Les 6 tendances de la Relation

Alors que 2018 touche à sa fin, il est temps de réfléchir aux faits marquant de la Relation Client cette année et d'anticiper ceux de 2019. Pour répondre aux attentes toujours plus exigeantes de leurs clients et réussir leur transformation digitale, les entreprises doivent tenir compte des évolutions majeures pour l'année à venir.

1. Nouveaux canaux de messaging

En 2019, nous nous attendons à ce que l'utilisation du messaging pour le service client augmente encore davantage. Le nombre croissant de clients utilisant les platesformes de messaging (1,5 milliard sur WhatsApp et 1,3 milliard sur Messenger) et le déploiement d'applications business vont inciter les entreprises à adopter ce moyen de communication.

L'une des annonces majeures cette année a été le lancement d'Apple Business Chat, qui permet aux clients de parler aux entreprises via l'application Messages. Cette nouvelle fonctionnalité, qui met particulièrement l'accent sur la confidentialité et l'intégration dans l'écosystème d'Apple, permet aux entreprises de communiquer avec leurs clients à un niveau beaucoup plus personnel.

Un autre lancement très attendu en 2018 était celui de WhatsApp for Businesses. Cette année, WhatsApp a déployé sa version dédiée aux PME. La prochaine étape sera le lancement de sa Business API, qui permettra aux grandes entreprises de gérer des volumes d'interactions beaucoup plus importants.

2. La croissance du Voice Messaging

Une tendance significative que l'on peut observer en Asie est l'utilisation de la voix dans les applications de messaging. Dans le cadre de conversations textuelles, les utilisateurs utilisent parfois des messages vocaux. Cette tendance commence à émerger dans d'autres parties du monde, en particulier parmi les jeunes générations.

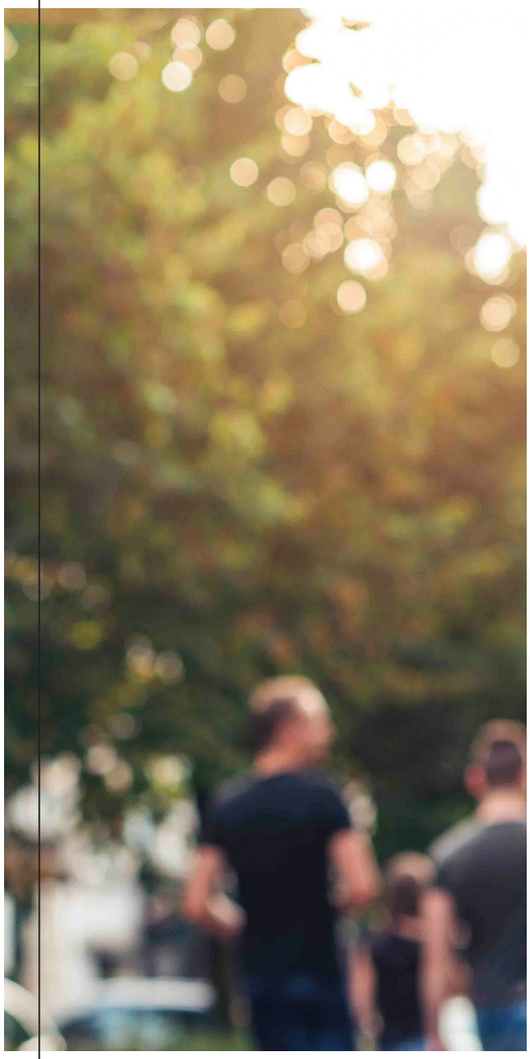
Aujourd'hui, environ 200 millions de messages vocaux sont envoyés chaque jour sur WhatsApp et nous pouvons nous attendre à ce que ce nombre augmente encore davantage. Alors que cet usage va devenir plus répandu dans les communications personnelles, les entreprises doivent anticiper son impact pour leurs interactions client.

3. Le Cloud pour la Relation Client

Pour s'adapter à la croissance du messaging et des autres canaux digitaux, les solutions SaaS dans le Cloud sont devenues essentielles pour la gestion de la relation client.

77 % des entreprises ont au moins une application ou une partie importante de leur

Client en 2019



infrastructure IT dans le Cloud. Parmi ses avantages, une plus grande souplesse pour réagir à l'évolution du marché et une plus grande rapidité pour l'implémentation des services IT.

Les entreprises prennent conscience que le SaaS est un élément essentiel de leur transformation digitale. La question n'est plus de savoir s'il faut adopter le SaaS, mais dans quel délai cette transition sera faite.

4. Transformation Digitale et Omni-Digital

Nous entendons parler de transformation digitale depuis quelques années déjà, mais ce défi stratégique est encore en cours pour de nombreuses organisations. 89% des entreprises ont l'intention d'adopter ou ont déjà adopté une stratégie "digital-first".

Pour réussir, la transformation digitale doit être présente dans tous les départements de l'entreprise. Le département de Relation Client est sans doute la partie la plus visible: si les entreprises cherchent à digitaliser leur image, il est essentiel de commencer par les aspects relationnels de leur activité.

Au fur et à mesure que les entreprises prennent conscience du rôle stratégique et des avantages des canaux digitaux, les centres de contacts jouent un rôle beaucoup plus central, ce qui les rend tout aussi importants que les centres d'appels.

5. Chatbots : l'année de maturité

On peut dire que 2016 et 2017 ont été une phase de découverte pour les chatbots, avec beaucoup de buzz et des déceptions. En 2018, le marché a pris conscience de leurs limites et de leur potentiel réel.

Après cette phase de test, nous prévoyons que 2019 sera une année de maturité pour les chatbots. L'expérience montre que les clés du succès sont de dédier les chatbots à des demandes simples et spécifiques. Une transition fluide vers les agents est essentiel pour s'assurer que les clients ont toujours une réponse à leurs questions. En mettant en œuvre cette stratégie, les entreprises seront en mesure de proposer des expériences beaucoup plus pertinentes et fluides avec les chatbots.

6. L'intégration des systèmes UCaaS et CCaaS

L'UCaaS (Unified Communication as a Service) et le CCaaS (Contact Center as a Service) sont des solutions SaaS pour la communication. Le UCaaS est utilisée pour les communications internes et le CCaaS est dédié aux interactions client.

Par Julien Rio, Head of Marketing
chez Dimelo by RingCentral

Pour répondre aux demandes, les agents ont souvent besoin d'obtenir des informations de différents services. En utilisant le même système pour le UC et le CC, les bonnes données peuvent être accédées plus rapidement et plus efficacement, idéalement tout en restant en contact avec les clients en temps réel. Cela permet aux agents d'être plus réactifs, ce qui contribue à une meilleure expérience client et à une satisfaction accrue.

Conclusion

L'année 2019 s'annonce pleine d'opportunités pour les entreprises tournées vers l'avenir, qui souhaitent répondre aux attentes exigeantes de leurs clients et se différencier de la concurrence. En explorant et en intégrant certaines ou toutes ces tendances, telles qu'une stratégie de canaux digitaux à 360°, les entreprises peuvent s'attendre à une augmentation de la satisfaction et de la fidélisation de la clientèle.

Maintenant que les entreprises sont conscientes de ce rôle central du service client pour une transformation digitale réussie, la prochaine étape sera l'intégration du UCaaS (Unified Communications as a Service) et CCaaS (Contact Center as a Service) ensemble pour faire passer la culture du service client au niveau supérieur. ■

dimelo by RingCentral