



Messagerie asynchrone :

La prochaine innovation numérique que les leaders informatiques devront exploiter pour se différencier en matière d'expérience client

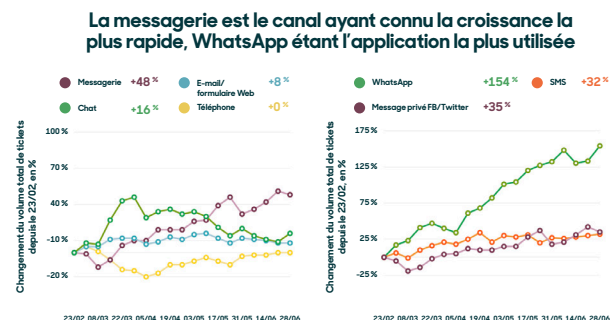
Les clients d'aujourd'hui veulent obtenir de l'aide quand et où ils le souhaitent. C'est pourquoi nous assistons désormais à l'avènement de canaux de messagerie asynchrones, comme les réseaux sociaux. Les leaders informatiques sont en première ligne pour permettre aux entreprises de réagir aux nouveaux comportements des clients. Pour cela, ils doivent s'assurer que vous disposez d'une plateforme et des technologies adéquates pour garantir votre évolutivité, votre agilité et votre innovation. Ainsi, vous pourrez fournir des expériences client et collaborateur de grande qualité.

L'essor de la messagerie dans l'expérience client

Pour les leaders informatiques, il est crucial de pouvoir réagir aux évolutions des comportements des clients et des besoins des entreprises. La pandémie de COVID-19 a considérablement accéléré la nécessité pour les entreprises de prendre en charge davantage de canaux de communication pour leurs clients, tout en facilitant la gestion de ces conversations par un personnel dispersé. Aujourd'hui, chaque interaction avec un client fait partie d'une conversation continue. Quant aux clients, ils veulent pouvoir accéder à l'assistance au moment et à l'endroit de leur choix. Un live chat est nécessaire pour permettre des conversations en temps réel, mais les clients modernes veulent également avoir la possibilité de contacter une entreprise via des canaux asynchrones disponibles à toute heure du jour et de la nuit, comme une messagerie sociale, sans toutefois s'attendre à recevoir une réponse immédiate. Ainsi, ils peuvent lancer ou reprendre une conversation au moment qui leur convient le mieux, même en dehors des heures d'assistance normales.

Depuis le début de la pandémie, les demandes d'assistance ont augmenté de 24 % dans le monde¹ par rapport à l'année dernière. En outre, les clients font face à des temps d'attente plus longs qu'à l'accoutumée avec les canaux d'assistance traditionnels par téléphone et par e-mail. En réponse à cette situation, les consommateurs se sont tournés en masse vers

les canaux de messagerie asynchrones tels que WhatsApp, FB Messenger, Twitter et les SMS. En effet, le nombre de tickets créés sur ces canaux a augmenté de 48 %. Au cours de la même période, l'utilisation de WhatsApp a augmenté de plus de 154 %. En temps normal, une telle transformation aurait pu prendre plusieurs mois, voire un an, mais la pandémie a forcé les entreprises à s'adapter en quelques semaines à peine pour tenir le rythme de l'évolution des attentes des clients. Et cette tendance n'est pas prête de disparaître : les entreprises doivent absolument investir dans la messagerie asynchrone.



¹ Zendesk, *Les clients confinés à la maison se tournent vers les canaux de messagerie*

La messagerie doit être votre priorité

La fourniture de plus de canaux de messagerie asynchrones aux clients ne constitue qu'un aspect d'une stratégie d'expérience client efficace. Vos équipes d'assistance doivent également être en mesure de gérer efficacement ces nouvelles conversations avec des marqueurs, des automatismes, des workflows et des déclencheurs. En outre, elles doivent avoir accès à toutes les interactions avec les clients, peu importe le canal, dans un espace de travail unifié. En adoptant une plateforme de messagerie de bout en bout telle que Zendesk, les entreprises peuvent :

- rendre aux agents 15 à 30 % de leur temps grâce à une vue unifiée des conversations de tous les canaux, leur offrant ainsi un accès au contexte et leur permettant de gérer davantage de chats simultanés² ;
- accéder à des informations clés sur l'expérience client afin de mieux comprendre les tendances des clients, de se préparer aux problèmes émergents et d'identifier les domaines sujets à amélioration ;
- réduire les coûts jusqu'à 80 % en transférant les tickets à des canaux de messagerie moins chers³ et en améliorant l'efficacité de leur assistance grâce à un self-service comprenant des chatbots et une IA ;
- prendre les devants en incorporant des expériences conversationnelles riches et interactives dans leurs points de contact client et ainsi améliorer la satisfaction client globale et la fidélité à la marque.

Cliquez [ici](#) pour lire le rapport complet.

Apprenez-en plus sur Zendesk et regardez une [démonstration](#) dès aujourd'hui.

Comment les leaders informatiques peuvent préparer leur expérience client pour l'avenir avec Zendesk

Les leaders informatiques sont en première ligne pour permettre à leur entreprise d'offrir des expériences client et collaborateur exceptionnelles tout en réduisant les frais opérationnels, souvent avec des ressources limitées. Grâce à la plateforme de messagerie de bout en bout de Zendesk, les leaders informatiques peuvent préparer leur stratégie d'expérience client pour l'avenir avec :

- une plateforme sécurisée, ouverte et flexible, conçue pour l'évolutivité et l'innovation, dans laquelle vos développeurs peuvent déployer ce qu'ils créent sur n'importe quel canal ;
- une rentabilité rapide avec des solutions prêtes à l'emploi et faciles à utiliser ;
- une solution facilement extensible vous permettant d'intégrer des assistants, une IA et des applications tierces pour obtenir une vue unique des conversations avec les clients ;
- une intégration et un regroupement simples de votre pile technologique existante vous permettant de tirer parti des investissements actuels, de réduire les coûts d'assistance et d'utiliser les outils adéquats pour chaque tâche.

Les leaders informatiques doivent investir dans les canaux de messagerie asynchrones pour tenir le rythme de l'évolution actuelle des comportements des clients tout en offrant aux équipes d'assistance l'agilité nécessaire pour traiter efficacement toute augmentation du nombre de demandes dans un avenir proche. Soyez le moteur de votre stratégie axée sur le numérique pour offrir une expérience client qui donnera à vos agents les moyens de réussir, étonnera vos clients et permettra à vos équipes informatiques de se concentrer exclusivement sur les tâches les plus critiques.

Dans le [rapport](#) suivant, vous découvrirez les raisons qui nous poussent à croire que Zendesk peut être la plateforme idéale pour vous permettre d'évoluer avec l'agilité et la vitesse requises par les entreprises et les clients.

² Forrester Research, *Les avantages de la messagerie asynchrone : Business Chat d'Apple, Facebook Messenger, WhatsApp*, Ian Jacobs et Julie Ask, 23 juillet 2020

³ Execs In the Know, *Chat ou messagerie pour le service client : pourquoi la messagerie l'emporte*