



Livre blanc

Kaggua



Tendances de la relation client pour 2024

Explorez 8 tendances essentielles dans le domaine de la relation client, avec une mise en lumière les enjeux métier associés, les facteurs de risques, ainsi que les meilleures pratiques à adopter pour une gestion efficace.

2024

Tendances de la relation client pour 2024

L'année 2024 marque un tournant majeur dans le domaine de la relation client. Les entreprises se trouvent confrontées à un environnement en constante évolution, marqué par l'essor des technologies, les attentes croissantes des clients et une prise de conscience accrue de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE). Dans ce contexte, voici un aperçu de 8 tendances majeures qui façonneront la relation client en 2024.

8 tendances de la relation client en 2024

1. Segmentation des parcours client pour plus de personnalisation

2. Développement du Selfcare pour des clients plus autonomes

3. Réduction de l'effort client pour une expérience plus fluide

4. Humanisation de la relation client pour établir des liens émotionnels

5. Évolution des profils de conseillers pour s'adapter aux technologies et aux clients

6. Gestion des connaissances : Clé de la performance

7. Symétrie des attentions* : Le bien-être au travail n'est pas un effet de mode

8. La RSE en tant que moteur de changement dans l'expérience client

* Symétrie des Attentions est une marque déposée par l'Académie du Service

1

Segmentation des parcours client pour plus de personnalisation

Les entreprises investissent massivement dans la segmentation des parcours client en utilisant l'analyse de données avancée pour comprendre les besoins, les préférences et le comportement de chaque client. Cela permet des interactions plus pertinentes et adaptées à chaque individu, renforçant ainsi la fidélité et la satisfaction client.

Enjeux

- 1 Améliorer la satisfaction client pour fidéliser.
- 2 Répondre aux besoins individuels des clients pour une expérience personnalisée.
- 3 Maximiser l'efficacité des campagnes marketing en ciblant les segments pertinents.
- 4 Augmenter la rétention client en offrant des solutions adaptées.
- 5 Réduire les coûts d'acquisition de nouveaux clients en fidélisant les clients existants.

Facteurs de risques

- 1 Risque de violation de la confidentialité des données.
- 2 Dépendance excessive à l'égard des données, risque de mauvaise interprétation.
- 3 Résistance au changement des employés face à l'adoption de nouvelles technologies.
- 4 Possibilité de sur-segmentation et d'aliénation des clients.
- 5 Besoin constant de mise à jour des données clients.

Bonnes pratiques

- 1 Mettre en place des protocoles de collecte de données robustes, conformes aux réglementations sur la protection de la vie privée.
- 2 Investir dans des technologies d'analyse de données avancées pour extraire des informations exploitables.
- 3 Former les équipes aux compétences nécessaires pour gérer et analyser les données client.
- 4 Élaborer des profils clients détaillés pour mieux comprendre leurs besoins et préférences.
- 5 Personnaliser les communications et les offres en fonction des segments de clients identifiés.
- 6 Établir des mécanismes de rétroaction pour évaluer l'efficacité de la personnalisation et apporter des ajustements.
- 7 Mettre en place des politiques strictes de protection des données pour garantir la confidentialité et le respect un RGPD.

2

Développement du Selfcare pour des clients plus autonomes

Le Selfcare atteint son apogée en 2024, avec l'investissement des entreprises dans des Chatbots, des bases de connaissances en ligne et des outils d'auto-assistance pour permettre aux clients de résoudre leurs problèmes de manière autonome. Cela libère également les ressources humaines pour se concentrer sur des tâches plus complexes et à plus forte valeur ajoutée.

Enjeux

- 1 Réduire le temps et les coûts du support client en automatisant les réponses aux questions courantes.
- 2 Accroître la satisfaction client en offrant une résolution rapide des problèmes.
- 3 Libérer les ressources humaines pour des tâches à plus forte valeur ajoutée.
- 4 Augmenter l'autonomie des clients et leur satisfaction en leur donnant le contrôle sur leurs interactions.
- 5 Améliorer l'efficacité opérationnelle en réduisant les charges de travail du support client.

Facteurs de risques

- 1 Possibilité de mauvaise expérience client en cas de dysfonctionnement des outils de Selfcare.
- 2 Résistance initiale des clients à l'adoption des nouvelles technologies.
- 3 Besoin de maintenance constante des Chatbots et des bases de connaissances.
- 4 Risque de réduction des interactions humaines et de déconnexion client.

Bonnes pratiques

- 1 Implémenter des Chatbots intelligents capables de comprendre et de répondre aux requêtes des clients de manière efficace.
- 2 Créer une base de connaissances complète, bien organisée et constamment mise à jour.
- 3 Développer des guides et tutoriels conviviaux pour les clients afin de les former à l'utilisation des outils de Selfcare.
- 4 Offrir un support humain en cas de problèmes complexes ou d'insatisfaction du client.
- 5 Mesurer la satisfaction client à travers le Selfcare et recueillir les commentaires des utilisateurs.
- 6 Investir dans l'intelligence artificielle pour améliorer continuellement la précision et la convivialité des outils de Selfcare.
- 7 Former les équipes à la gestion des interactions complexes nécessitant une assistance humaine.

3

Réduction de l'effort client pour une expérience plus fluide

Une tendance émergente est l'adoption de l'économie de l'abonnement éthique par un nombre croissant d'entreprises. Plutôt que de simplement vendre des produits ou des services, ces entreprises proposent des abonnements mensuels ou annuels qui incluent des avantages tels que des produits de haute qualité, un accès exclusif à des événements ou du contenu exclusif. Cela change la manière dont les entreprises interagissent avec leurs clients.

Enjeux

- ① Améliorer la satisfaction client en simplifiant les interactions.
- ② Réduire les coûts d'assistance client en réduisant la durée des interactions.
- ③ Accroître la rétention client en facilitant la résolution des problèmes.
Augmenter l'efficacité opérationnelle en optimisant les processus client.
- ④ Améliorer la perception de la marque en offrant une expérience client sans friction.

Facteurs de risques

- ① Résistance au changement de la part des employés habitués à des processus existants.
- ② Risque de négliger la qualité du service en cherchant uniquement à réduire l'effort.
- ③ Difficulté de réduire l'effort client tout en maintenant la personnalisation.
- ④ Possibilité de mécontentement des clients si les améliorations ne sont pas perceptibles

Bonnes pratiques

- ① Effectuer des audits réguliers des processus existants pour identifier les points de friction et les sources d'effort client.
- ② Simplifier les politiques et les procédures pour minimiser les étapes nécessaires à la résolution des problèmes.
- ③ Former les équipes à la gestion des demandes clients de manière rapide et efficace.
- ④ Mettre en place un système de mesure du Customer Effort Score (CES) pour évaluer la satisfaction client liée à l'effort.
- ⑤ Communiquer activement les améliorations apportées aux clients, en mettant en avant les gains d'efficacité.
- ⑥ Implémenter des outils de libre-service pour permettre aux clients de résoudre leurs problèmes de manière autonome.
- ⑦ Solliciter régulièrement les commentaires des clients pour identifier les domaines nécessitant des améliorations continues.

4

Humanisation de la relation client pour établir des liens émotionnels

Alors que la technologie a joué un rôle central dans l'automatisation et la virtualisation de la relation client, une tendance disruptive en 2024 est l'accent accru sur l'humanisation de cette relation. Les entreprises cherchent à établir des liens émotionnels avec leurs clients en mettant en avant l'aspect humain de leur service client. Il s'agit de créer une connexion plus profonde et à long terme avec les clients, plutôt qu'une simple interaction transactionnelle.

Enjeux

- 1 Fidéliser les clients en créant une relation émotionnelle durable.
- 2 Différencier l'entreprise de la concurrence en offrant une expérience client unique.
- 3 Améliorer la réputation de l'entreprise grâce à des relations client positives.
- 4 Augmenter la valeur à vie du client grâce à une fidélisation accrue.
- 5 Réduire les taux d'attrition en renforçant les liens émotionnels avec les clients.

Facteurs de risques

- 1 Risque de non-conformité aux politiques et aux normes de l'entreprise en cas d'engagement émotionnel excessif
- 2 Résistance au changement de la part des employés qui préfèrent une approche transactionnelle
- 3 Besoin de mesurer et de quantifier l'impact émotionnel, ce qui peut être complexe
- 4 Possibilité de réactions négatives de clients non réceptifs à l'engagement émotionnel.

Bonnes pratiques

- 1 Organiser des formations régulières sur l'empathie, la communication efficace et la gestion des émotions pour les employés du service client.
- 2 Créer un environnement de travail positif et encourageant, favorisant l'authenticité et la bienveillance.
- 3 Mettre en place des indicateurs de mesure de la satisfaction client liée à l'engagement émotionnel.
- 4 Encourager les employés à personnaliser les interactions en utilisant le prénom des clients et en se montrant réceptifs à leurs besoins.
- 5 Élaborer des politiques de gestion des clients qui encouragent les employés à consacrer le temps nécessaire pour établir des connexions émotionnelles.
- 6 Communiquer de manière cohérente l'engagement émotionnel de l'entreprise dans toutes les interactions avec les clients.
- 7 Recueillir les commentaires des clients sur l'efficacité de l'engagement émotionnel et apporter des ajustements si nécessaire.

5

Évolution des profils de conseillers pour s'adapter aux technologies et aux clients

En 2024, les entreprises recherchent des profils de conseillers polyvalents, capables de répondre à des demandes plus complexes, de s'adapter aux nouvelles technologies, d'anticiper les besoins des clients et de fournir un service de haute qualité. La formation continue et le développement des compétences sont essentiels pour maintenir un personnel compétent et adaptable.

Enjeux

- ① Répondre aux besoins changeants des clients dans un environnement technologique en évolution.
- ② Offrir un service client de haute qualité grâce à des conseillers compétents.
- ③ Accroître la satisfaction client en fournissant des réponses précises et utiles.
- ④ Maximiser l'efficacité opérationnelle grâce à des conseillers polyvalents.
- ⑤ Renforcer la capacité de l'entreprise à s'adapter aux évolutions du marché et de la technologie

Facteurs de risques

- ① Difficulté à trouver des candidats qualifiés avec les compétences techniques et relationnelles requises.
- ② Besoin de temps et d'efforts pour former et maintenir à jour les compétences des conseillers.
- ③ Coûts liés à la formation et au développement des compétences.
- ④ Possibilité de déséquilibre entre les compétences des conseillers et les besoins réels des clients

Bonnes pratiques

- ① Définir des critères de recrutement clairs, en recherchant des candidats avec des compétences techniques et relationnelles équilibrées.
- ② Mettre en place un programme de formation continue pour les conseillers, en mettant l'accent sur les compétences techniques et les nouvelles technologies.
- ③ Établir des processus de prévision des besoins des clients en utilisant des données et des analyses prédictives.
- ④ Créer un environnement de travail qui encourage l'apprentissage continu, la collaboration et le partage de connaissances.
- ⑤ Effectuer des évaluations régulières des compétences des conseillers pour identifier les lacunes et les opportunités d'amélioration.
- ⑥ Encourager les conseillers à anticiper les besoins des clients et à proposer des solutions proactives plutôt que réactives.
- ⑦ Établir des mesures de performance qui reflètent la capacité des conseillers à s'adapter aux nouvelles technologies et aux attentes changeantes des clients.

6

Gestion des connaissances : Clé de la performance

La gestion des connaissances devient une priorité absolue, avec la centralisation des informations, la mise à jour régulière des bases de données et la diffusion efficace des connaissances pour offrir un service client de qualité. Les bases de données bien organisées permettent aux conseillers d'accéder rapidement aux informations nécessaires pour répondre aux questions des clients.

Enjeux

- ① Accélérer la résolution des problèmes en fournissant un accès rapide aux informations pertinentes.
- ② Améliorer la qualité du service client grâce à des réponses précises et cohérentes.
- ③ Réduire les erreurs et les incohérences dans les interactions avec les clients.
- ④ Maximiser l'efficacité opérationnelle en optimisant la gestion des connaissances.
- ⑤ Accroître la satisfaction client en offrant des réponses rapides et précises.

Facteurs de risques

- ① Risque de résistance des employés à l'adoption de nouveaux systèmes de gestion des connaissances.
- ② Besoin de temps et d'efforts pour centraliser et organiser les informations existantes.
- ③ Possibilité de lacunes ou d'informations obsolètes dans les bases de données.
- ④ Coûts liés à la mise en place et à la maintenance des systèmes de gestion des connaissances.

Bonnes pratiques

- ① Investir dans des systèmes de gestion des connaissances modernes et conviviaux qui permettent un accès rapide et intuitif à l'information.
- ② Établir des processus de mise à jour régulière des bases de données pour garantir que les informations restent pertinentes et à jour.
- ③ Former les conseillers à l'utilisation des ressources de gestion des connaissances, en mettant l'accent sur la recherche efficace et la gestion des informations.
- ④ Mesurer l'efficacité de la gestion des connaissances en surveillant le temps nécessaire pour résoudre les problèmes et en recueillant les commentaires des conseillers.
- ⑤ Encourager la collaboration entre les conseillers pour partager les meilleures pratiques et les connaissances tacites.
- ⑥ Intégrer des outils de recherche sémantique et d'intelligence artificielle pour améliorer la pertinence des résultats de recherche.

7

Symétrie des attentions : Le bien-être au travail n'est pas un effet de mode

Les entreprises investissent dans le développement professionnel, le soutien émotionnel et des environnements de travail positifs pour garantir que les conseillers sont motivés, engagés et capables de fournir un excellent service client. La symétrie des attentions entre employeurs et employés devient une réalité.

Enjeux

- ① Améliorer la motivation et l'engagement des conseillers pour un service client de qualité.
- ② Réduire le taux de rotation du personnel en créant un environnement de travail positif.
- ③ Augmenter la rétention des conseillers expérimentés grâce à des opportunités de développement professionnel.
- ④ Favoriser une culture d'entreprise axée sur la satisfaction client.
- ⑤ Renforcer la réputation de l'entreprise en tant qu'employeur attractif.

Facteurs de risques

- ① Risque que les collaborateurs soient peu enclins à s'engager dans le développement professionnel.
- ② Coûts liés à la mise en place de programmes de bien-être et de soutien émotionnel.
- ③ Besoin de maintenir un équilibre entre les besoins des collaborateurs et les exigences opérationnelles.
- ④ Difficulté de maintenir l'engagement à long terme dans les initiatives de bien-être

Bonnes pratiques

- ① Élaborer des programmes de développement professionnel structurés, offrant des opportunités d'apprentissage et d'avancement.
- ② Mettre en place des mécanismes de soutien émotionnel, tels que des ressources de gestion du stress et des services de soutien psychologique.
- ③ Créer des environnements de travail positifs en favorisant la communication ouverte, la reconnaissance des réalisations et la flexibilité.
- ④ Mesurer régulièrement la satisfaction et l'engagement des employés à l'aide de sondages et de feedbacks.
- ⑤ Aligner les politiques de gestion des ressources humaines sur la satisfaction des employés et l'efficacité opérationnelle.
- ⑥ Offrir des opportunités d'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle pour favoriser le bien-être.
- ⑦ Impliquer activement les employés dans la conception et la mise en œuvre des initiatives de bien-être pour garantir leur pertinence et leur adhésion.

8

La RSE en tant que moteur de changement dans l'expérience client

La RSE n'est plus une simple option, mais un moteur de changement majeur dans l'expérience client. Les entreprises intègrent la RSE dans leur stratégie de relation client en adoptant des pratiques responsables qui renforcent la confiance et la loyauté des clients.

Enjeux

- ① Gagner la confiance des clients en adoptant des pratiques responsables.
- ② Améliorer la réputation de l'entreprise en tant qu'acteur éthique sur le marché.
- ③ Répondre aux attentes croissantes des clients en matière de responsabilité sociale.
- ④ Augmenter la loyauté des clients en les alignant avec les valeurs de l'entreprise.
- ⑤ Contribuer positivement à la société et à l'environnement pour une image de marque favorable.

Facteurs de risques

- ① Risque de greenwashing ou de pratiques RSE superficielles qui n'apportent pas de réels avantages.
- ② Coûts liés à la mise en œuvre de pratiques RSE responsables.
- ③ Nécessité de suivre et de rendre compte de l'impact de la RSE, ce qui peut être complexe.
- ④ Possibilité de réactions négatives si les clients perçoivent un manque d'authenticité dans les actions RSE.
- ⑤ Conflits potentiels entre les objectifs de RSE et les objectifs financiers.

Bonnes pratiques

- ① Élaborer une stratégie RSE intégrée et établir des indicateurs de performance RSE.
- ② Former les employés à la RSE.
- ③ Adopter des pratiques éthiques et durables.
- ④ Impliquer les clients dans la RSE.
- ⑤ Évaluer l'impact positif sur la satisfaction client.
- ⑥ Communiquer de manière transparente sur la RSE.

La manière dont les entreprises interagissent avec leurs clients va continuer d'évoluer, mettant l'accent sur une approche plus humaine, durable et efficace pour répondre aux besoins changeants des consommateurs, créant ainsi des relations durables et mutuellement bénéfiques.

Pourquoi vous faire accompagner par Kaggua ?

Un regard objectif, une vision stratégique

Nous offrons une perspective impartiale, découvrant des opportunités cachées et des solutions éprouvées que vous pourriez ne pas avoir remarquées en interne.

L'accélérateur de votre réussite

Nos consultants catalysent vos projets, économisant votre temps précieux en fournissant des recommandations claires et des plans d'action tangibles.

Le savoir-faire de plusieurs horizons

Nous apportons une richesse d'expériences multi-sectorielles, partageant les meilleures pratiques glanées dans diverses entreprises.

Favoriser le dialogue et l'engagement

Nous cultivons l'harmonie en facilitant les discussions entre toutes les parties prenantes, créant un environnement propice à des changements positifs.

Kaggua est un cabinet de conseil en transformation spécialisé dans la valorisation du capital humain et numérique.

Nous vous accompagnons dans l'élaboration et le pilotage de votre plan de transformation, de votre stratégie RH pour attirer des talents, fidéliser vos collaborateurs et améliorer leurs performances et de votre stratégie numérique pour délivrer de la valeur métier en adaptant vos méthodes pour gagner en agilité.

Contactez nous

E-mail

clothilde.messin@kaggua.com

Web

www.kaggua.com

