance est le partenaire de confiance de 77% des hôpitaux américains et 85% des entreprises Fortune 100 à travers le monde. Nous créons des solutions intuitives qui amplifient la capacité des gens à aider les autres.