



Rapport sur l'état de la communication avec les clients 2021



EMEA : données sur l'état de l'engagement client en 2021

Nous avons interrogé 1 439 décideurs d'entreprise en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne et au Royaume-Uni pour comprendre comment ils utilisent les communications numériques auprès de leurs clients. Voici une analyse plus approfondie de ce que nous avons découvert.





EMEA : l'impact durable de la COVID-19

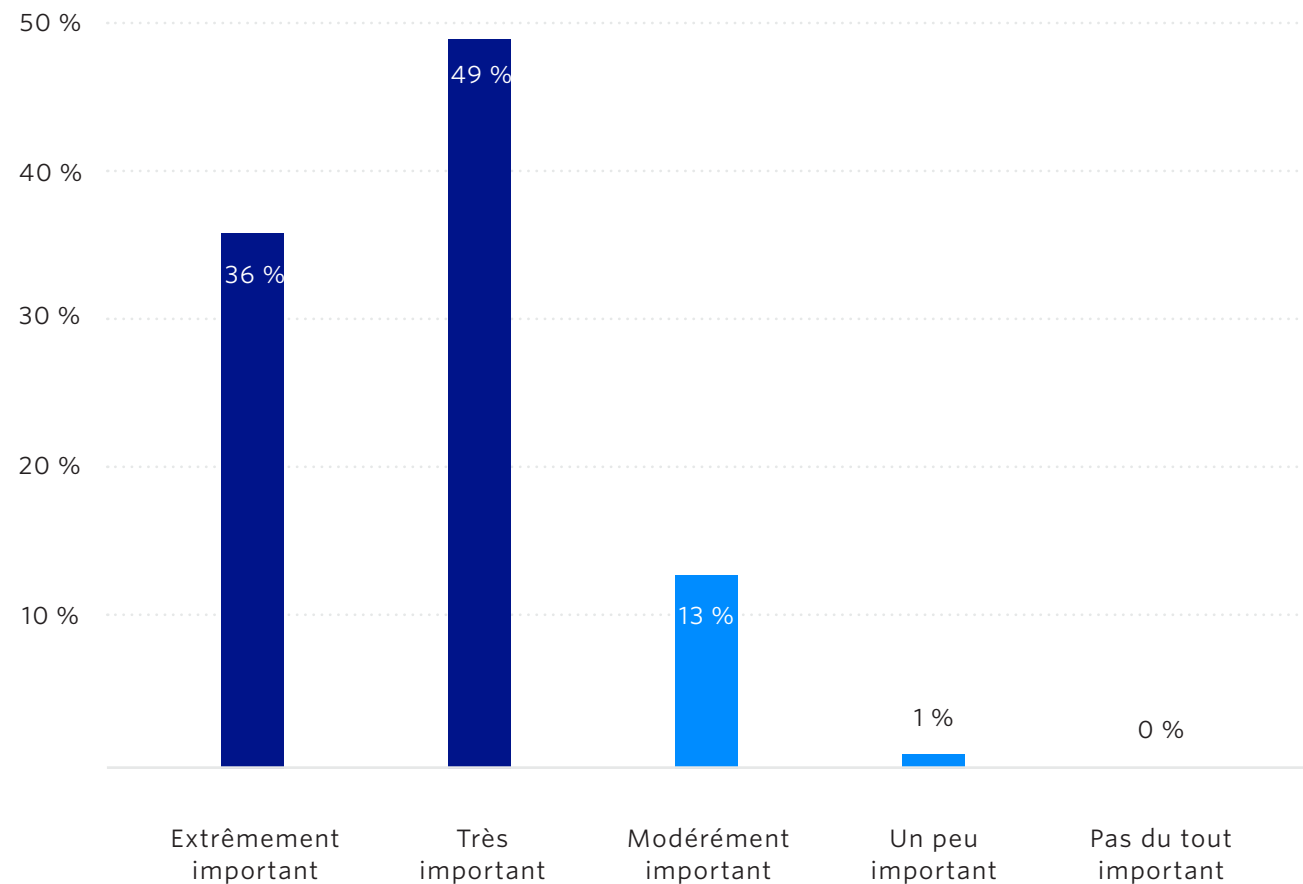
Une analyse plus approfondie de l'impact de la COVID-19 sur le futur de l'engagement numérique.





L'année 2020 nous a montré à quel point les communications numériques sont essentielles à la survie des entreprises.

Quelle est l'importance des communications numériques (par exemple, par SMS, vidéo, chat, e-mail, communication vocale) pour la survie de votre entreprise pendant la pandémie ?



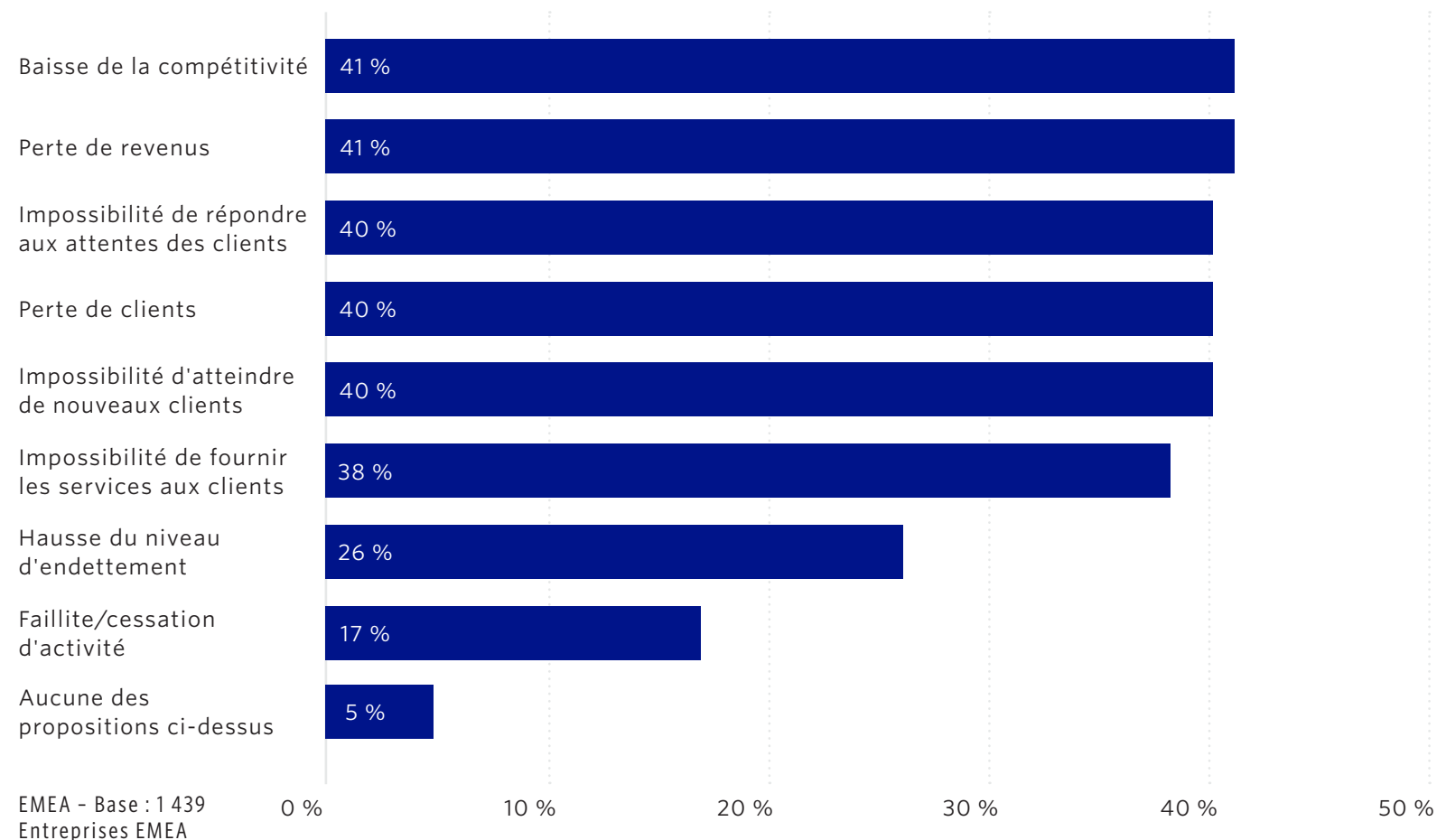
85 %

Estiment que les communications numériques sont essentielles ou très importantes pour leur survie actuelle pendant la pandémie



95 % des entreprises déclarent que le fait de NE PAS numériser la communication avec les clients aurait eu un impact négatif sur leur activité.

Quels auraient été les effets de l'absence de numérisation de votre communication avec les clients pendant la pandémie ?



Effets du manque de numérisation de la communication avec les clients :

- 41 % : moins concurrentiel
- 41 % : perte de revenus
- 40 % : impossible de répondre aux attentes des clients

France

- 44 % : perte de revenus
- 41 % : impossible de répondre aux attentes des clients
- 40 % : moins concurrentiel

Allemagne

- 43 % : impossible de répondre aux attentes des clients
- 41 % : impossible d'atteindre de nouveaux clients
- 40 % : perte de clients

Italie

- 46 % : moins concurrentiel
- 45 % : perte de revenus
- 44 % : impossible d'atteindre de nouveaux clients

Espagne

- 38 % : moins concurrentiel
- 33 % : perte de revenus
- 32 % : impossible de fournir les services aux clients

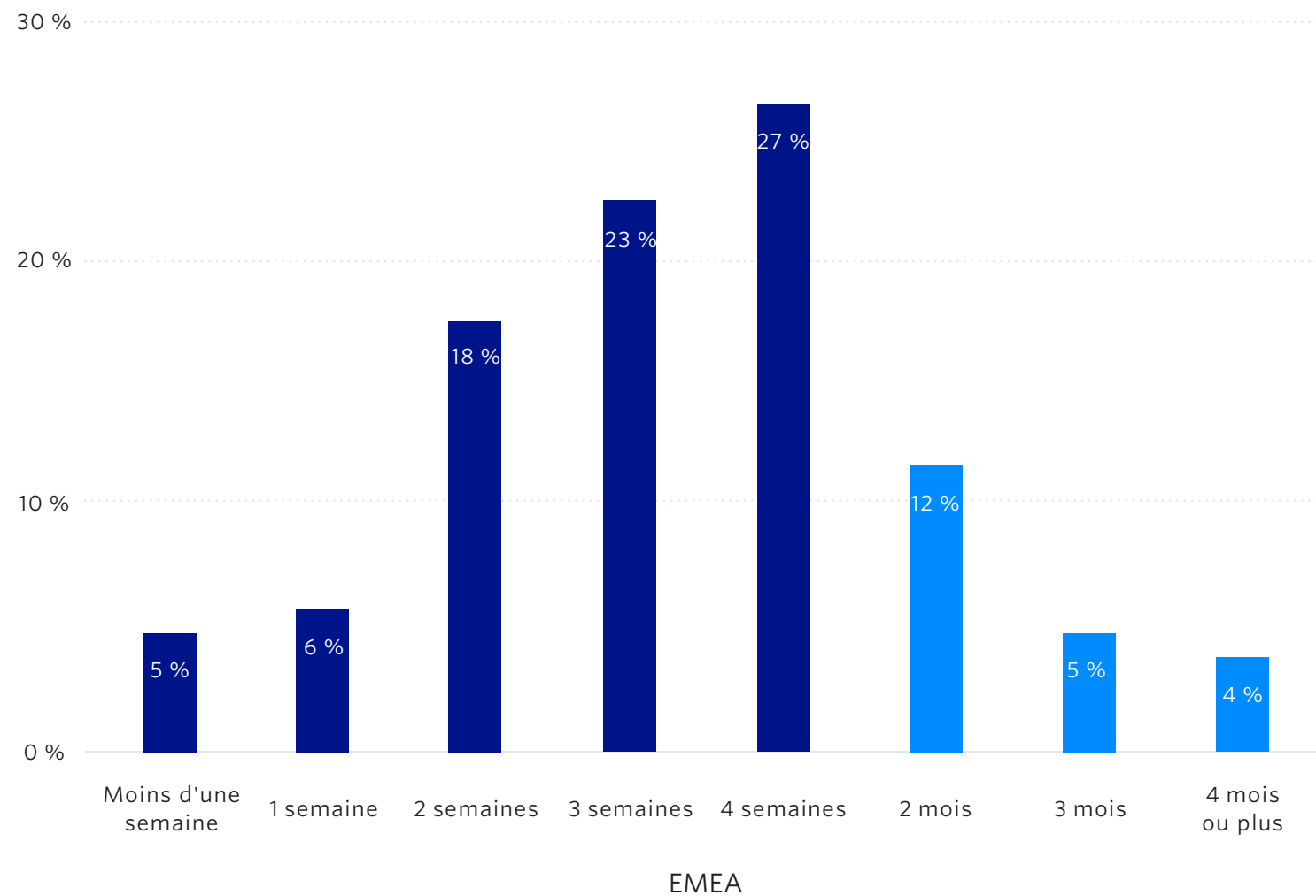
Royaume-Uni

- 47 % : perte de clients
- 46 % : impossible d'atteindre de nouveaux clients
- 44 % : impossible de répondre aux attentes des clients



Le changement est rapide. Les entreprises EMEA ont accéléré leur transformation numérique en 2 à 4 semaines après le premier confinement lié à la pandémie dans leur pays.

Combien de temps après le premier confinement lié à la pandémie de COVID-19 dans votre pays votre entreprise a-t-elle commencé à accélérer sa stratégie de transformation numérique ?



34,3 jours*

Nombre moyen de jours nécessaires aux entreprises avant d'accélérer la transformation numérique après le premier confinement lié à la COVID

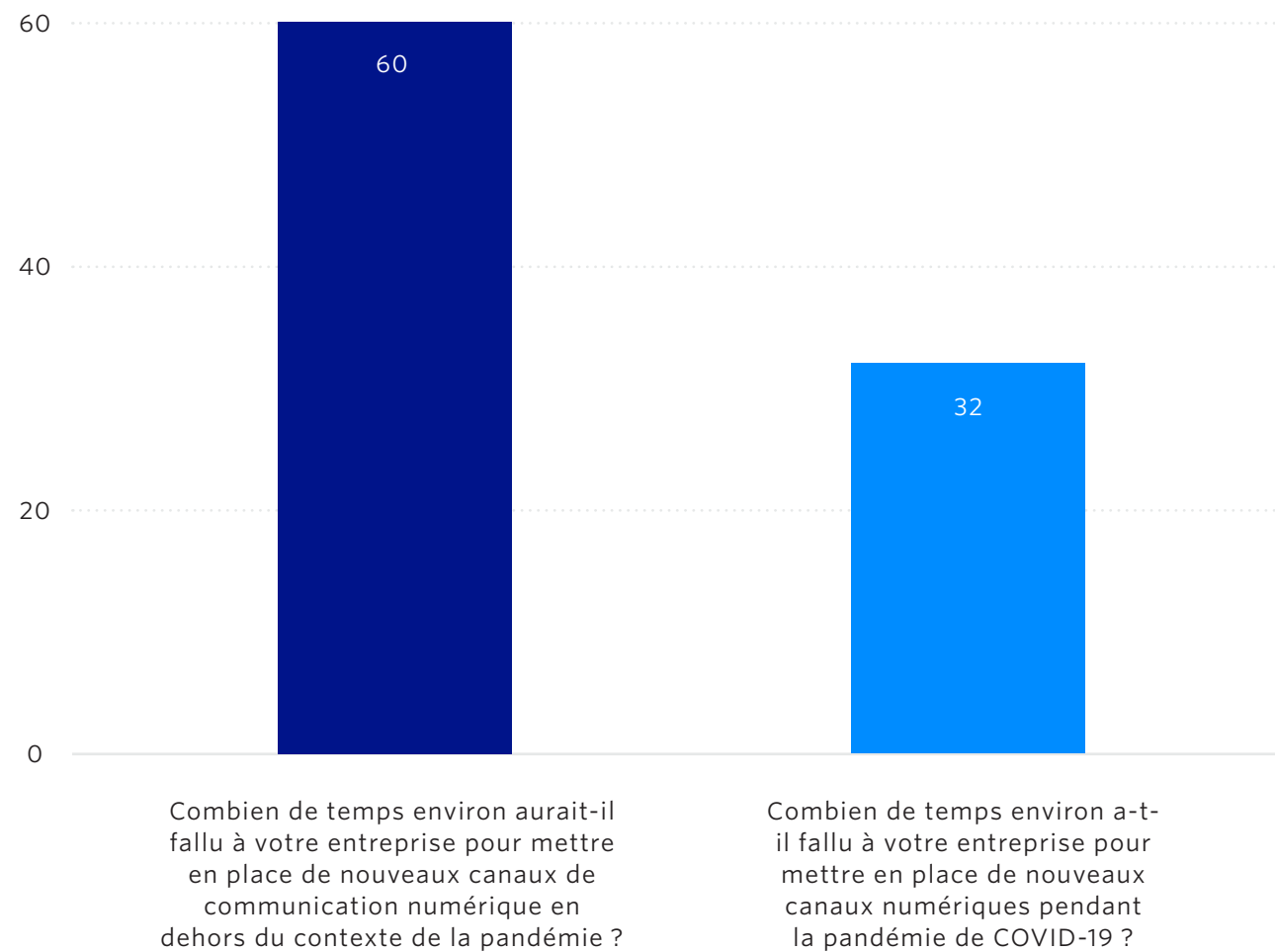
Italie	30,4 jours
Allemagne	31,7 jours
Espagne	32,4 jours
France	34,0 jours
Royaume-Uni	43,0 jours

Base : 1 396 ; mention « je ne sais pas » exclue
* Moyenne de 1 396 entreprises une fois la mention « je ne sais pas » exclue



Les entreprises se sont développées plus vite. En raison de la pandémie, les entreprises ont été poussées à mettre en place de nouveaux canaux, et ce 47 % plus rapidement.

Nombre moyen de jours pour mettre en place de nouveaux canaux de communication : avant vs pendant la pandémie de COVID-19.



EMEA

Il a fallu 28 jours de moins aux organisations pour mettre en place de nouveaux canaux de communication pendant la pandémie, soit une diminution de 47 % du nombre de jours

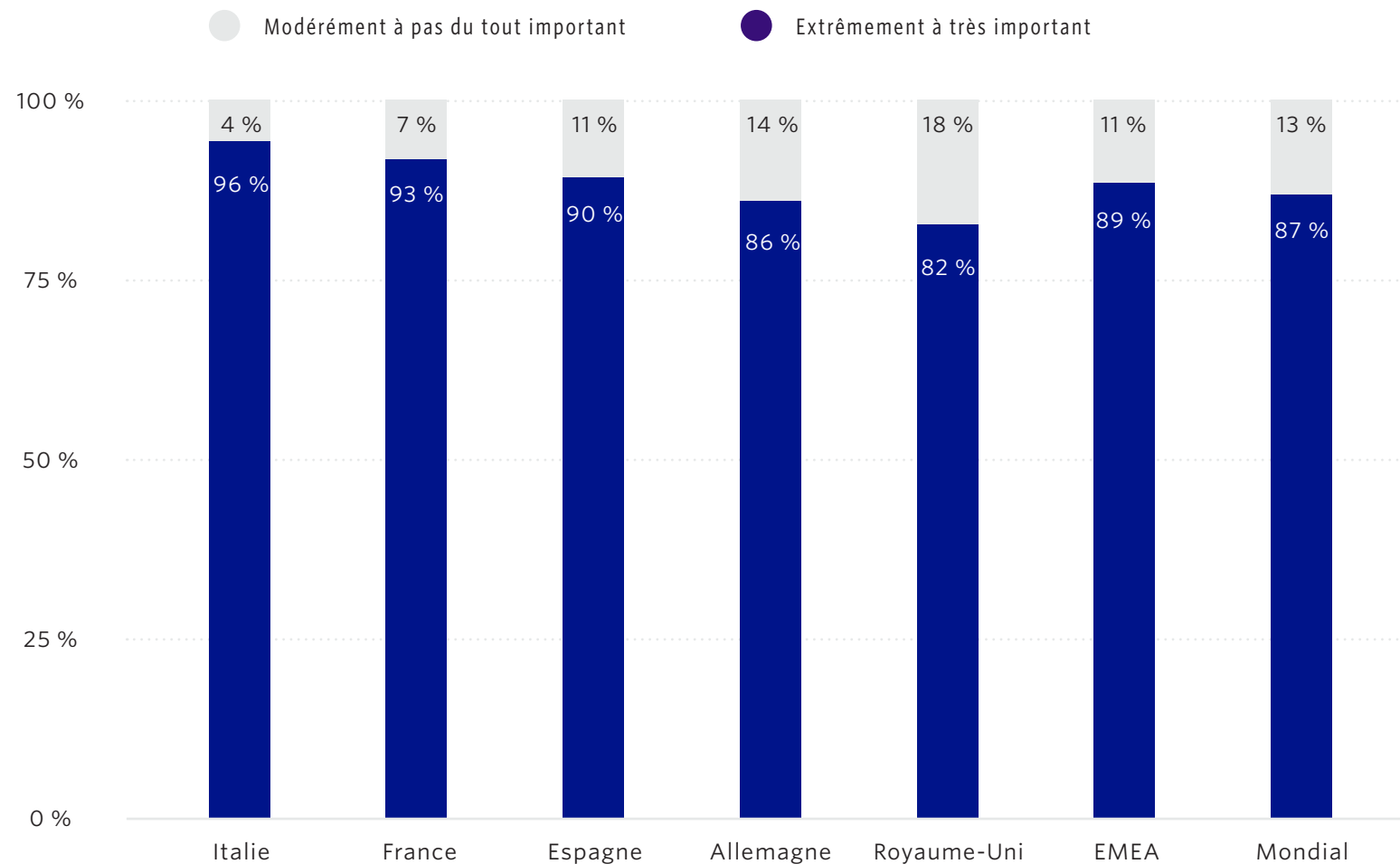
	avant la pandémie	pendant la pandémie
Italie	63 jours	25 jours
Espagne	84 jours	28 jours
EMEA	60 jours	32 jours
Mondial	61 jours	33 jours
France	53 jours	35 jours
Allemagne	48 jours	35 jours
Royaume-Uni	61 jours	35 jours

Base : 1 386 entreprises pendant la pandémie de COVID-19 et 1 370 avant la pandémie de COVID-19 ; mention « je ne sais pas » exclue



Nous ne reviendrons pas en arrière. 89 % des personnes interrogées indiquent que les communications numériques seront essentielles ou très importantes pour leur réussite à l'avenir.

Quelle importance les communications numériques auront-elles pour la réussite de votre entreprise après la fin de la pandémie ?



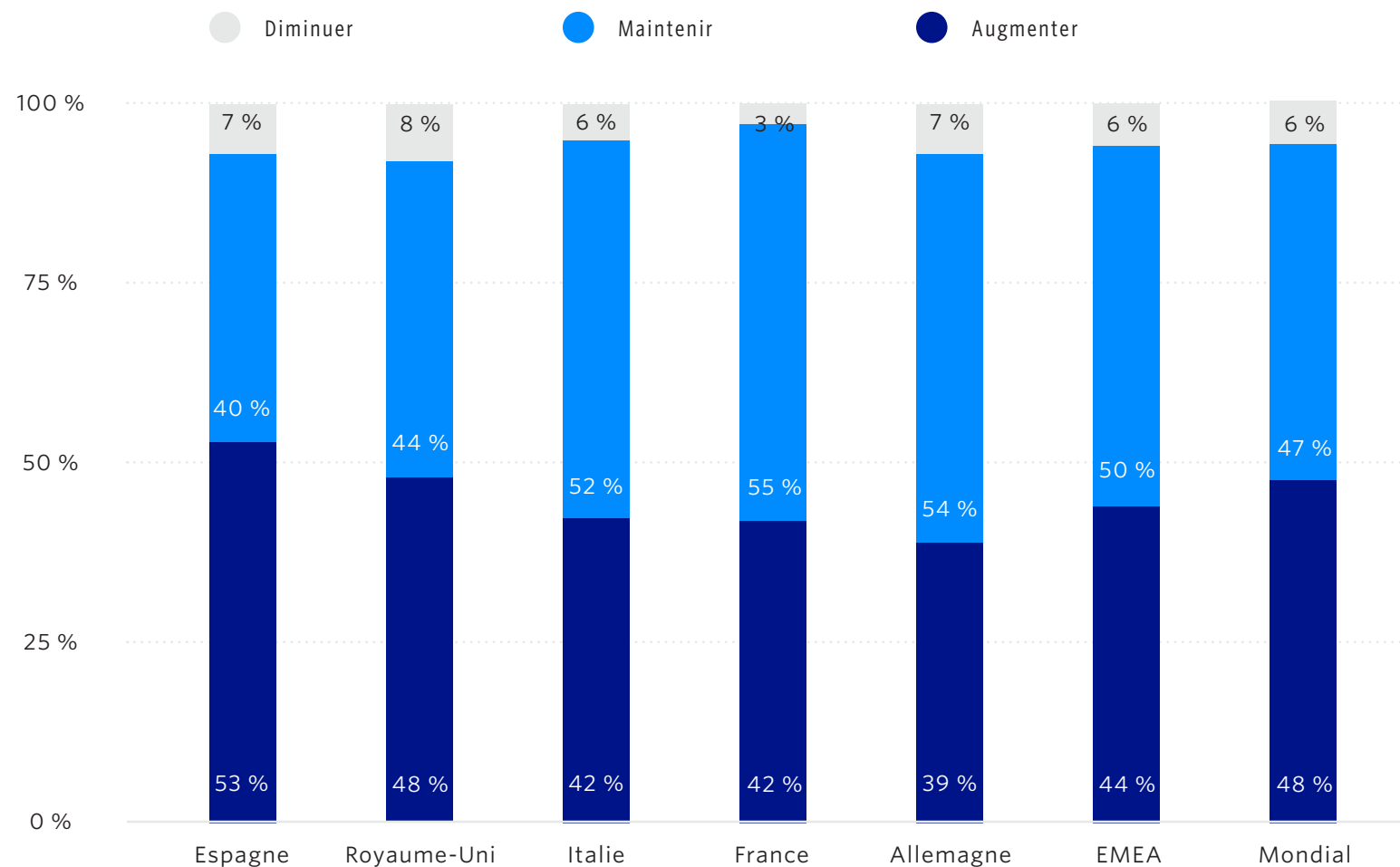
En Italie et en France, les entreprises sont plus nombreuses à affirmer que les communications numériques seront essentielles ou très importantes (96 % et 93 %).

Base : 1 439 entreprises EMEA ; 2 564 entreprises internationales



En réalité, 94 % des entreprises EMEA prévoient d'augmenter ou de maintenir leur investissement dans l'engagement client après la pandémie.

À l'issue de la pandémie, votre entreprise va-t-elle augmenter, maintenir ou diminuer son niveau actuel d'investissement dans l'engagement client ?



Plus de la moitié des entreprises espagnoles (53 %) prévoient d'augmenter leur investissement dans l'engagement client après la pandémie

Base : 1 433 entreprises ; 2 545 entreprises internationales ; mention « je ne sais pas » exclue



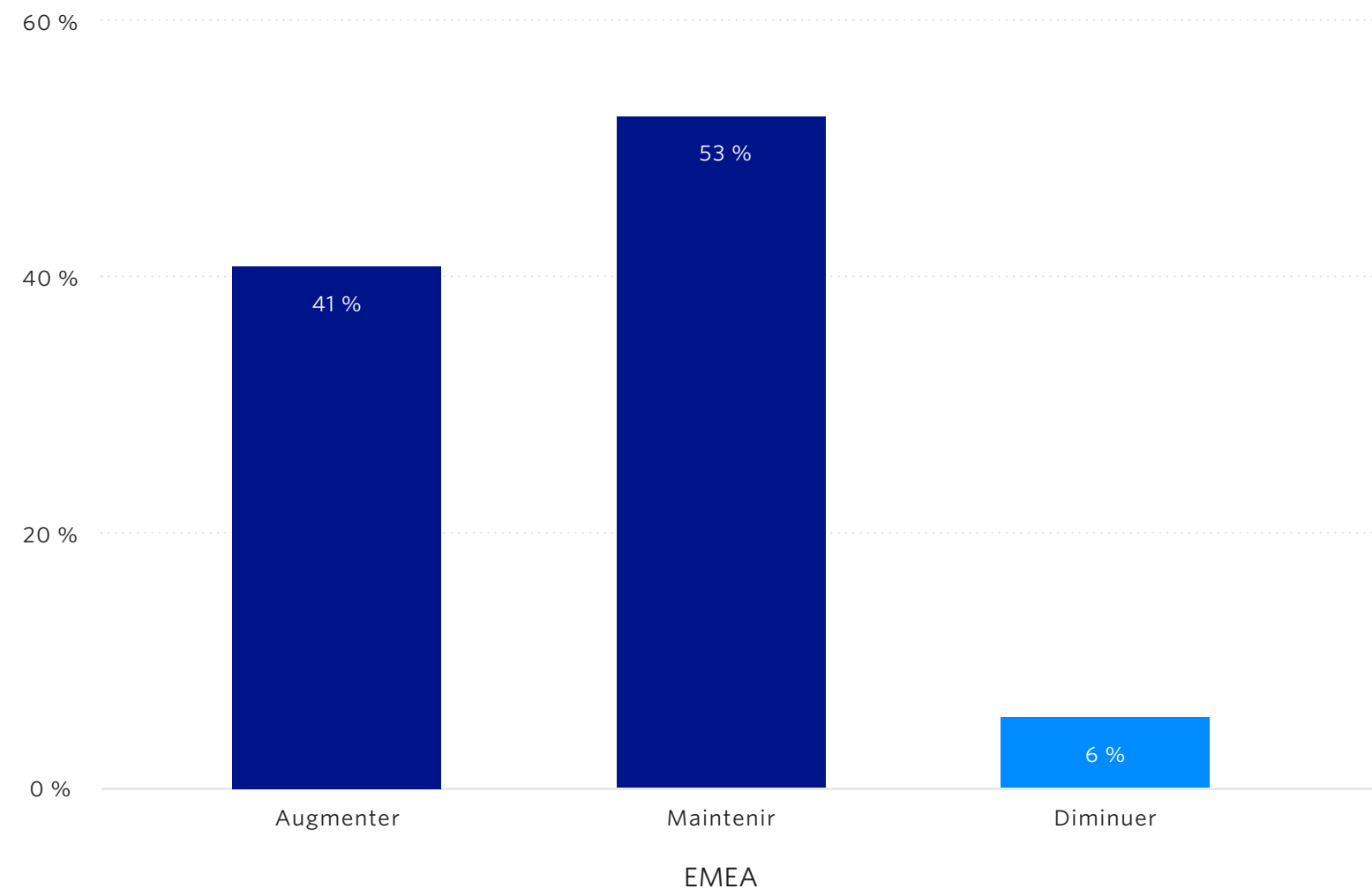
Engagement numérique dans la zone EMEA





94 % des entreprises EMEA prévoient d'augmenter ou de conserver leurs canaux actuels de communication avec les clients après la pandémie.

À l'issue de la pandémie, votre entreprise va-t-elle augmenter, maintenir ou diminuer le nombre de canaux de communication utilisés ?

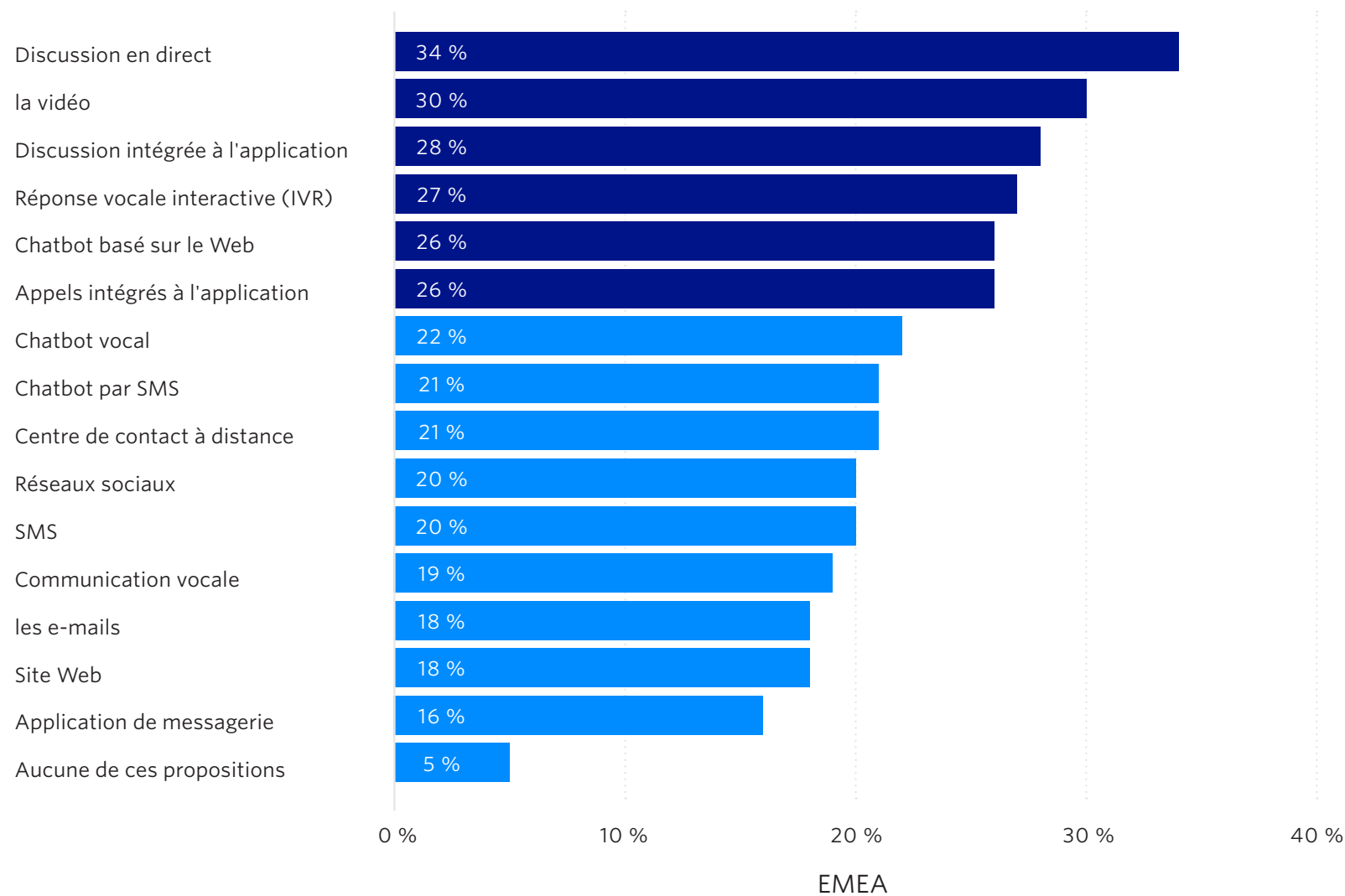


Base : 1 433 entreprises ; 2 545 entreprises internationales ; mention « je ne sais pas » exclue



Les entreprises prévoient d'ajouter 3 nouveaux canaux au cours des 12 prochains mois, ainsi que de mettre en œuvre le chat en direct.

Quels canaux de communication numérique votre entreprise prévoit-elle d'ajouter dans les 12 prochains mois ?



3,4

Nombre moyen de canaux que les entreprises envisagent d'ajouter au cours des 12 prochains mois

Ajout en 2021

- 34 % : chat en direct
- 30 % : vidéo
- 28 % : discussion intégrée à l'application
- 27 % : SVI
- 26 % : chatbot basé sur le Web
- 26 % : appels intégrés à l'application

Nombre moyen

- Allemagne 3,5
- Italie 3,5
- Royaume-Uni 3,5
- Moyenne mondiale 3,5**
- France 3,4
- Espagne 3,3

Base : 1 433 entreprises



Le chat en direct est le premier canal que les entreprises envisagent d'ajouter au cours des 12 prochains mois dans tous les pays de la zone EMEA sauf l'Espagne.

3 principaux canaux que les entreprises prévoient d'ajouter au cours des 12 prochains mois

	France	Allemagne	Italie	Espagne	Royaume-Uni
#1	Chat en direct (34 %)	Chat en direct (35 %)	Chat en direct (39 %)	IVR (32 %)	Chat en direct (32 %)
#2	la vidéo (33 %)	la vidéo (32 %)	Chat intégrée à l'application (31 %)	Chat intégrée à l'application (28 %)	Chat intégrée à l'application (30 %)
#3	IVR (29 %)	Chat intégrée à l'application (29 %)	la vidéo (31 %)	Appels intégrés à l'application (26 %)	IVR (30 %)

Premier canal à ajouter dans les 12 prochains mois

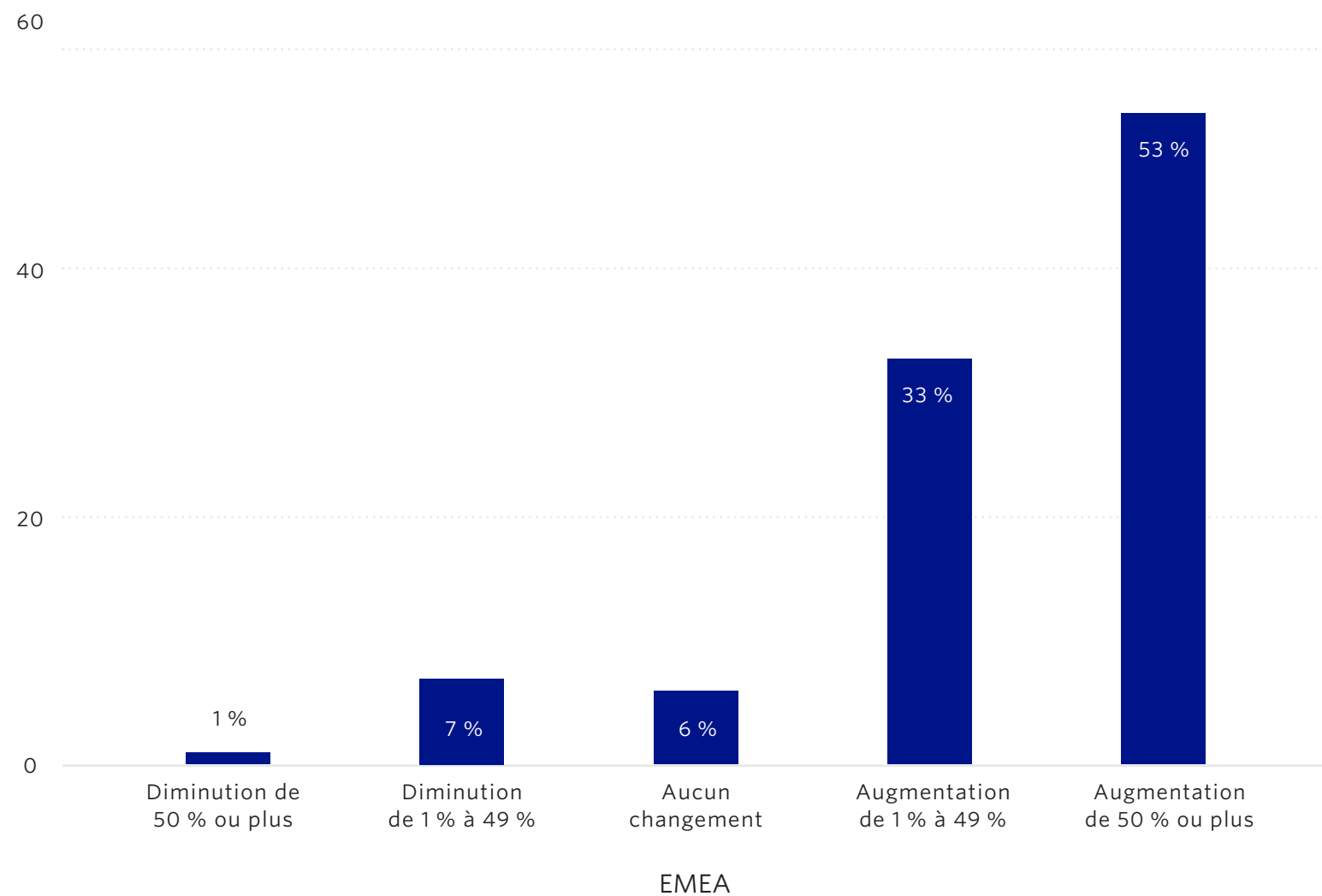
- France Chat en direct (34 %)
- Allemagne Chat en direct (35 %)
- Italie Chat en direct (39 %)
- Espagne SVI (32 %)
- Royaume-Uni Chat en direct (32 %)

Base : 1 439 entreprises



Plus de la moitié des entreprises ont indiqué que le nombre d'interactions numériques avec les clients a augmenté d'au moins 50 % pendant la pandémie.

Dans quelle mesure environ le nombre d'interactions numériques avec vos clients a-t-il augmenté ou diminué pendant la pandémie de COVID-19 ?



61 %

Augmentation moyenne du nombre de points de contact numériques pour les clients pendant la pandémie de COVID-19

Augmentation moyenne des interactions numériques

77 % Espagne

68 % Italie

63 % Moyenne mondiale

63 % Royaume-Uni

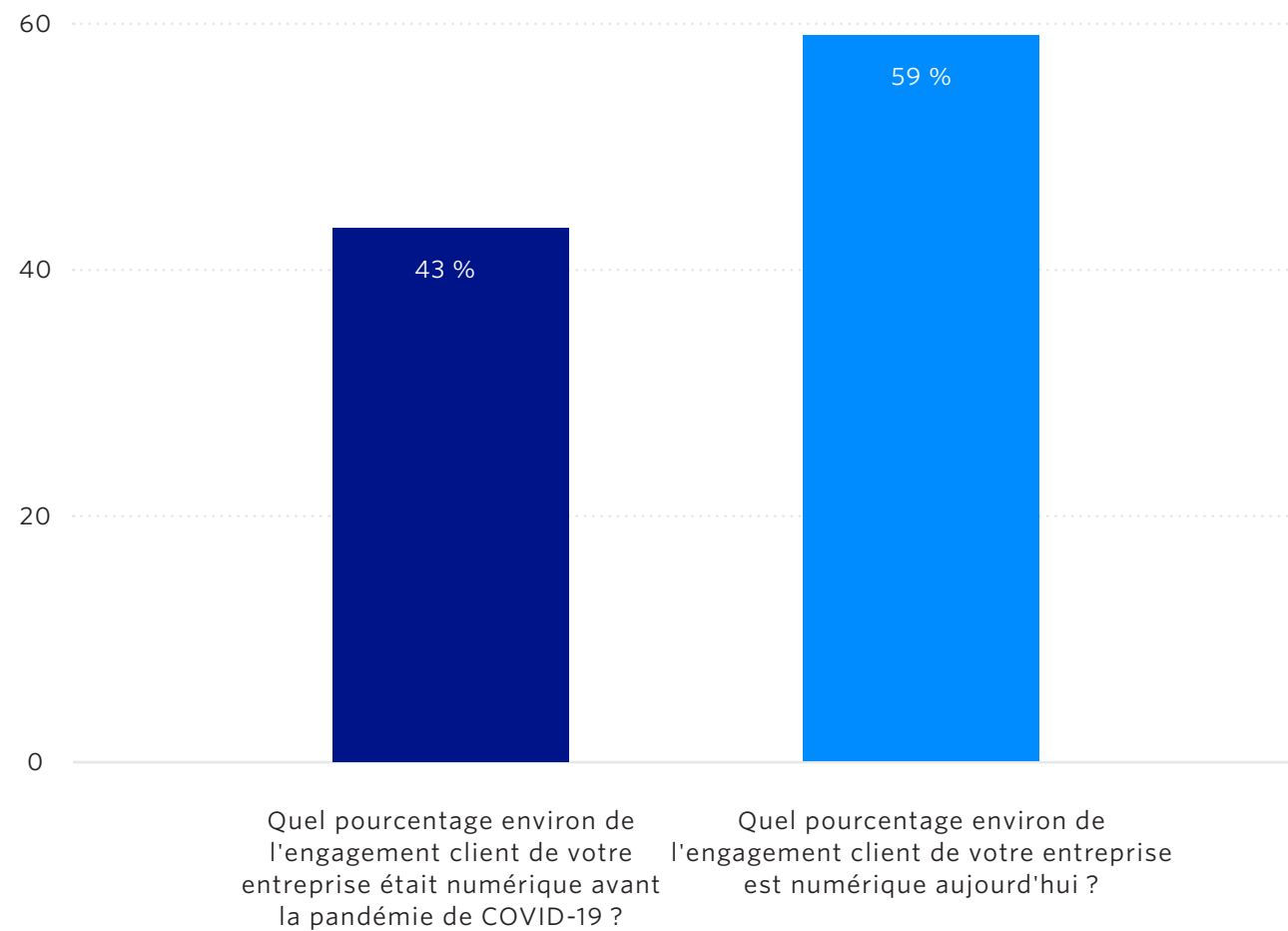
53 % France

49 % Allemagne

Base : 1 435 entreprises ; mention « je ne sais pas » exclue



Dans l'ensemble, l'engagement numérique des entreprises envers les clients a augmenté de 37 % depuis la pandémie.



Le pourcentage d'engagement client numérique a augmenté de 16 points, passant de 43 % avant la pandémie de COVID-19 à 59 % en décembre 2020, soit une augmentation de 37 %.

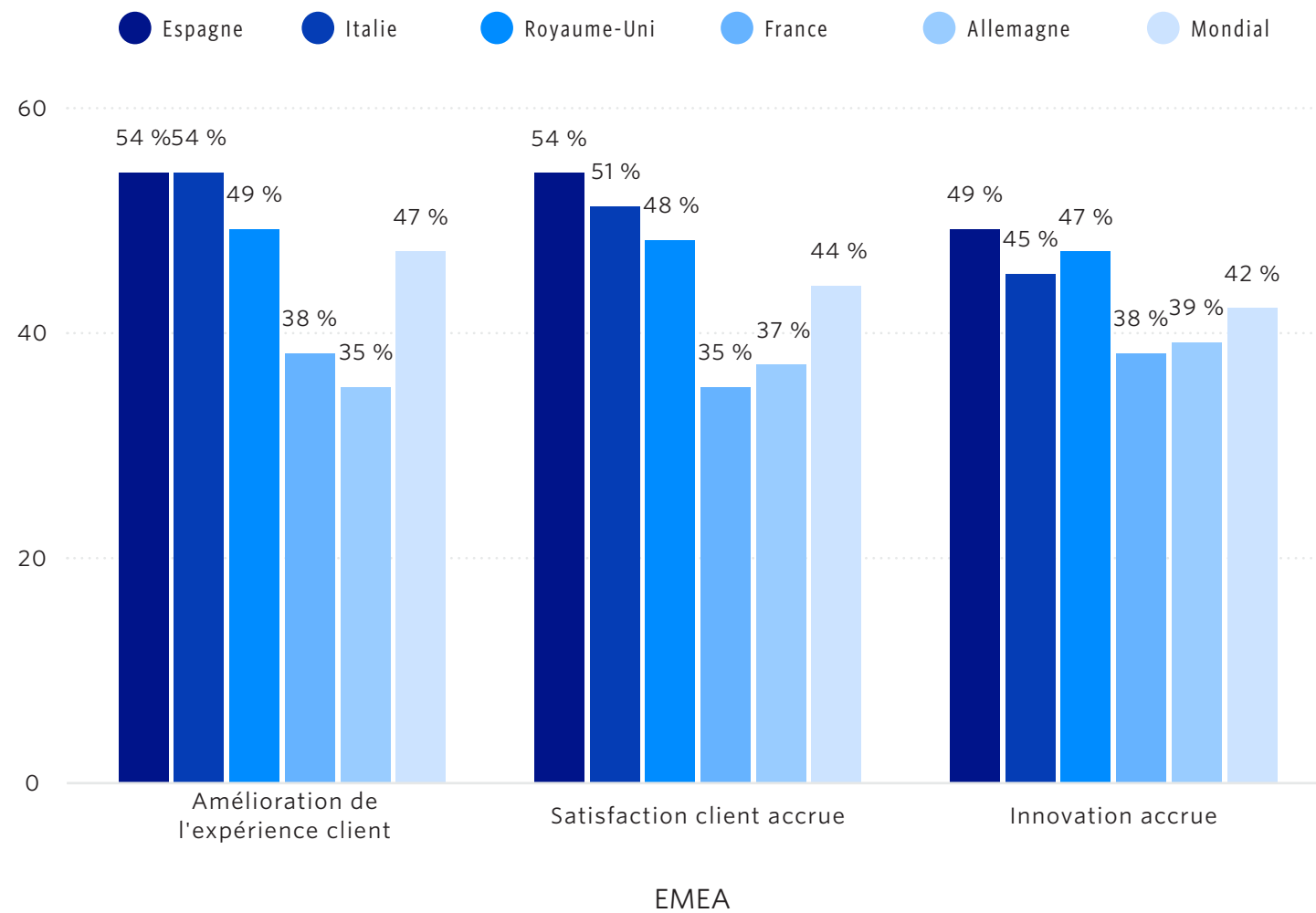
	avant la pandémie	pendant la pandémie
Espagne	41 %	67 %
Italie	41 %	63 %
Royaume-Uni	48 %	62 %
Moyenne mondiale	43 %	58 %
France	43 %	55 %
Allemagne	41 %	52 %

* $((59\% - 43\%) / 43\%) * 100$
Base : 1 437 avant la pandémie de COVID-19 et 1 438 pendant la pandémie ; mention « je ne sais pas » exclue



La plupart des entreprises en Espagne et en Italie ont fait état d'un meilleur engagement client grâce à la numérisation.

Les 3 principaux avantages de la numérisation de l'engagement client : EMEA



Amélioration de l'expérience client

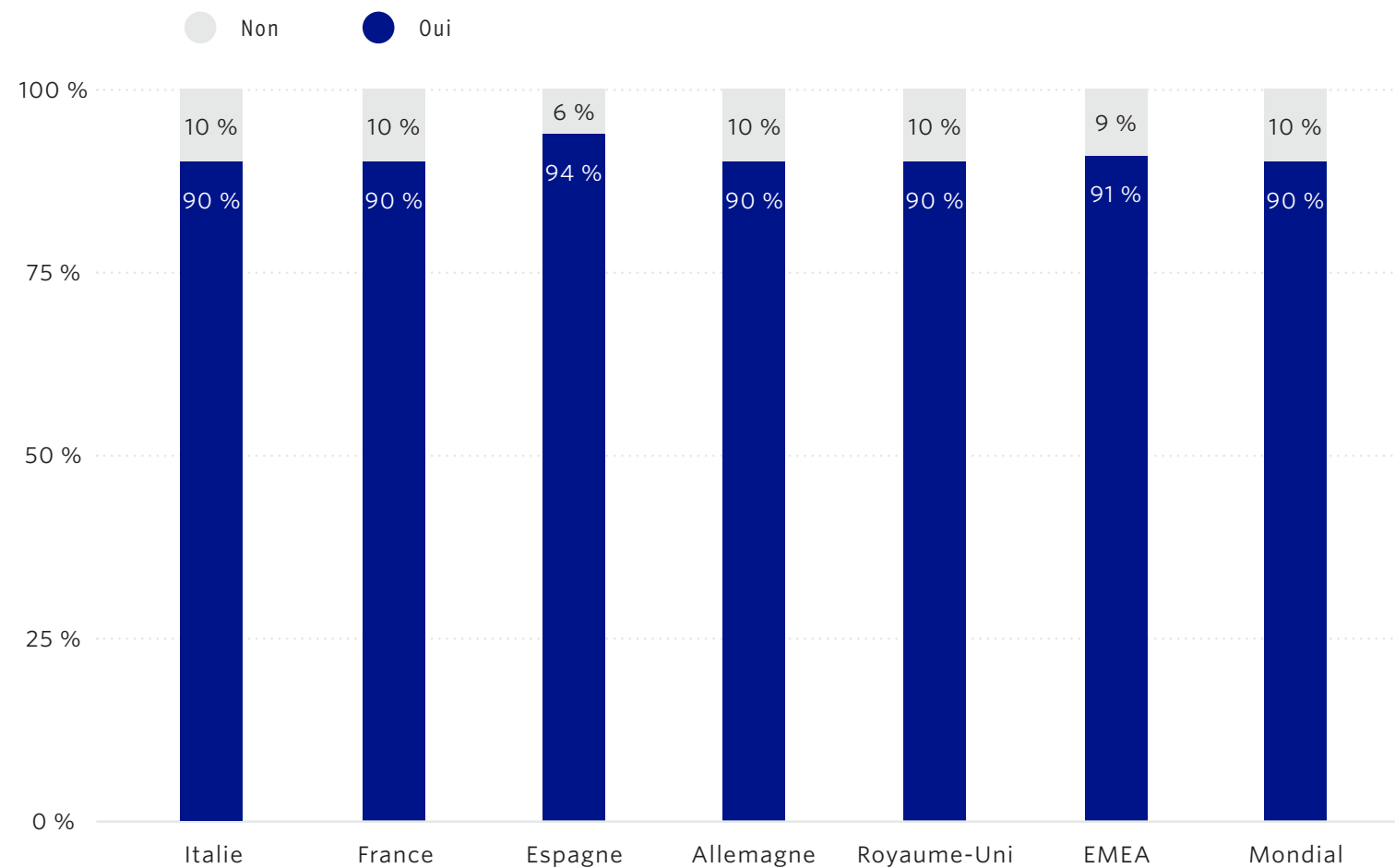
Espagne	54 %
Italie	54 %
Royaume-Uni	49 %
France	38 %
Allemagne	35 %

Base : 1 439 entreprises EMEA ; mention « je ne sais pas/aucune réponse » exclue



91 % des personnes interrogées indiquent mieux connaître leurs clients grâce à l'amélioration de l'engagement client pendant la pandémie.

Grâce à l'augmentation de l'engagement client pendant la pandémie de COVID-19, votre entreprise a-t-elle pu obtenir de nouvelles informations sur vos clients ?

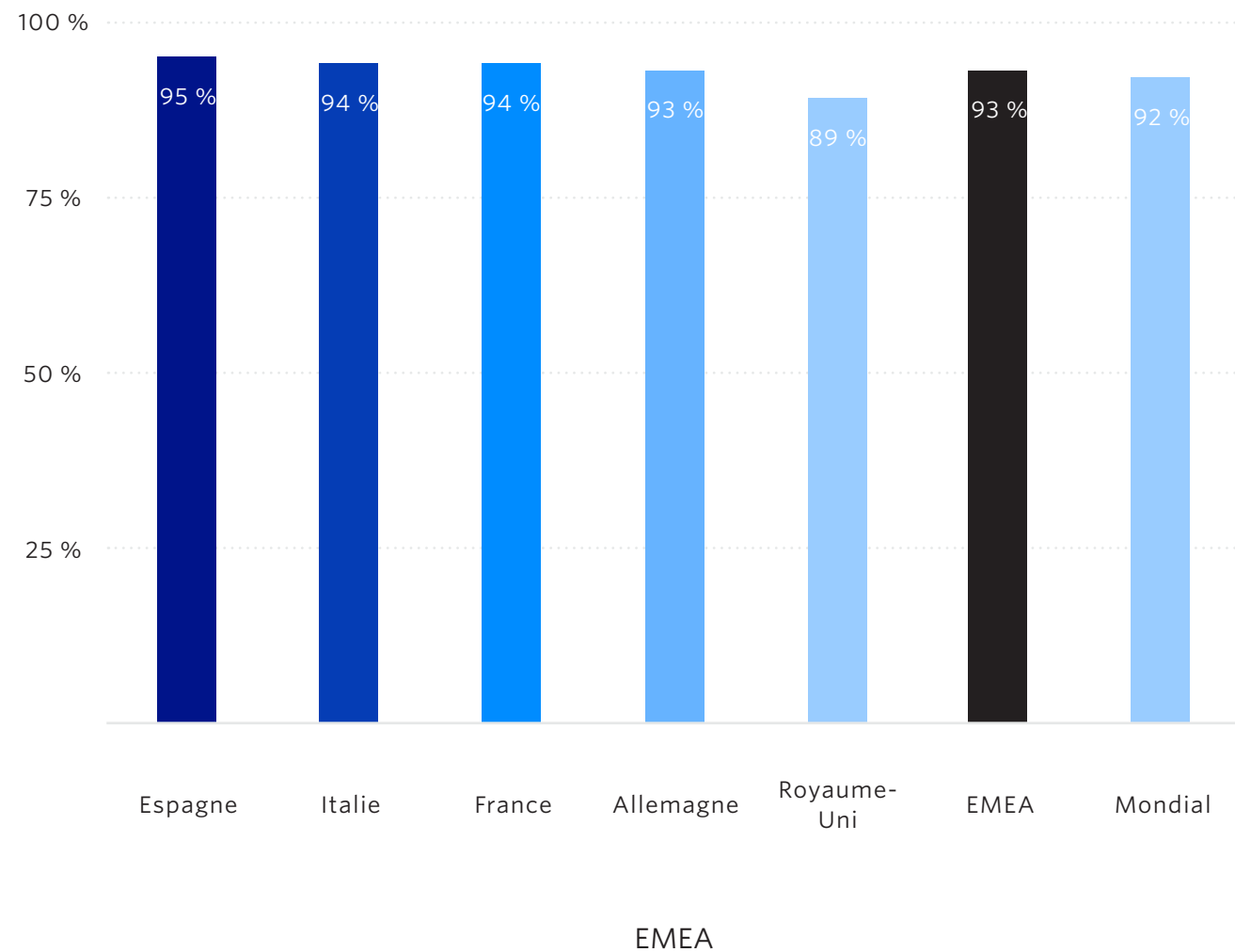


Base : 1 412 entreprises EMEA ; 2 467 entreprises internationales ; mention « je ne sais pas / aucune réponse » exclue



Les pays de la zone EMEA s'accordent à dire que la COVID-19 a accéléré leur passage au cloud.

La pandémie de COVID-19 a accéléré le passage de mon entreprise au cloud.



93 %

Des entreprises EMEA indiquent que la pandémie de COVID-19 a accéléré leur passage au cloud

Base : 1 435 entreprises EMEA ;
2 551 entreprises internationales ; mention « je ne sais pas » exclue



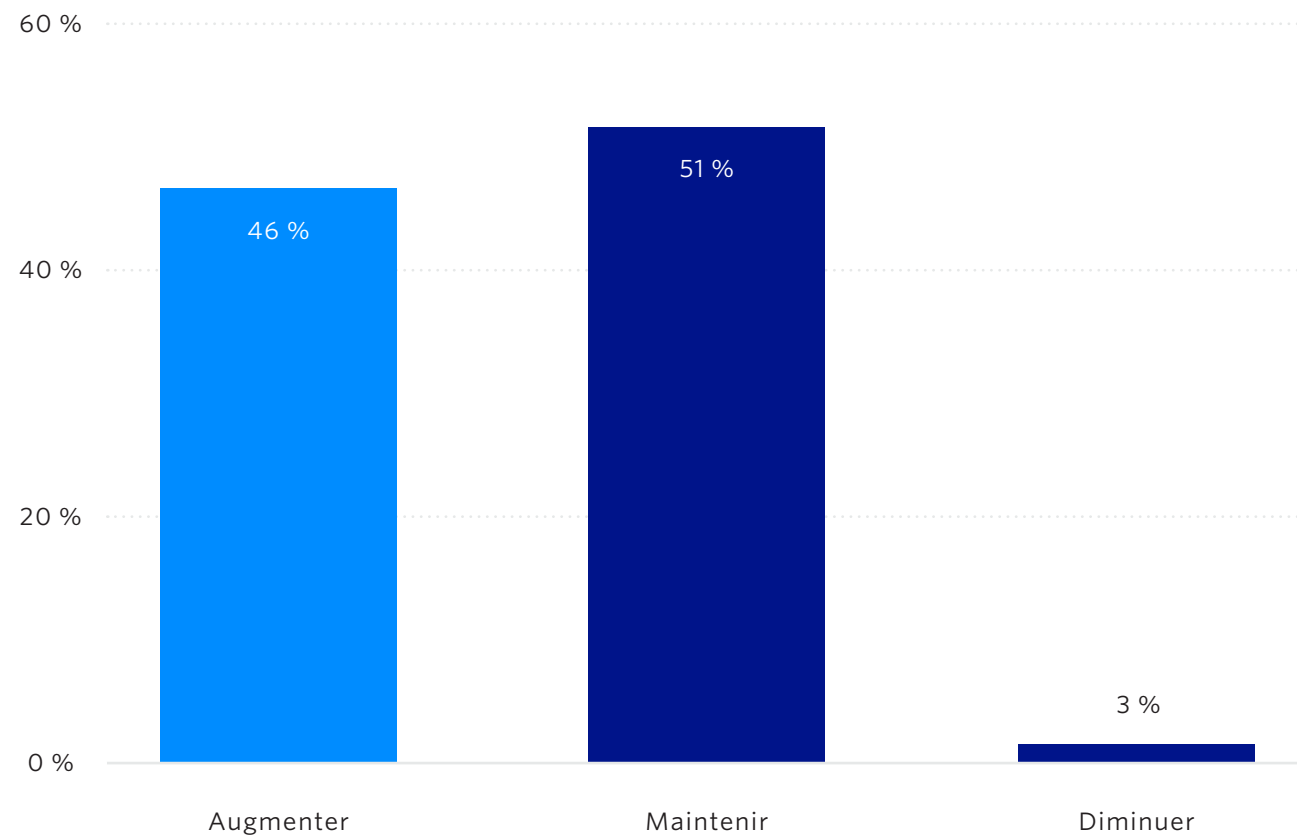
Engagement numérique au sein de secteurs réglementés





97 % des entreprises issues de secteurs hautement réglementés prévoient de maintenir ou d'augmenter leur niveau actuel d'investissement dans l'engagement client.

À l'issue de la pandémie, votre entreprise va-t-elle augmenter, maintenir ou diminuer son niveau actuel d'investissement dans l'engagement client ?



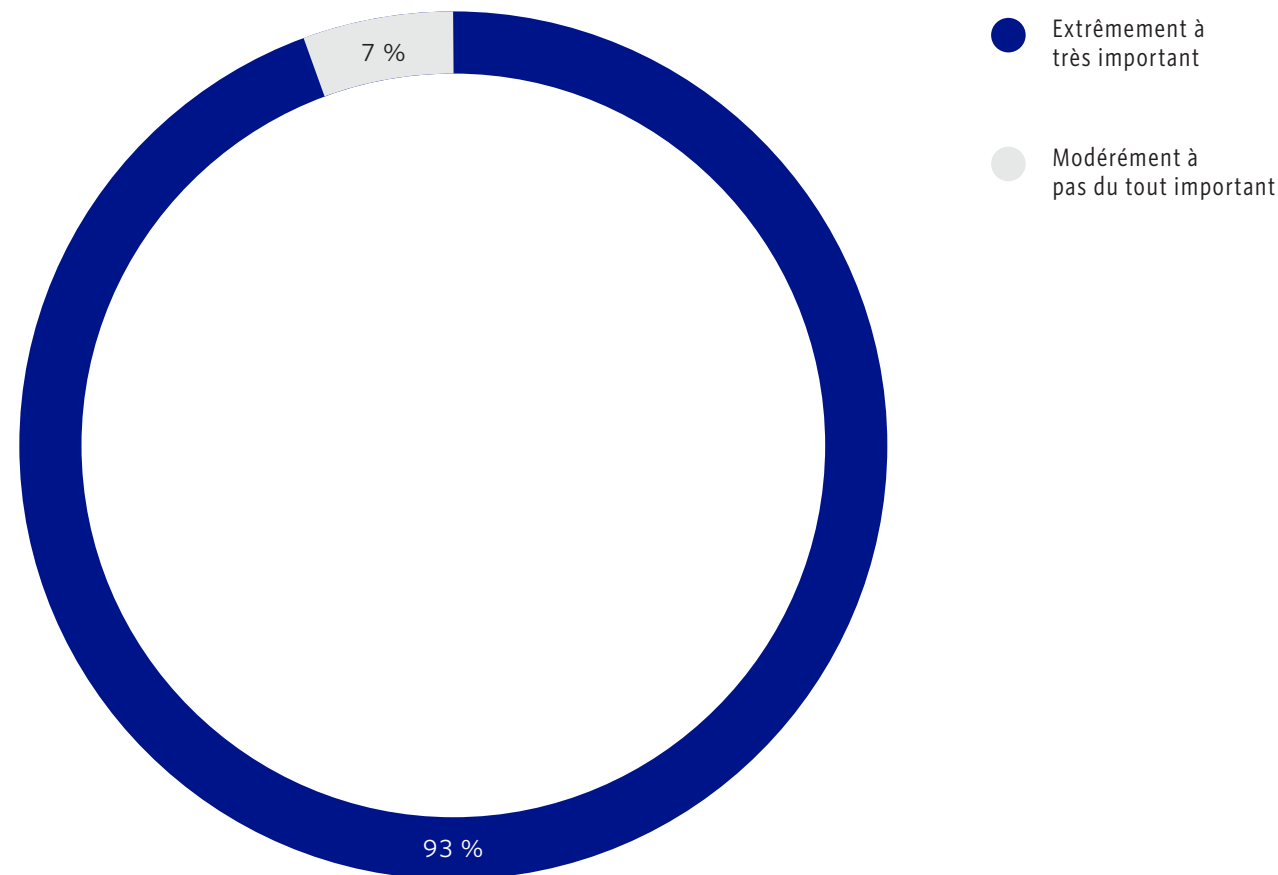
Base : 200 entreprises EMEA dans des secteurs hautement réglementés (finance, secteur public et santé) ; mention « je ne sais pas » exclue

Entreprises EMEA dans des secteurs hautement réglementés (finance, secteur public et santé)



Et 93 % des entreprises EMEA de secteurs hautement réglementés indiquent que les communications numériques seront essentielles ou très importantes pour leur réussite à l'avenir.

Quelle importance les communications numériques auront-elles pour la réussite de votre entreprise après la fin de la pandémie ?



Entreprises EMEA dans des secteurs hautement réglementés (finance, secteur public et santé)

93 %

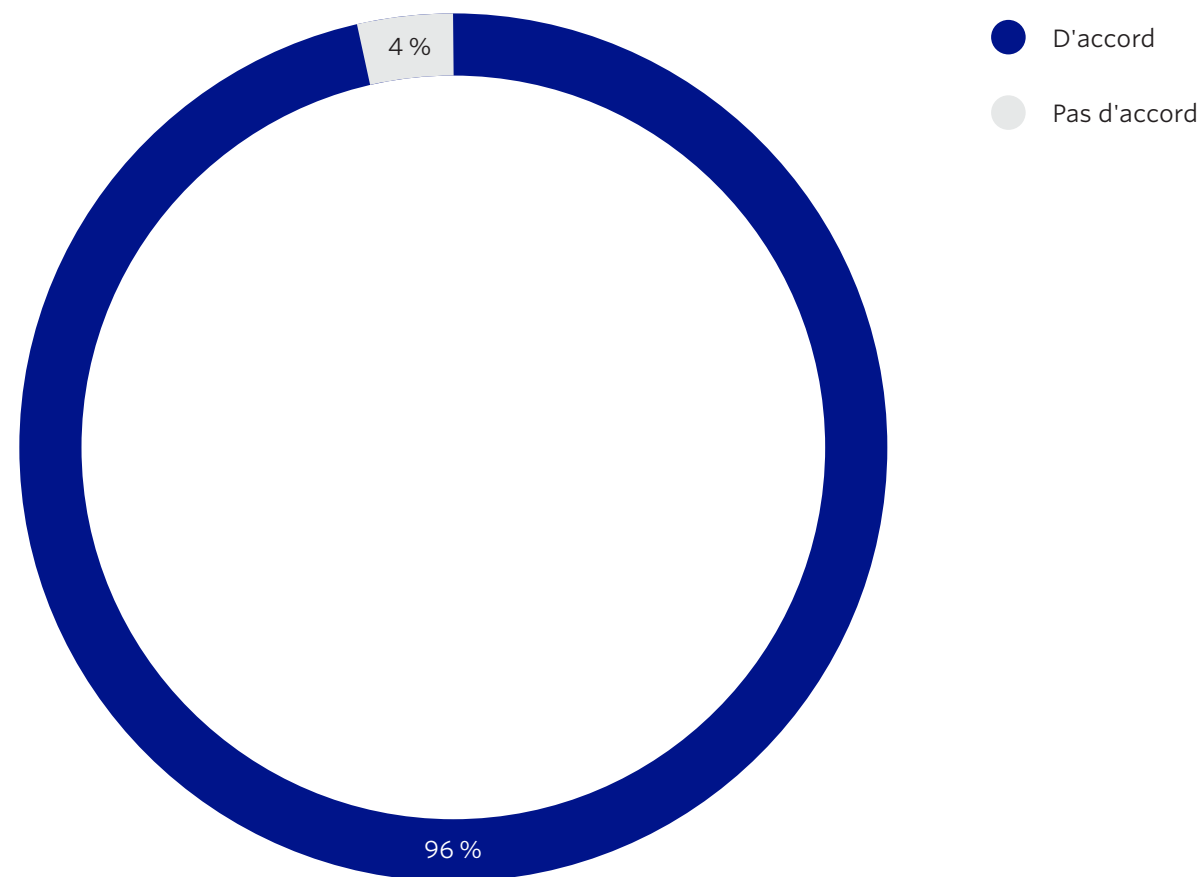
Des entreprises de secteurs hautement réglementés s'attendent à ce que les communications numériques soient essentielles ou très importantes pour leur réussite à l'avenir

Base : 200 entreprises EMEA dans des secteurs hautement réglementés (finance, secteur public et santé)



96 % des personnes interrogées affirment que la pandémie de COVID-19 a incité leur entreprise hautement réglementée à explorer de nouvelles stratégies pour se mettre au service des clients.

La pandémie de COVID-19 a incité notre entreprise à explorer des stratégies nouvelles non testées pour se mettre au service de nos clients.



Entreprises EMEA dans des secteurs hautement réglementés

96 %

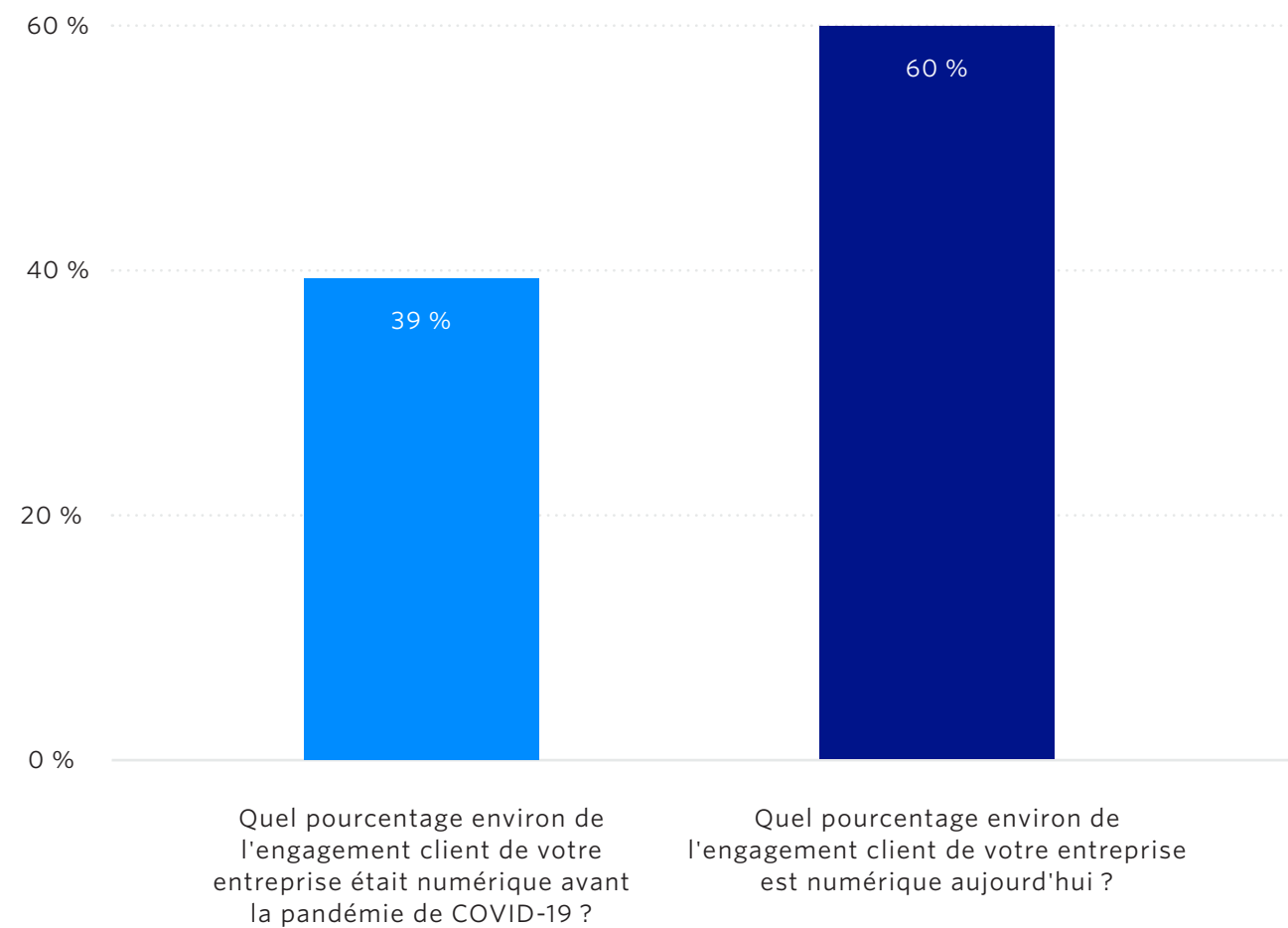
Estiment que la pandémie a poussé leur organisation à tester de nouvelles stratégies pour servir les clients

Base : 199 entreprises EMEA dans des secteurs hautement réglementés (santé, services financiers, secteur public) ; mention « je ne sais pas » exclue



L'engagement client numérique dans les secteurs hautement réglementés a augmenté de 54 % en raison de la pandémie de COVID-19.

Entreprises EMEA dans des secteurs hautement réglementés



Le pourcentage d'engagement client numérique a augmenté de 21 points, passant de 39 % avant la pandémie de COVID-19 à 60 % en décembre 2020, soit une augmentation de 54 %.

Base : 199 entreprises EMEA hautement réglementées ; mention « je ne sais pas » exclue



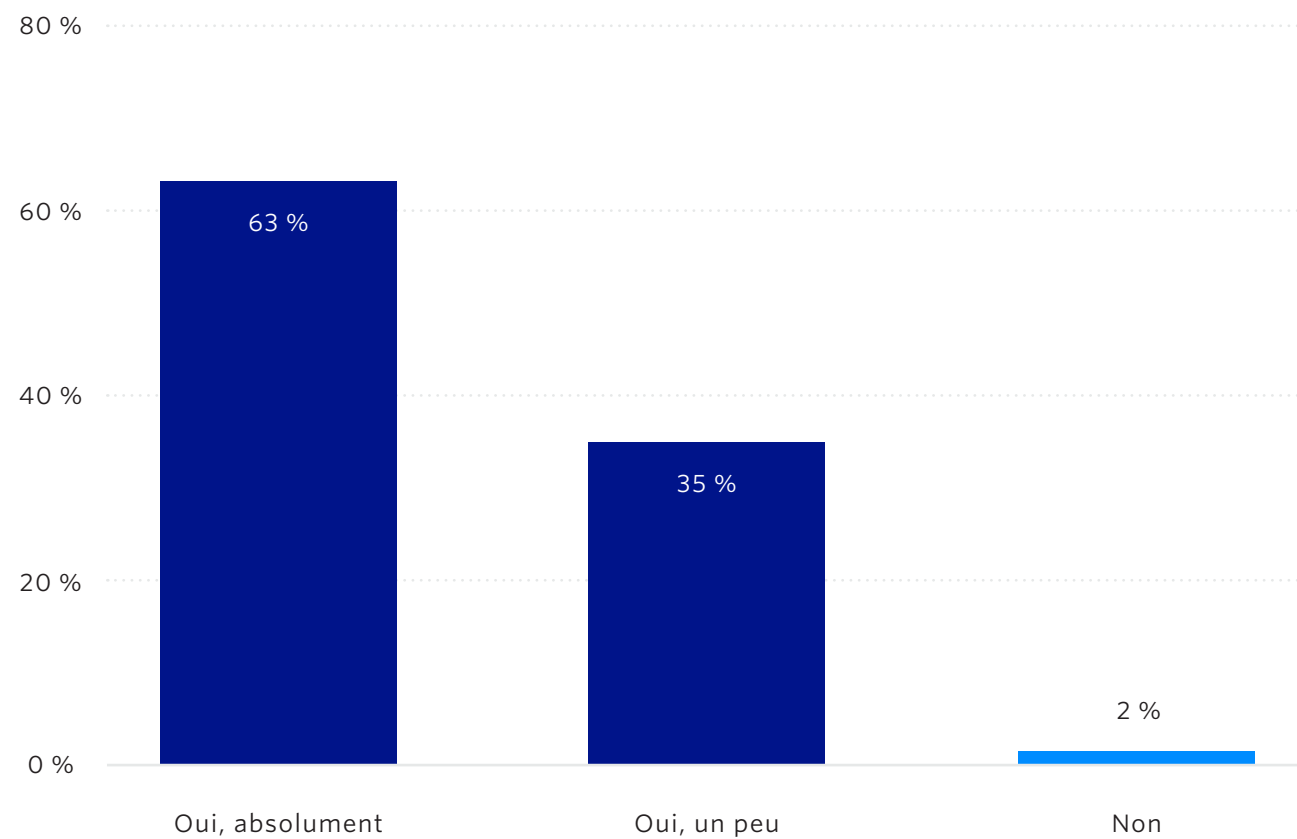
La vidéo améliore nos connexions virtuelles





98 % des personnes interrogées déclarent que leur utilisation de communications vidéo auprès des clients s'est plus développée que d'autres canaux pendant la pandémie.

Pendant la pandémie de COVID-19, l'utilisation de communications vidéo avec les clients par votre entreprise s'est-elle plus développée que les autres canaux ?



63 %

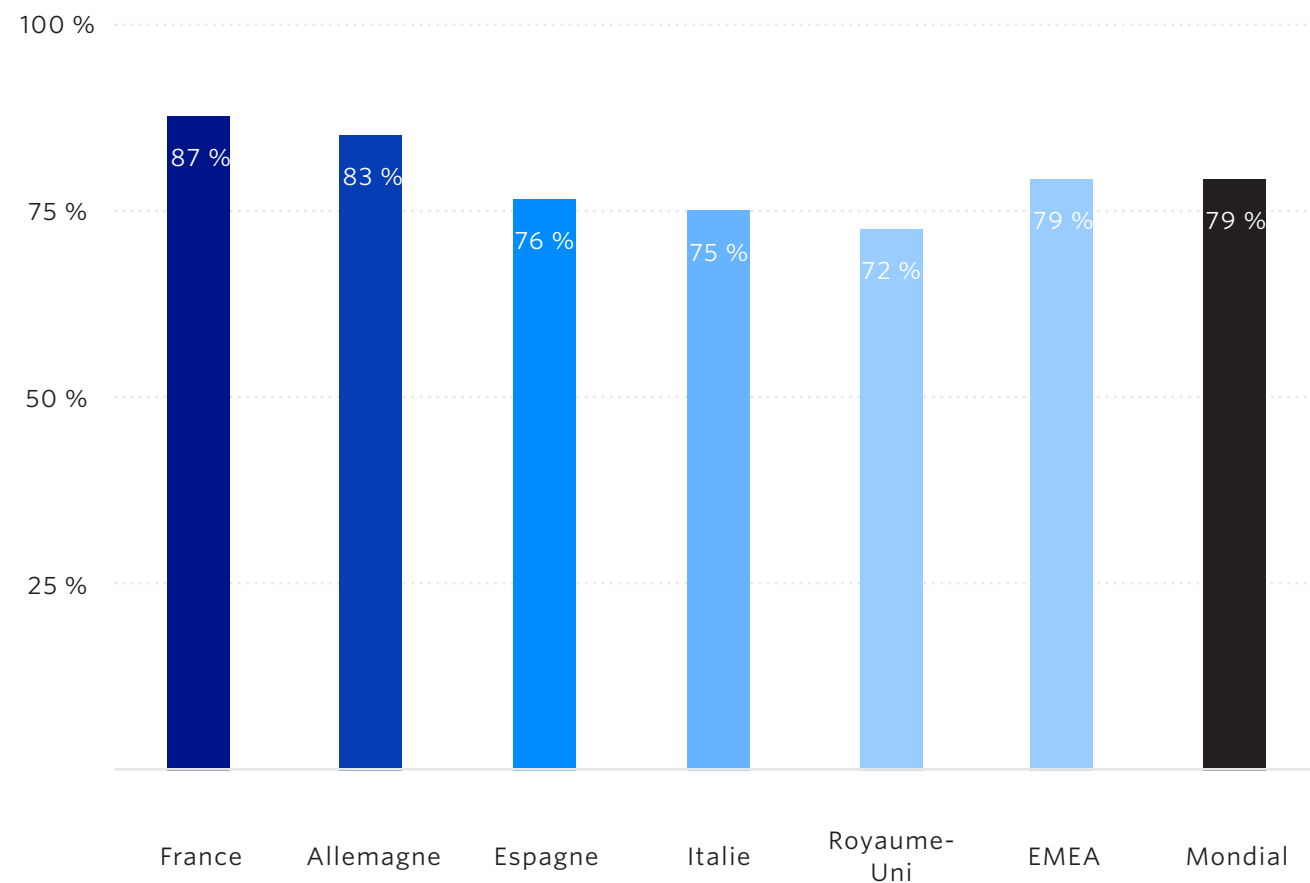
Estiment que leurs communications vidéo avec les clients se sont **réellement** développées plus que les autres canaux de communication

Base : 1 131 entreprises qui ont utilisé la vidéo en 2020 ; mention « je ne sais pas » exclue



Près de 8 entreprises EMEA sur 10 utilisent les communications vidéo avec leurs clients.

Votre entreprise utilise-t-elle actuellement les communications vidéo avec ses clients ?



EMEA

87 %

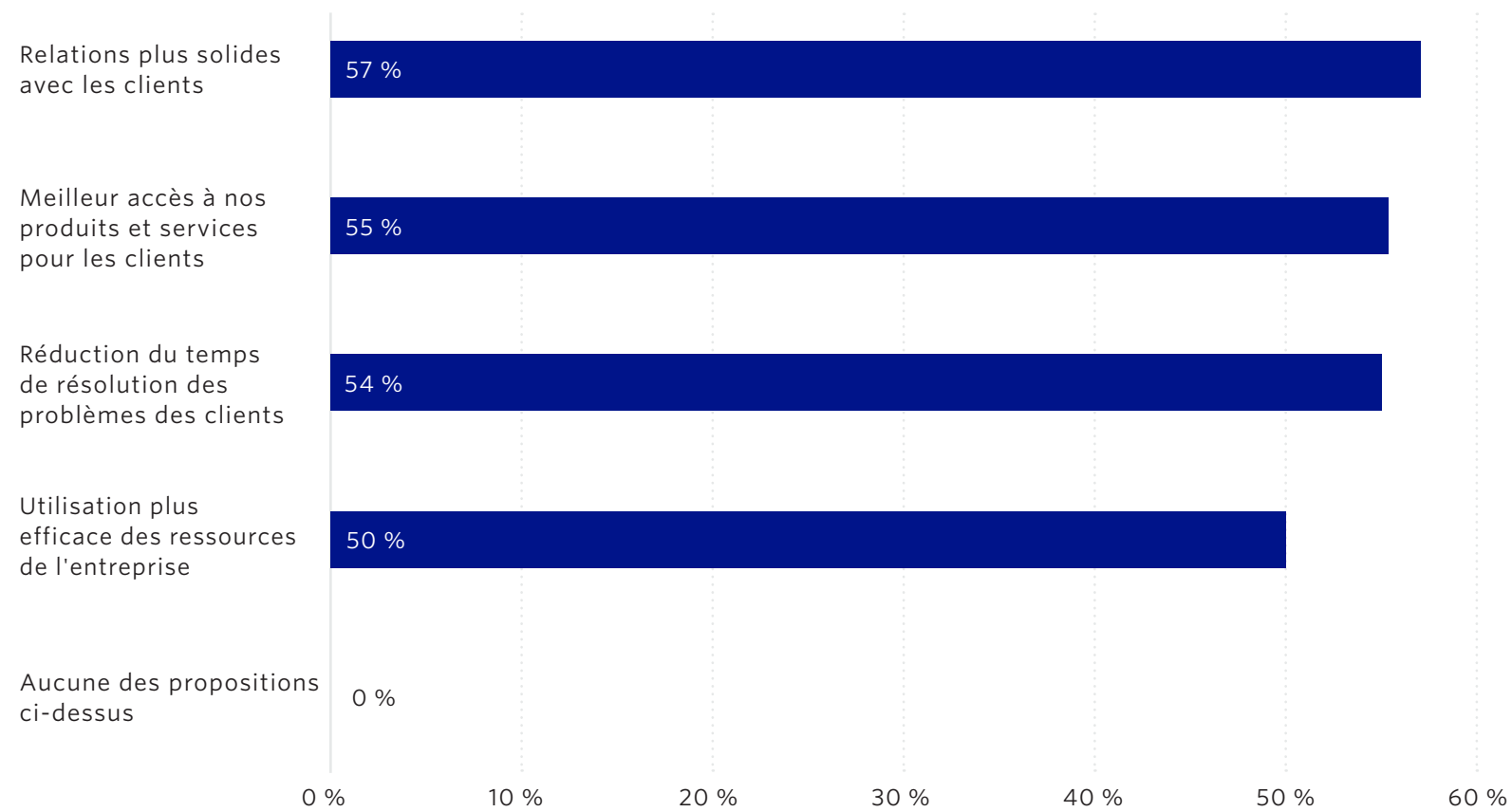
Des entreprises françaises déclarent utiliser actuellement la communication vidéo avec leurs clients

Base : 1 437 entreprises EMEA ;
2 557 entreprises internationales ; mention « je ne sais pas » exclue



La consolidation des relations et l'amélioration de l'accès des clients aux produits sont les principaux avantages des canaux vidéo.

Quels sont les avantages de l'utilisation des communications vidéo avec vos clients pour votre entreprise ?



EMEA

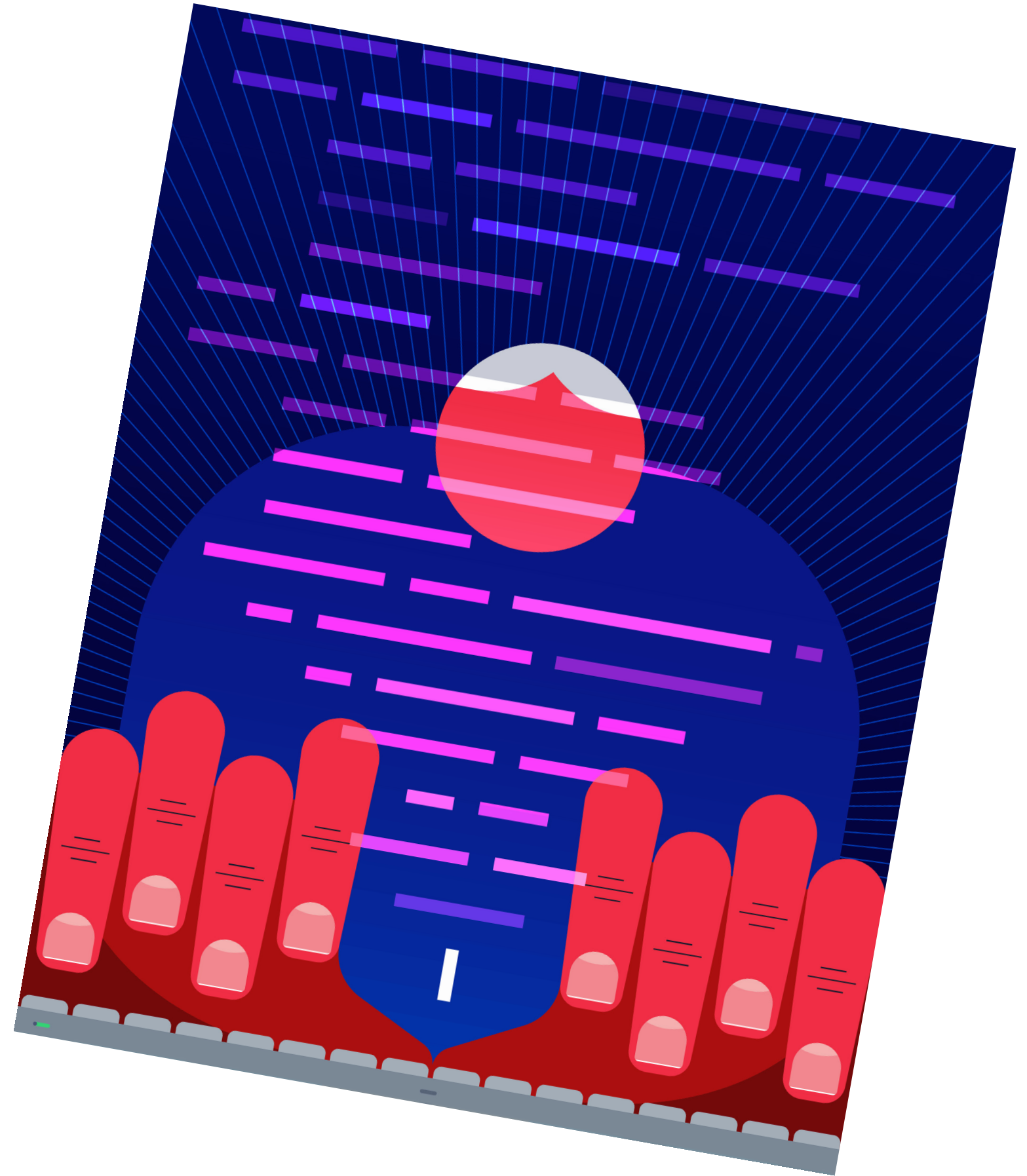
Bénéficient en majorité des avantages suivants quant à l'utilisation des communications vidéo avec leurs clients :

- Relations plus solides
- Meilleur accès des clients aux produits/services
- Utilisation plus efficace des ressources de l'entreprise
- Résolution plus rapide des problèmes des clients

Base : 1 132 entreprises EMEA utilisant la vidéo pour les communications avec les clients ; mention « je ne sais pas » exclue



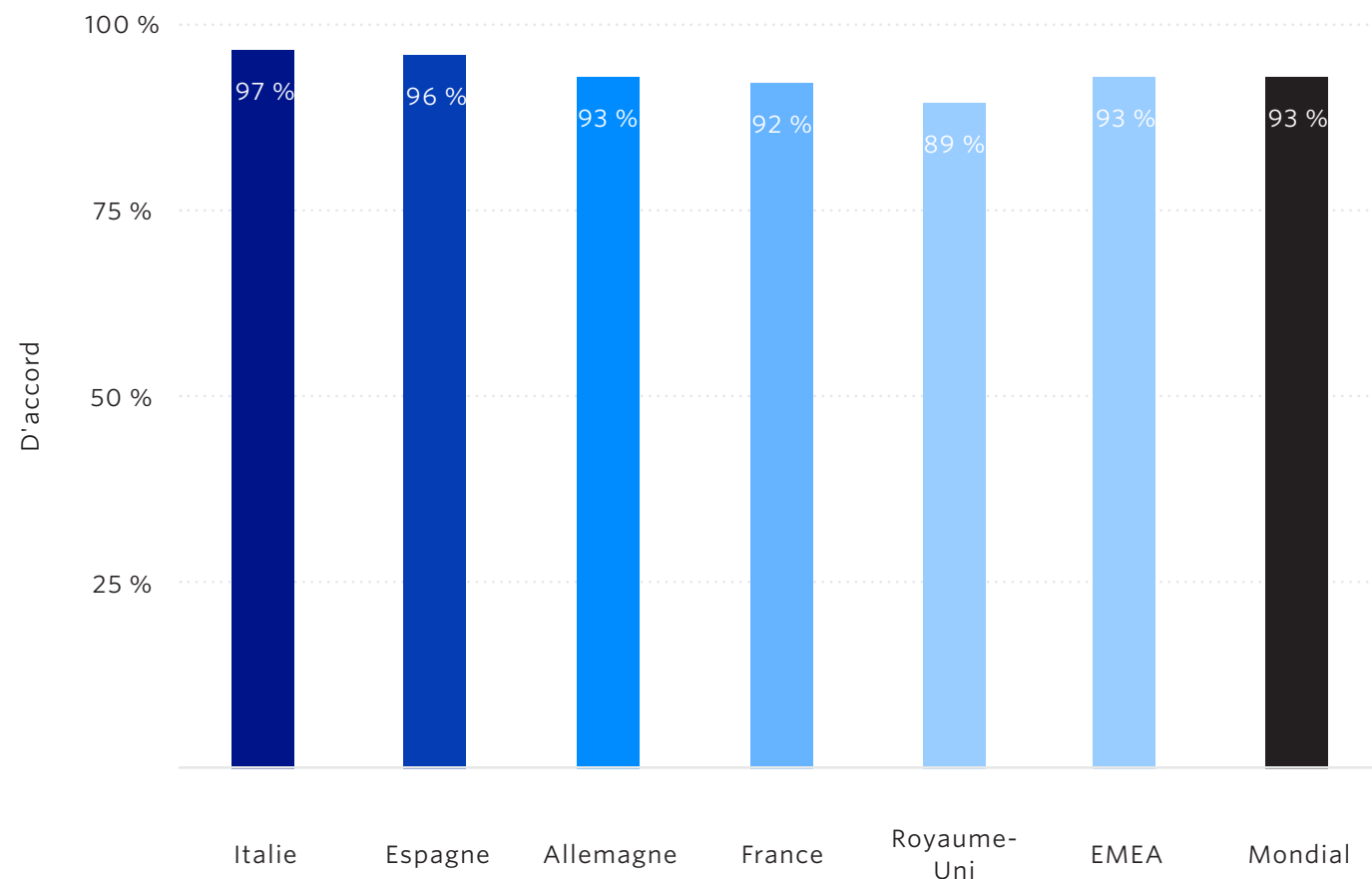
Créer des expériences numériques exceptionnelles





Les développeurs ont été héroïques. Les chefs d'entreprise affirment que les développeurs de logiciels ont été essentiels pour surmonter les défis commerciaux liés à la pandémie de COVID-19.

Les développeurs de logiciels de notre entreprise ont joué un rôle crucial dans la résolution des défis commerciaux causés par la pandémie de COVID-19.



EMEA

97 %

Des entreprises italiennes affirment que les développeurs ont joué un rôle crucial dans la résolution des problèmes commerciaux pendant la pandémie

93 %

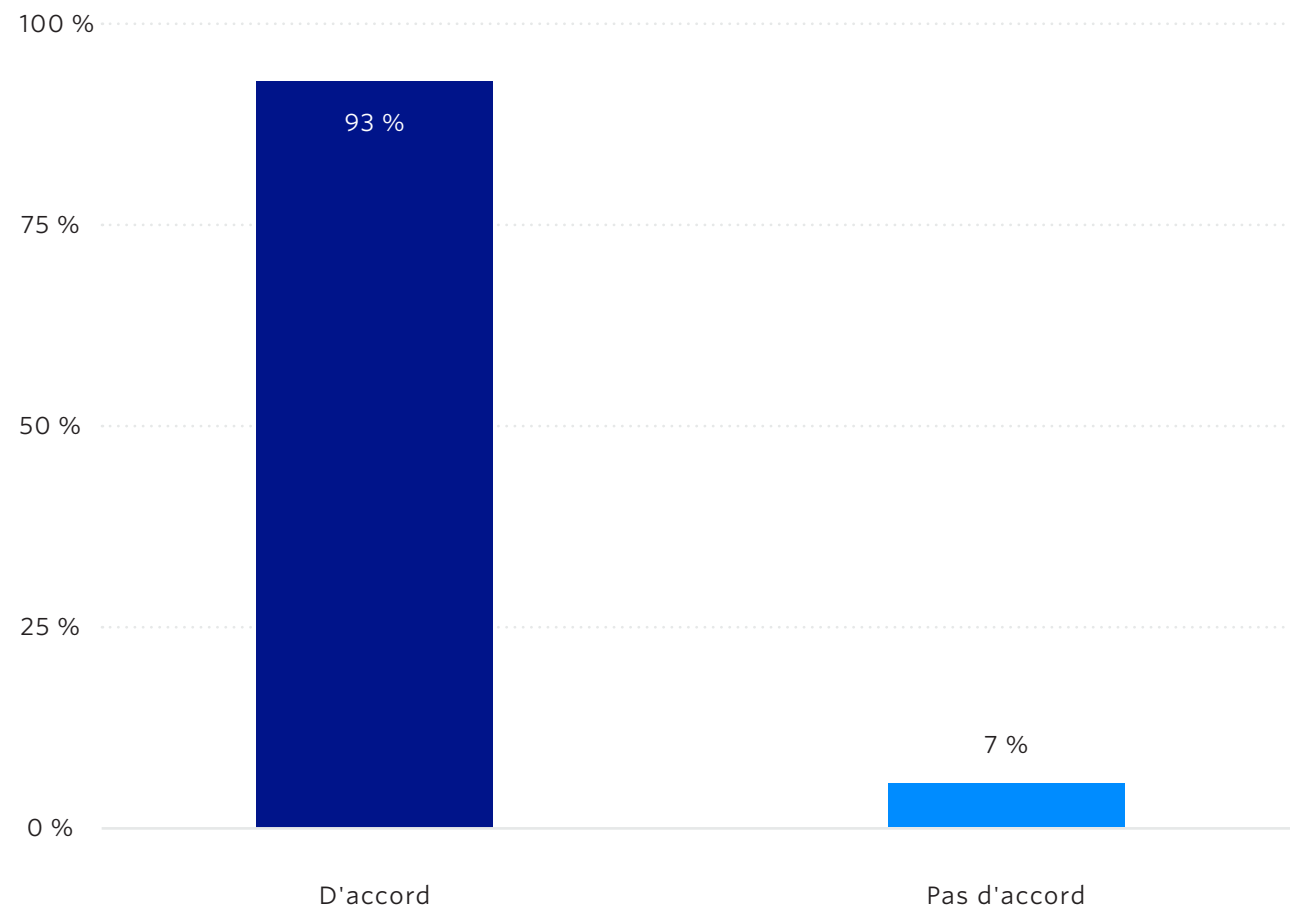
Moyenne mondiale

Base : 1 435 entreprises EMEA ; 2 549 entreprises internationales ; mention « je ne sais pas » exclue



Les entreprises s'accordent à dire qu'elles sont plus susceptibles de développer des solutions de communication pour répondre aux demandes des clients à l'avenir.

Mon entreprise est plus susceptible de développer des solutions de communication (plutôt que d'acheter une solution préconfigurée) pour répondre aux demandes des clients à l'avenir.



EMEA

93 %

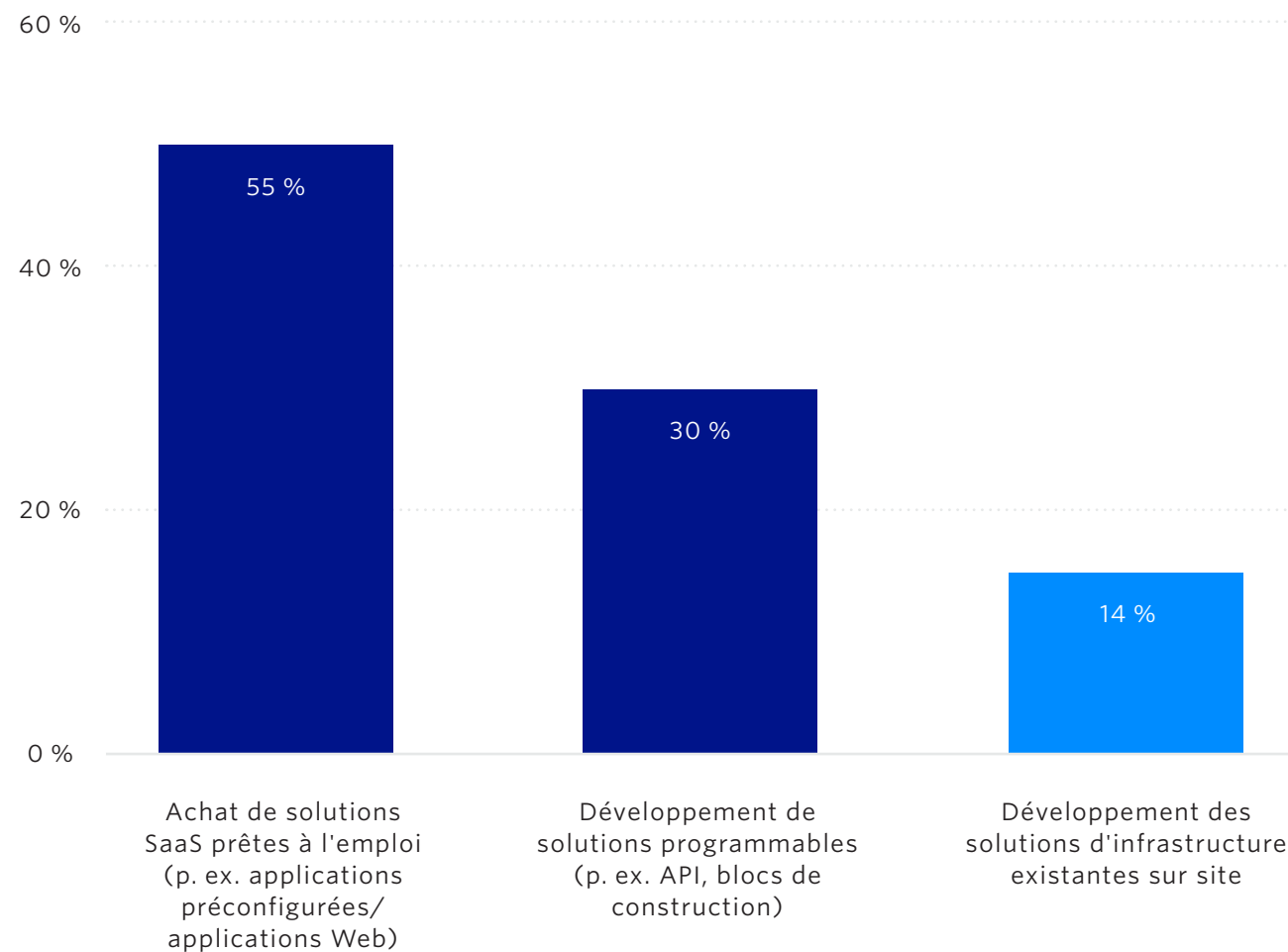
Des entreprises s'accordent à dire qu'elles sont susceptibles de développer leurs propres solutions de communication à l'avenir

Base : 1 429 entreprises EMEA ; mention « je ne sais pas » exclue



Près d'une entreprise sur 3 a choisi le développement au moyen de solutions programmables.

Quelle approche votre entreprise adopte-t-elle le plus souvent lors de l'ajout de canaux de communication numérique ?



30 %

D'accélération de la construction avec des solutions programmables

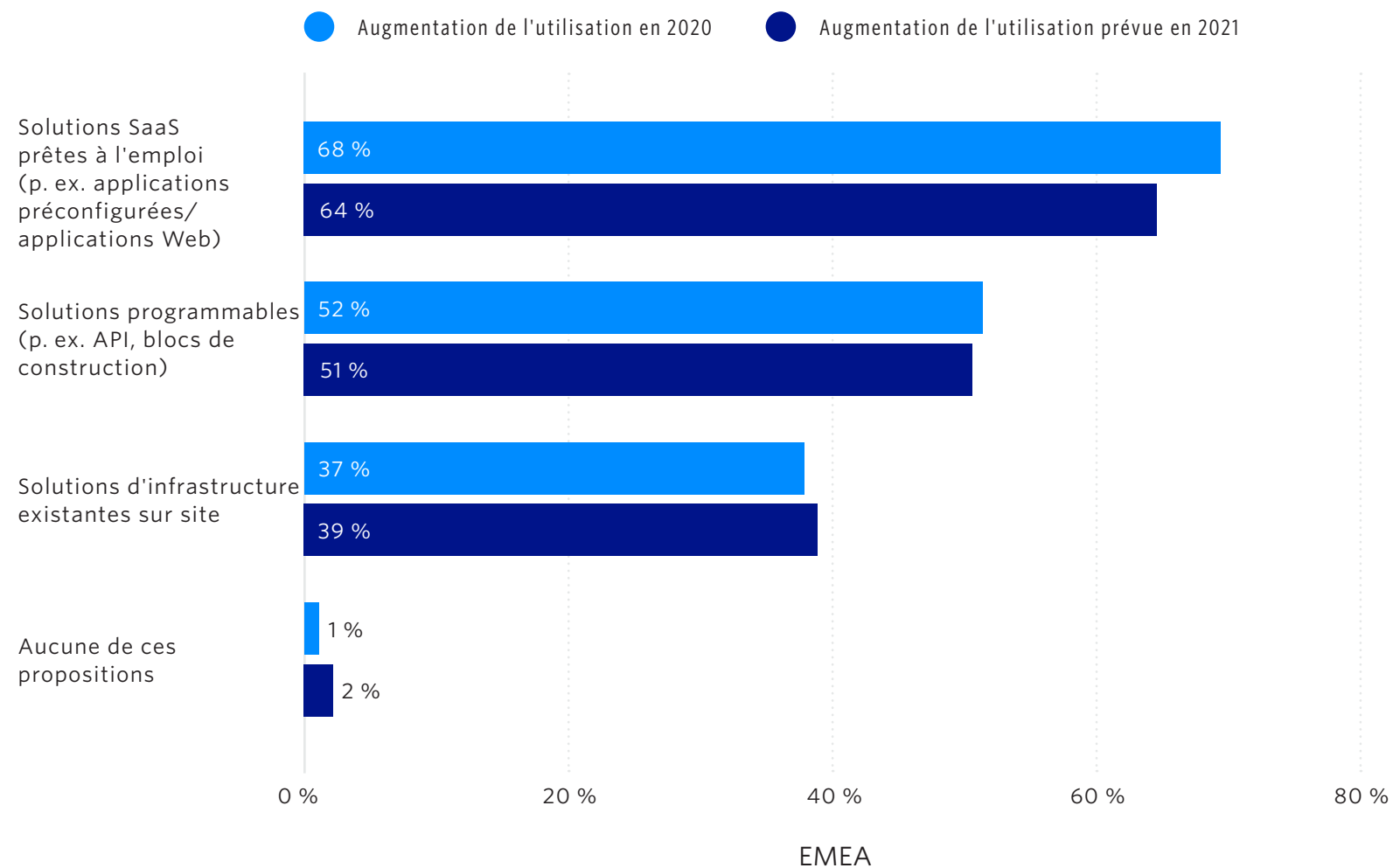
- Entreprises du Royaume-Uni moins susceptibles d'acheter des solutions SaaS prêtes à l'emploi : 47 %

Base : 1 427 entreprises EMEA ; mention « je ne sais pas » exclue



La majorité des entreprises vont augmenter l'utilisation de solutions programmables en 2021.

Quelles sont les approches que votre entreprise a davantage utilisées en 2020 ? Quelles approches va-t-elle plus utiliser au cours des 12 prochains mois ?



L'utilisation de solutions programmables :

- augmentera pour 51 % des entreprises en 2021
- a augmenté pour 52 % des entreprises en 2020

Base : 1 439 entreprises EMEA



Les pays de la zone EMEA conviennent que la vitesse, la fiabilité et la flexibilité sont les facteurs les plus importants lors du choix des solutions de communications numériques.

Quels sont les facteurs les plus importants pour votre entreprise quant au choix de solutions répondant à votre stratégie de communication numérique ?

	Italie	Espagne	Allemagne	France	Royaume-Uni	EMEA	Mondial
Rapidité : capacité à mettre en œuvre et à déployer rapidement	55 %	58 %	50 %	52 %	58 %	54 %	56 %
Fiabilité : performances constantes	56 %	47 %	49 %	49 %	57 %	52 %	54 %
Flexibilité : capacité à personnaliser en fonction des besoins de l'entreprise	57 %	52 %	51 %	44 %	59 %	52 %	53 %
Agilité : capacité à s'adapter pour résoudre les problèmes émergents/imprévus	49 %	54 %	43 %	46 %	46 %	47 %	47 %
Simplicité : facilité de développement/déploiement	39 %	49 %	45 %	45 %	50 %	45 %	45 %
Évolutivité : possibilité d'augmentation ou de réduction	32 %	31 %	41 %	38 %	43 %	37 %	40 %
Coût	28 %	35 %	24 %	24 %	32 %	28 %	30 %



Engagement numérique en Australie, au Japon et à Singapour

Nous avons interrogé 825 décideurs d'entreprise en Australie, au Japon et à Singapour pour comprendre comment ils utilisent les communications numériques afin d'interagir avec leurs clients. Voici un aperçu plus précis de ce que nous avons découvert.





APAC : l'impact durable de la COVID-19

Un regard plus approfondi sur l'impact de la COVID-19 sur les stratégies de communication numérique à l'avenir.





La pandémie de COVID-19 a permis de surmonter les obstacles à la transformation numérique.

Quelles barrières à la transformation numérique la COVID-19 a-t-elle levées au sein de votre entreprise ?

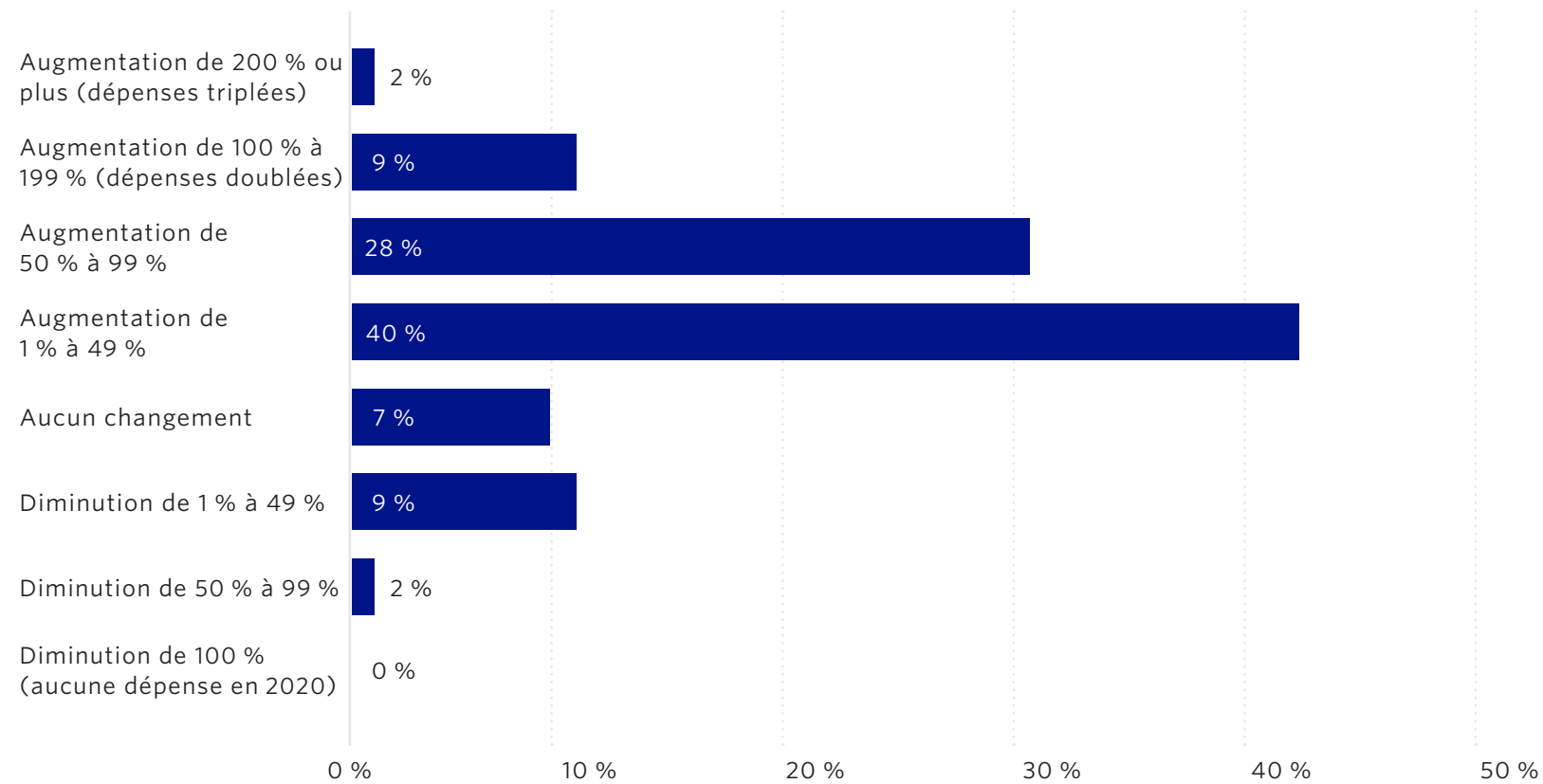
	Singapour	Australie	Japon	APAC	Mondial
Absence de stratégie de transformation claire	48 %	47 %	30 %	41 %	36 %
Manque de temps	41 %	36 %	18 %	31 %	33 %
Manque de compétences et de savoir-faire	40 %	39 %	25 %	34 %	32 %
Approbation ou adhésion de la direction	36 %	38 %	35 %	36 %	34 %
Budget insuffisant	34 %	34 %	37 %	35 %	32 %
Réticence à remplacer les logiciels existants	34 %	31 %	31 %	32 %	33 %
Manque d'assistance technique	34 %	37 %	24 %	31 %	28 %
Bureaucratie	22 %	17 %	30 %	23 %	27 %
Non applicable, nous n'avons pas de barrières	3 %	1 %	9 %	5 %	5 %
Aucune de ces propositions	0 %	1 %	3 %	2 %	2 %
Nombre moyen de barrières levées en raison de la COVID-19	2,9	2,8	2,3	2,6	2,6

Base : 825 entreprises APAC ; 2 562 entreprises internationales



La pandémie de COVID-19 a stimulé l'augmentation des budgets de transformation numérique.

Dans quelle mesure les dépenses de votre entreprise en 2020 pour la transformation numérique ont-elles augmenté ou diminué par rapport à 2019 ?



46 %

D'augmentation moyenne mondiale en pourcentage des budgets de transformation numérique par rapport à la dernière année

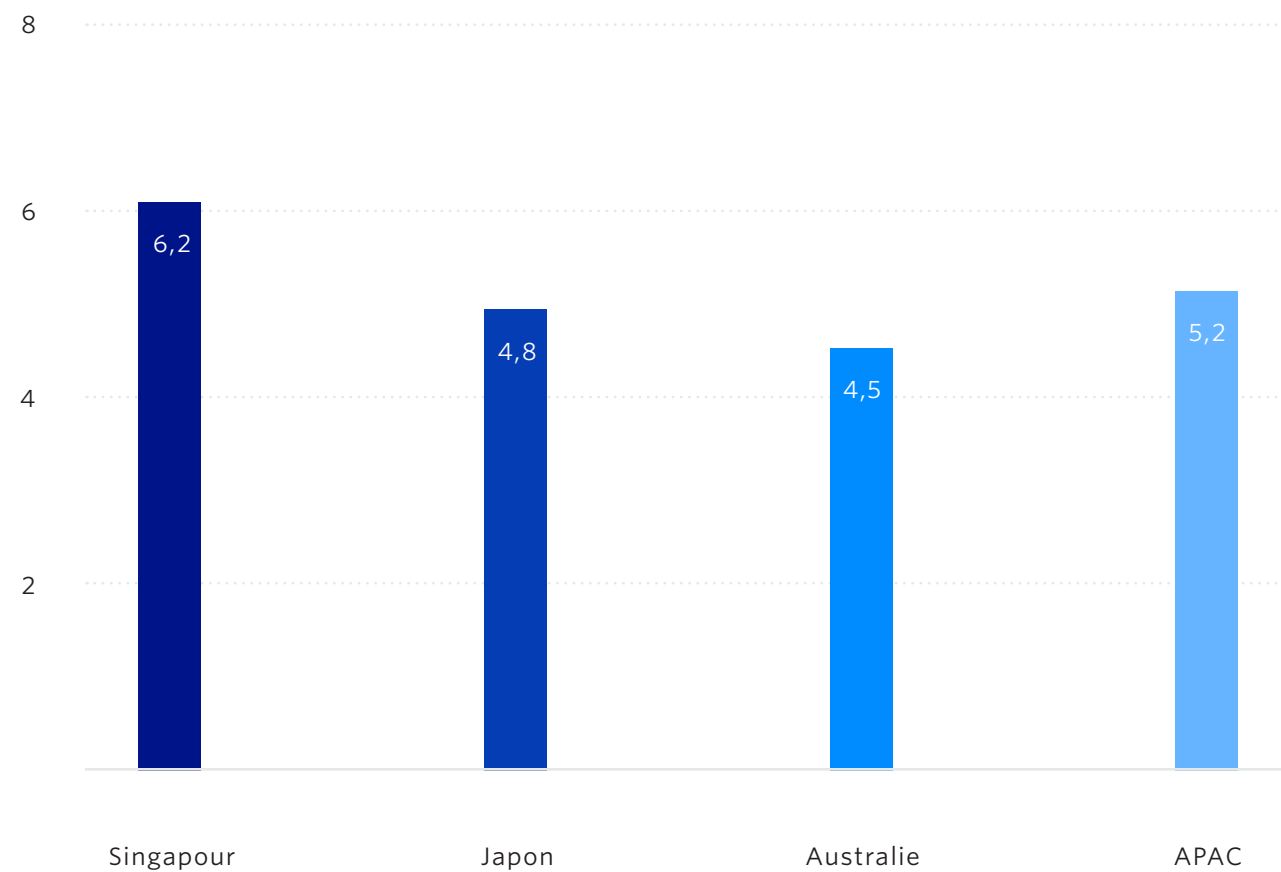
Au Japon, les budgets consacrés à la transformation numérique ont augmenté en moyenne de 59 %

Base : 2 545 entreprises ; mentions « je ne sais pas » et « non applicable » exclues



Singapour a accéléré sa transformation numérique de plus de 6 ans du fait de la pandémie.

De combien d'années environ le calendrier de votre stratégie de transformation numérique a-t-il été accéléré en raison de la pandémie de COVID-19 ?



Nombre d'années moyen d'accélération de la transformation numérique

Nombre moyen d'années d'accélération de la transformation numérique en raison de la pandémie :

Accélération maximale :

Singapour 6,2 ans

Accélération minimale :

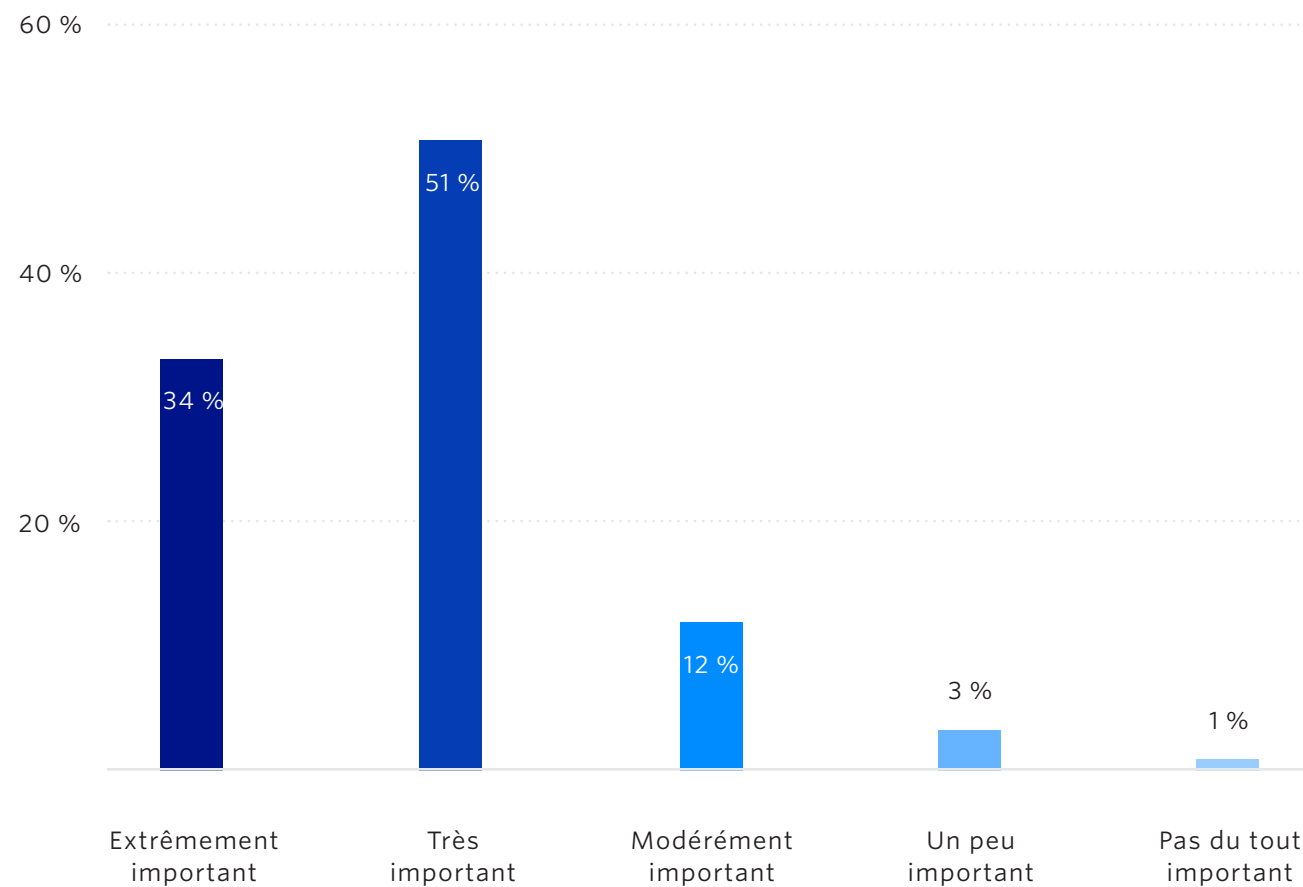
Australie 4,5 ans

Base : moyenne de 260 à 297 entreprises par pays ayant accéléré leur stratégie de transformation numérique en raison de la pandémie de COVID-19 ; mention « je ne sais pas » exclue



La pandémie de COVID-19 a montré à quel point les communications numériques sont essentielles à la survie des entreprises.

Quelle est l'importance des communications numériques (par exemple, par SMS, vidéo, chat, e-mail, communication vocale) pour la survie de votre entreprise pendant la pandémie ?



APAC

Base : 825 entreprises APAC (Australie, Japon, Singapour)

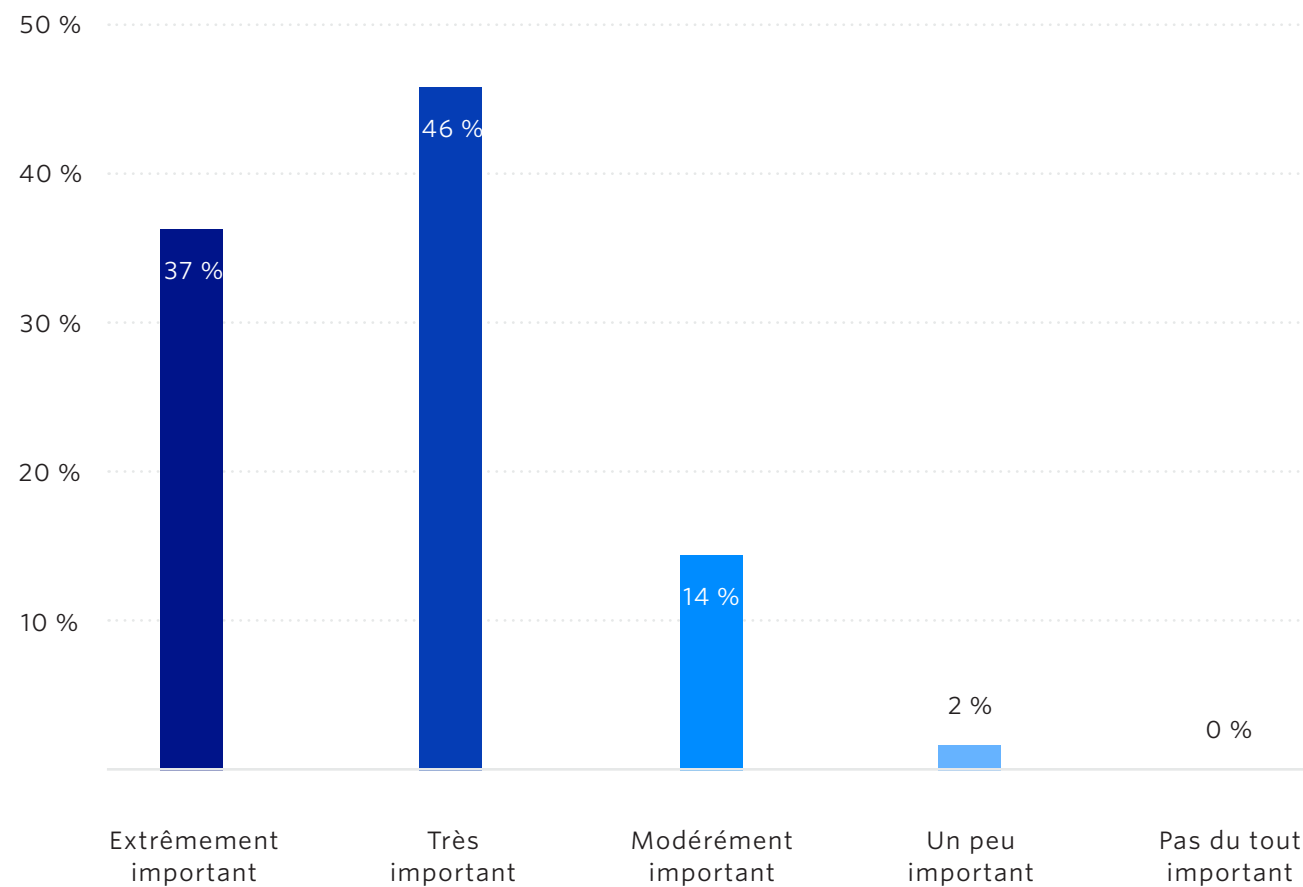
85 %

Estiment que les communications numériques sont essentielles ou très importantes pour leur survie actuelle pendant la pandémie



Nous ne reviendrons pas en arrière. 83 % des personnes interrogées déclarent que les communications numériques seront essentielles ou très importantes pour leur réussite à l'avenir.

Quelle importance les communications numériques auront-elles pour la réussite de votre entreprise après la fin de la pandémie ?



APAC

83 %

S'attendent à ce que les communications numériques soient essentielles ou très importantes pour leur réussite à l'avenir.

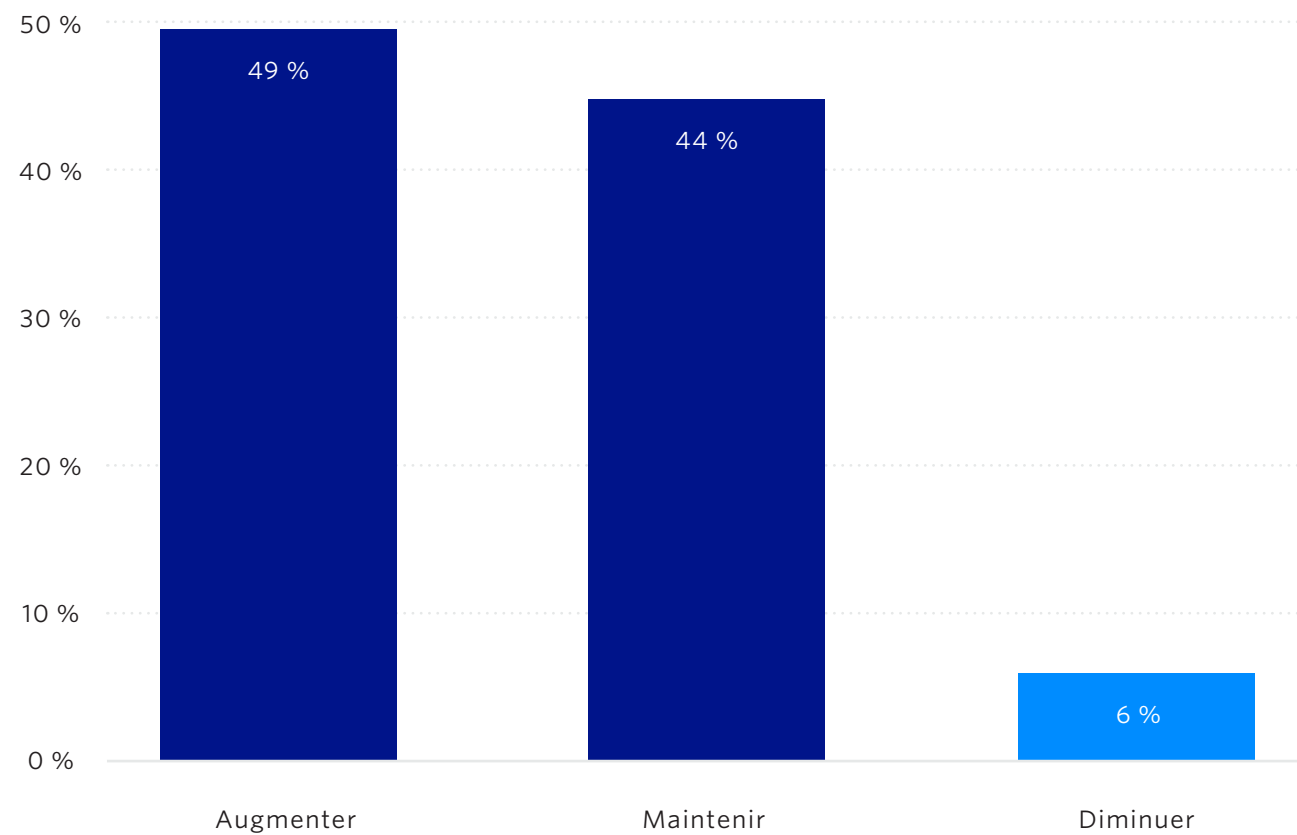
De plus en plus d'entreprises au Japon affirment que les communications numériques seront d'une importance critique (45 %, contre 33 % en Australie et 33 % à Singapour).

Base : 825 entreprises



93 % des entreprises prévoient d'augmenter ou de maintenir leur investissement dans l'engagement client après la pandémie.

À l'issue de la pandémie, votre entreprise va-t-elle augmenter, maintenir ou diminuer son niveau actuel d'investissement dans l'engagement client ?



APAC

Pourcentage d'entreprises qui augmenteront leur investissement dans l'engagement client :

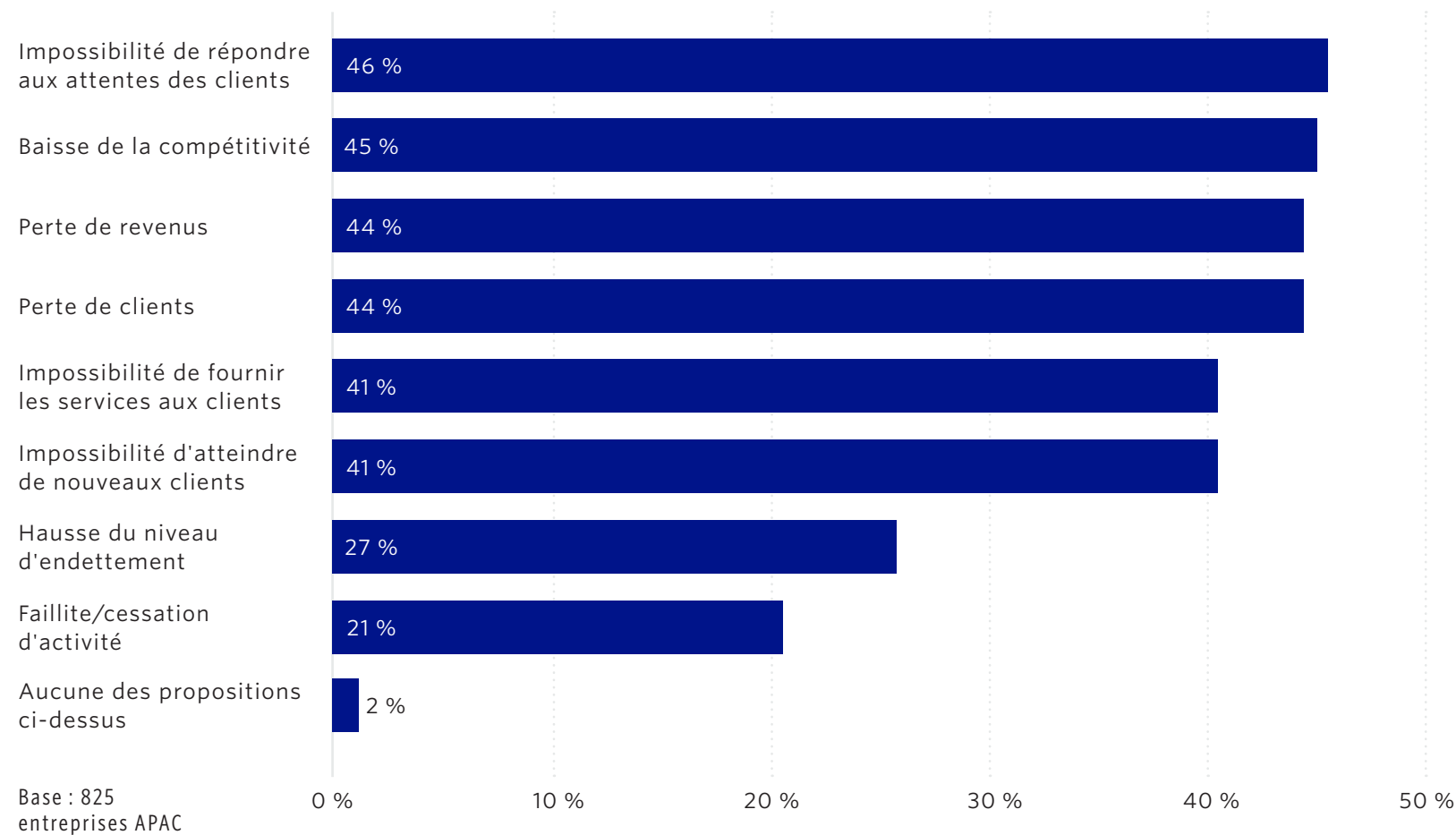
Singapour	56 %
Japon	52 %
Mondial	48 %
Australie	41 %

Base : 813 entreprises ; 2 545 entreprises internationales ; mention « je ne sais pas » exclue



98 % des entreprises déclarent que le fait de NE PAS numériser la communication avec les clients aurait eu un impact négatif sur leur activité.

Quels auraient été les effets de l'absence de numérisation de votre communication avec les clients pendant la pandémie ?



Effets du manque de numérisation de la communication avec les clients :

46 % : impossible de répondre aux attentes des clients
45 % : moins concurrentiel
44 % : perte de revenus
44 % : perte de clients

Australie

46 % : perte de revenus
41 % : perte de clients
39 % : impossible de répondre aux attentes des clients
39 % : impossible de fournir les services aux clients
39 % : impossible d'atteindre de nouveaux clients

Japon

48 % : impossible de répondre aux attentes des clients
44 % : moins concurrentiel
39 % : perte de clients

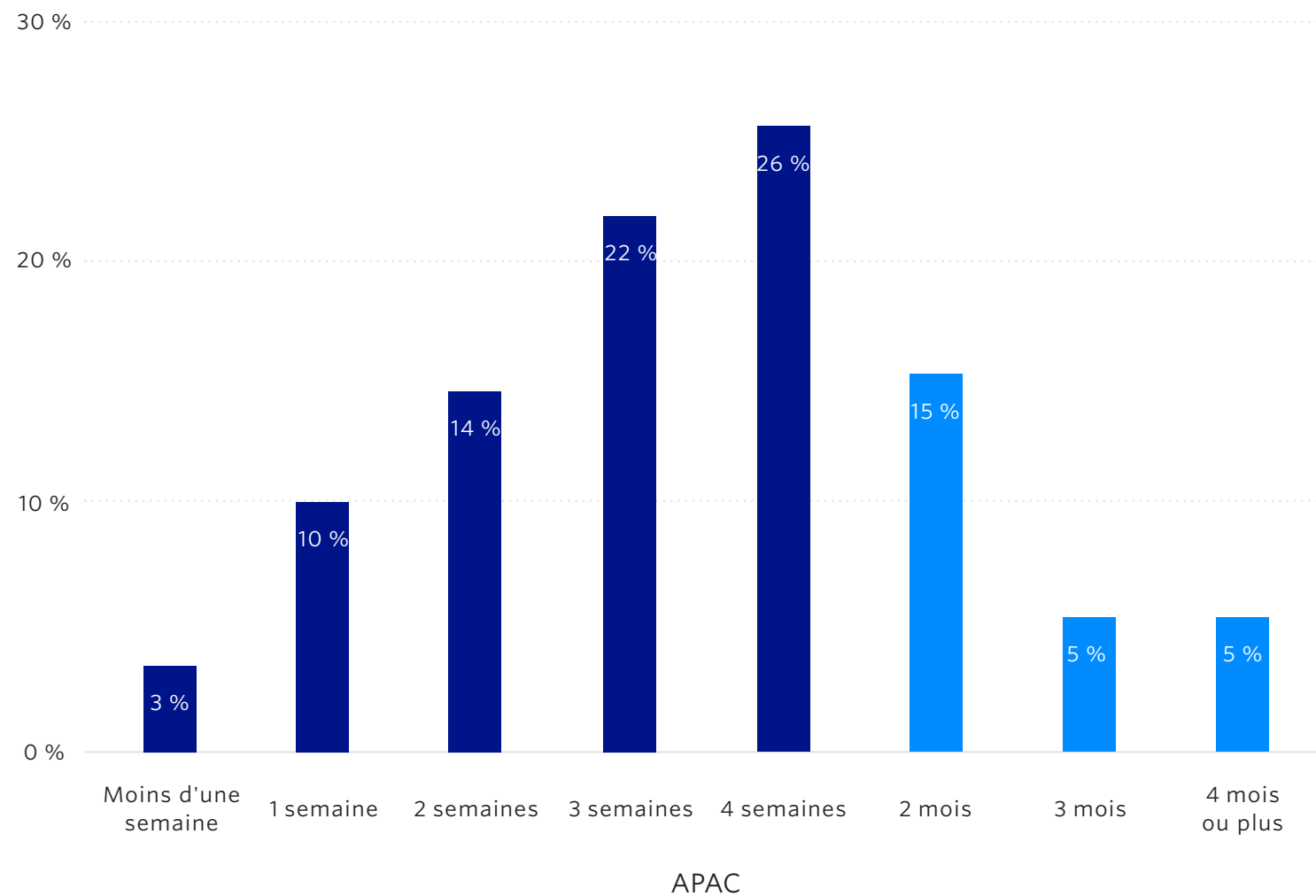
Singapour

55 % : moins concurrentiel
52 % : impossible d'atteindre de nouveaux clients
52 % : perte de clients



Le changement est rapide. La plupart des entreprises ont accéléré leur transformation numérique quelques semaines après le premier confinement lié à la pandémie dans leur pays.

Combien de temps après le premier confinement lié à la pandémie de COVID-19 dans votre pays votre entreprise a-t-elle commencé à accélérer sa stratégie de transformation numérique ?



35,7 jours*

Nombre moyen de jours nécessaires aux entreprises de la zone APAC pour commencer l'accélération de la transformation numérique après le premier confinement lié à la COVID

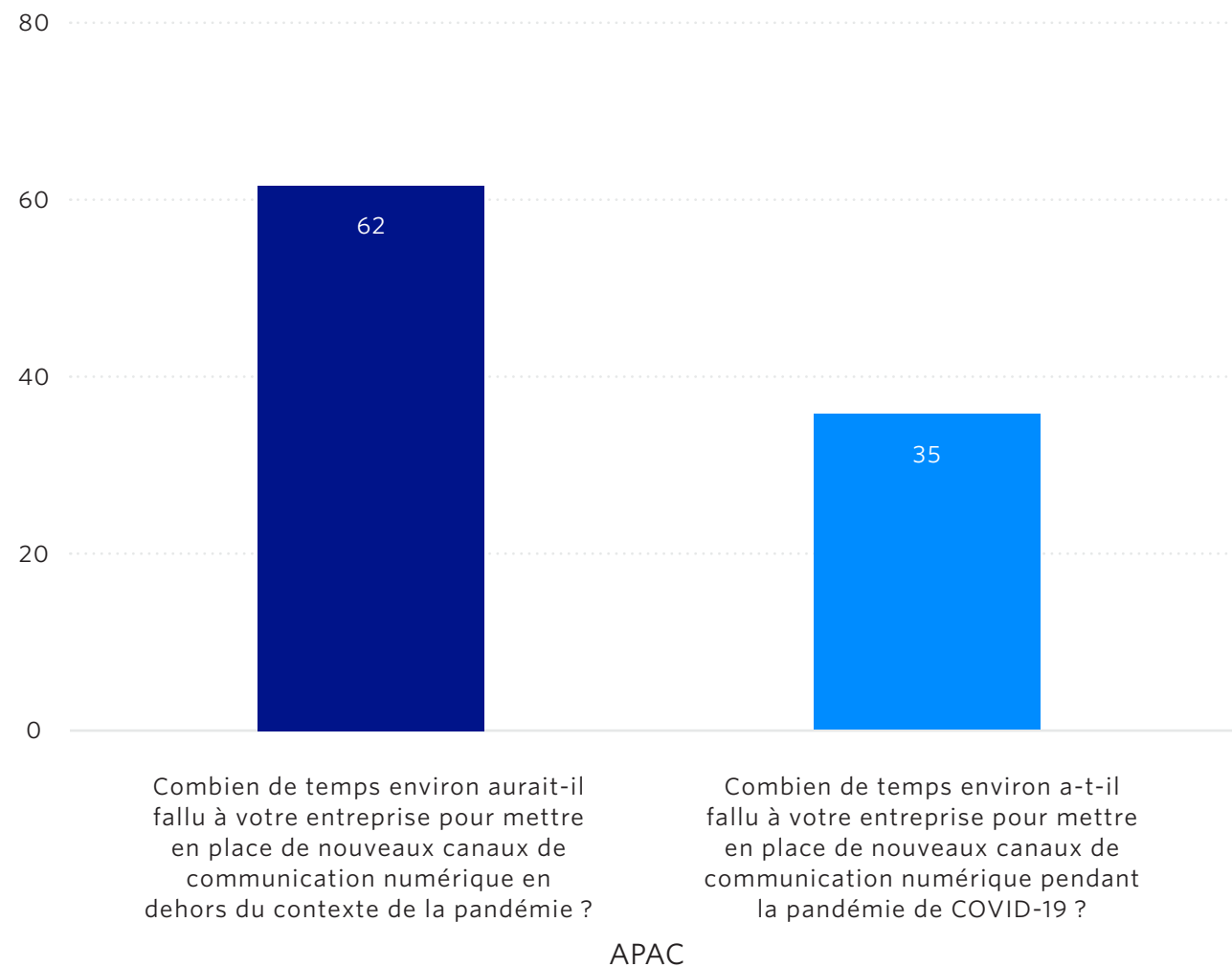
Australie	32,6 jours
Mondial	34,5 jours
Singapour	34,7 jours
Japon	39,4 jours

Base : 738 entreprises APAC ; mention « je ne sais pas » exclue
* Moyenne de 738 entreprises une fois la mention « je ne sais pas » exclue



Les entreprises se sont développées plus vite. En raison de la pandémie, les entreprises ont été poussées à mettre en place de nouveaux canaux, et ce 44 % plus rapidement.

Nombre moyen de jours pour mettre en place de nouveaux canaux de communication : avant vs pendant la pandémie de COVID-19



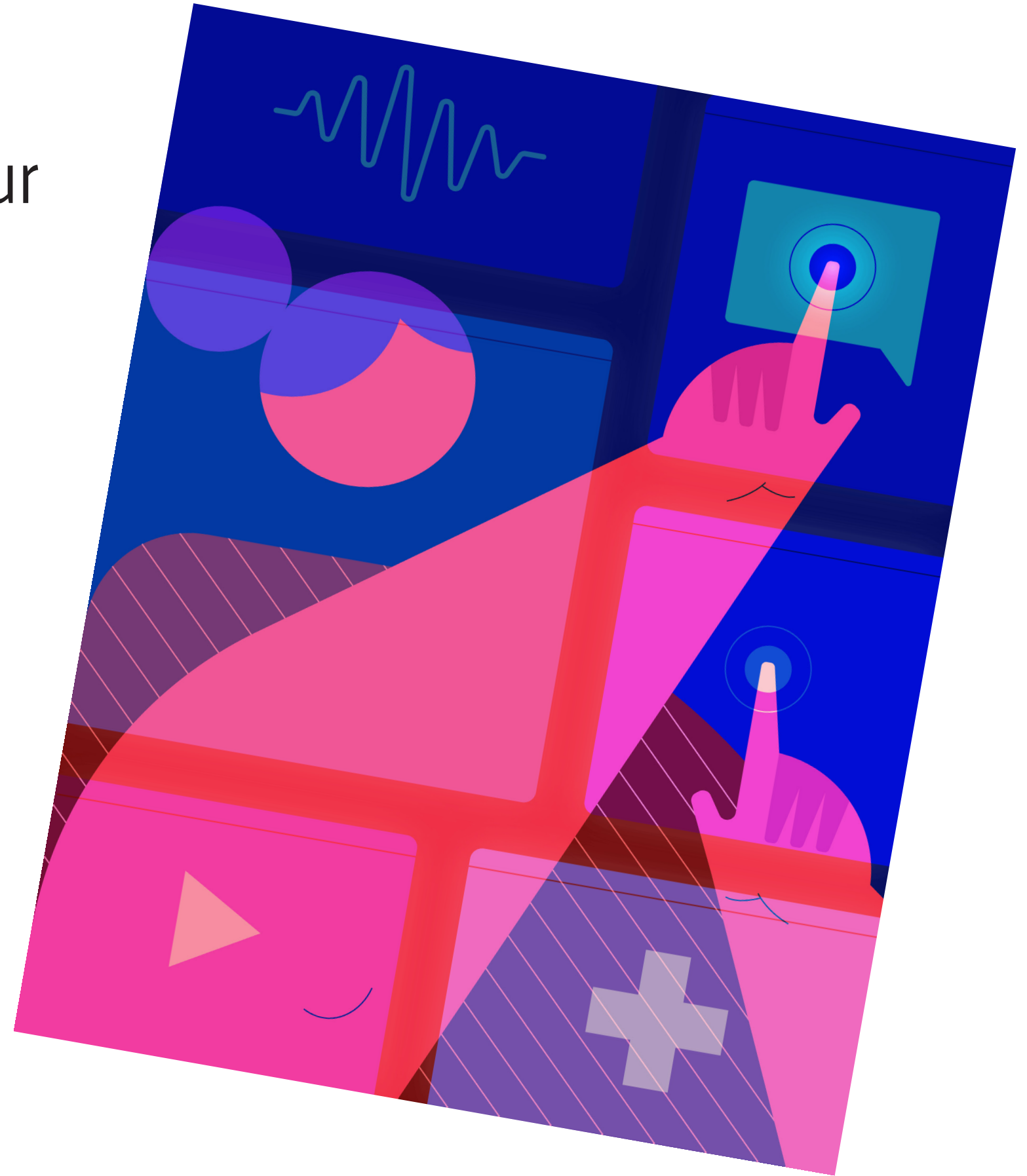
Il a fallu **27** jours de moins aux entreprises pour mettre en place de nouveaux canaux de communication pendant la pandémie, soit une diminution de 44 % du nombre de jours

	avant la pandémie	pendant la pandémie
Australie	45 jours	30 jours
Mondial	61 jours	33 jours
Japon	72 jours	36 jours
Singapour	69 jours	39 jours

Base : 761 entreprises pendant la pandémie de COVID-19 et 749 avant ; mention « je ne sais pas » exclue



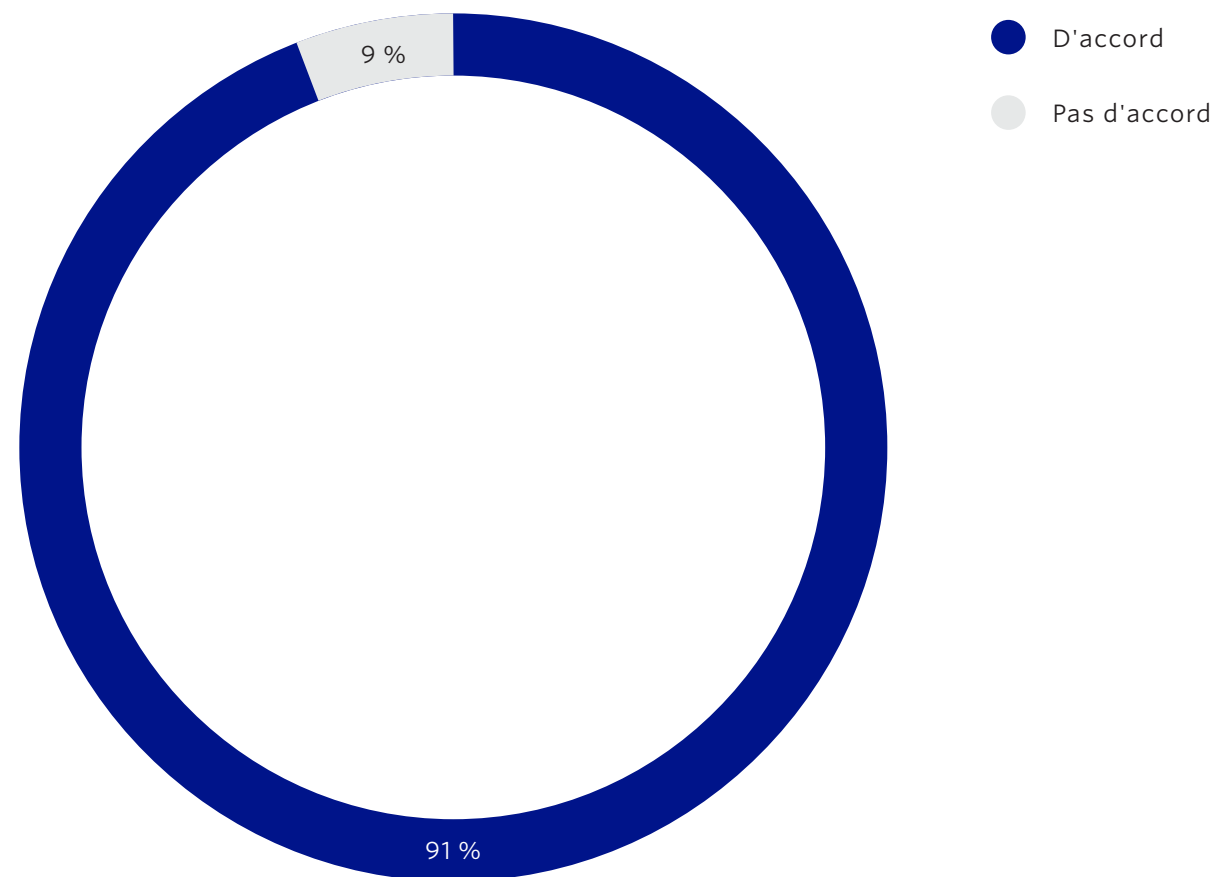
Engagement numérique en Australie, au Japon et à Singapour





91 % des personnes interrogées déclarent que la pandémie de COVID-19 a accéléré leur passage au cloud.

La pandémie de COVID-19 a accéléré le passage de mon entreprise au cloud.



APAC

91 %

Estiment que la pandémie a accéléré le passage de leur organisation au cloud

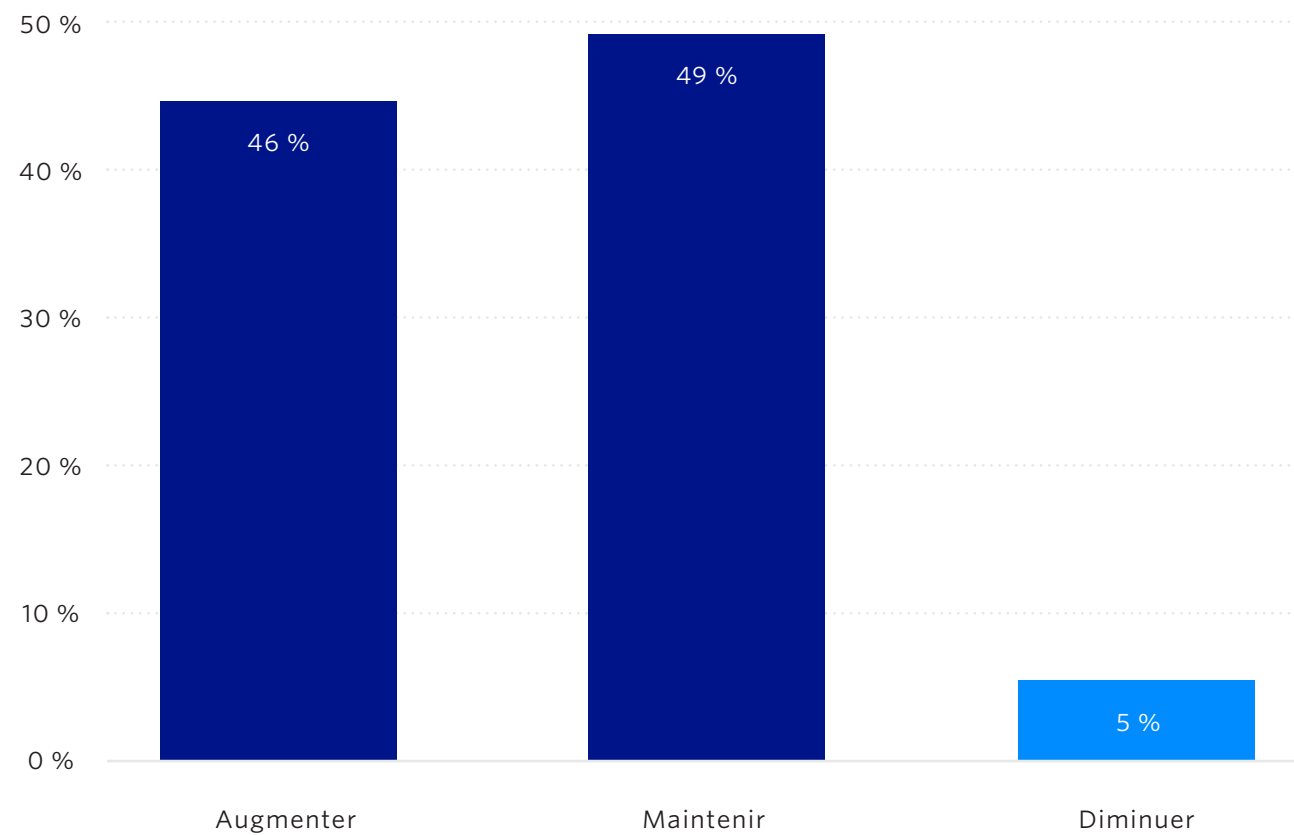
C'est le cas quelle que soit la taille de l'entreprise

Base : 818 entreprises APAC ; mention « je ne sais pas » exclue



95 % des entreprises prévoient d'augmenter ou de maintenir leur niveau actuel d'offres de canaux de communication après la pandémie.

À l'issue de la pandémie, votre entreprise va-t-elle augmenter, maintenir ou diminuer le nombre de canaux de communication utilisés ?



APAC

97 % des entreprises japonaises prévoient d'augmenter ou de maintenir le nombre de canaux de communication utilisés

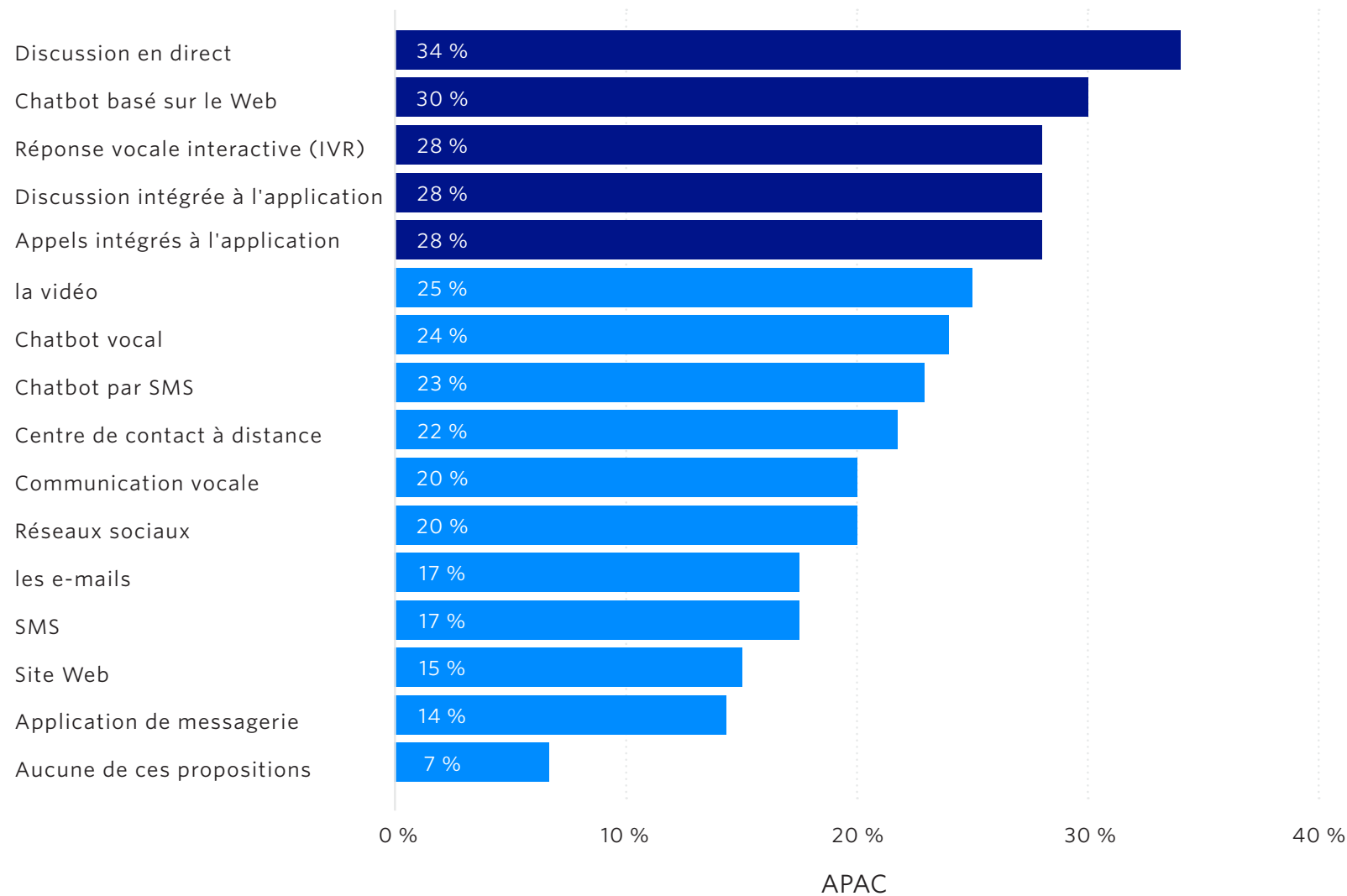
Les entreprises australiennes sont moins susceptibles d'augmenter le nombre de canaux de communication : 35 % (contre 53 % à Singapour et 50 % au Japon)

Base : 813 entreprises ; mention « je ne sais pas » exclue



Les entreprises prévoient d'ajouter 3 nouveaux canaux au cours des 12 prochains mois, ainsi que de mettre en œuvre la discussion en direct.

Quels canaux de communication numérique votre entreprise prévoit-elle d'ajouter dans les 12 prochains mois ?



3,4

Nombre moyen de canaux que les entreprises APAC prévoient d'ajouter dans les 12 prochains mois

Ajout en 2021

Nombre moyen

34 % : discussion en direct

Singapour 3,9

30 % : chatbot basé sur le Web

Australie 3,7

28 % : SVI

Mondial 3,5

28 % : discussion intégrée à l'application

Japon 2,8

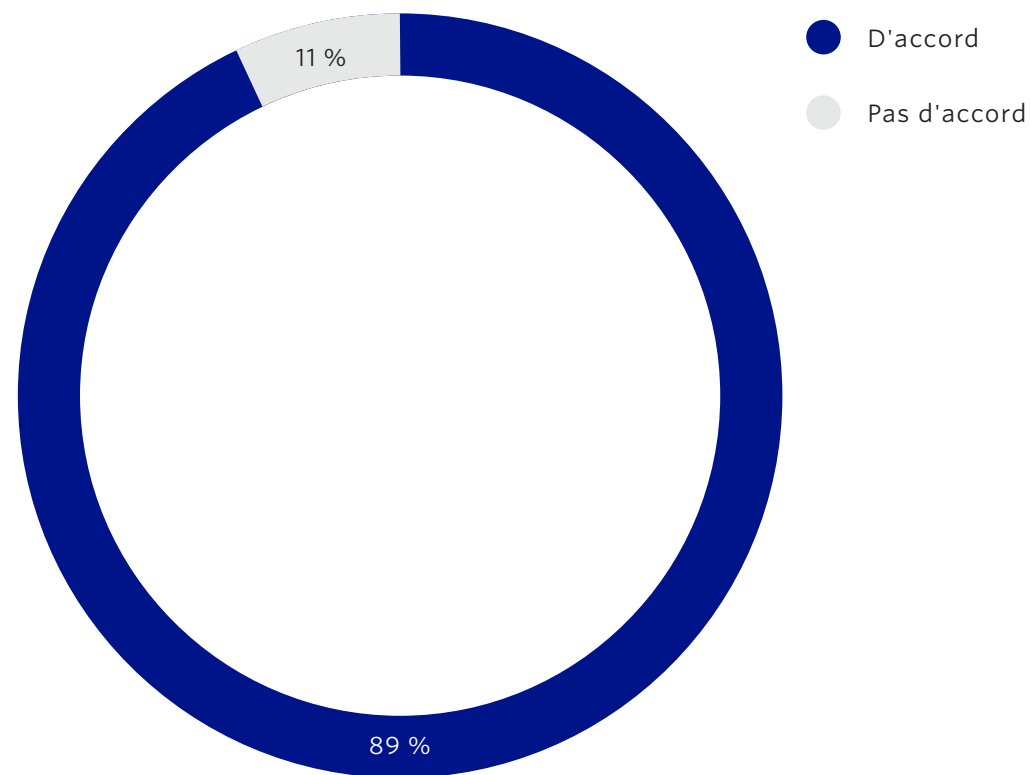
28 % : appels intégrés à l'application

Base : 825 entreprises APAC ; 2 545 entreprises ; mentions « je ne sais pas » et « non applicable » exclues



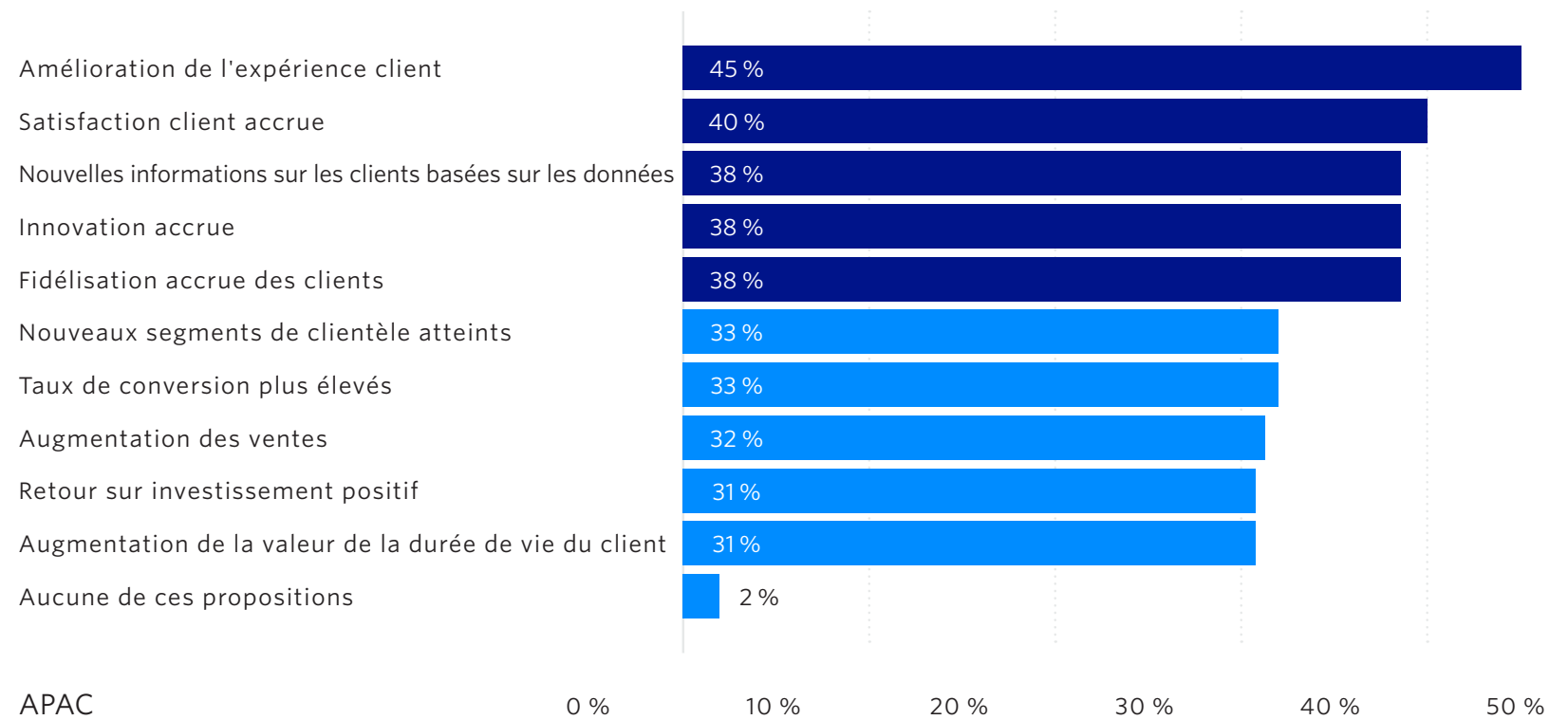
89 % des personnes interrogées déclarent mieux connaître leurs clients grâce à un meilleur engagement client pendant la pandémie. Les principaux avantages de la numérisation de la communication sont l'amélioration de l'expérience client et de la satisfaction client.

Grâce à l'augmentation de l'engagement client pendant la pandémie de COVID-19, votre entreprise a-t-elle pu obtenir de nouvelles informations sur vos clients ?



Base : 764 entreprises APAC ; mention « je ne sais pas/aucune réponse » exclue

Quels avantages votre entreprise a-t-elle pu tirer de la numérisation de son engagement client ?



APAC

Les entreprises bénéficient en moyenne de 4 avantages après avoir numérisé leur engagement client

Base : 825 entreprises APAC



D'autres avantages ont été observés grâce à l'augmentation de l'engagement numérique.

Quels avantages votre entreprise a-t-elle pu tirer de la numérisation de son engagement client ?

% de colonne	Singapour	Australie	Japon	Mondial
Amélioration de l'expérience client	54 %	43 %	40 %	47 %
Satisfaction client accrue	48 %	34 %	37 %	44 %
Innovation accrue	42 %	38 %	35 %	42 %
Nouvelles informations sur les clients basées sur les données	47 %	36 %	32 %	37 %
Fidélisation accrue des clients	46 %	39 %	29 %	40 %
Nouveaux segments de clientèle atteints	41 %	33 %	26 %	37 %
Taux de conversion plus élevés	40 %	39 %	21 %	32 %
Augmentation des ventes	41 %	34 %	21 %	36 %
Augmentation de la valeur de la durée de vie du client	36 %	34 %	25 %	30 %
Retour sur investissement positif	32 %	36 %	25 %	32 %
Aucune de ces propositions	0 %	1 %	5 %	1 %

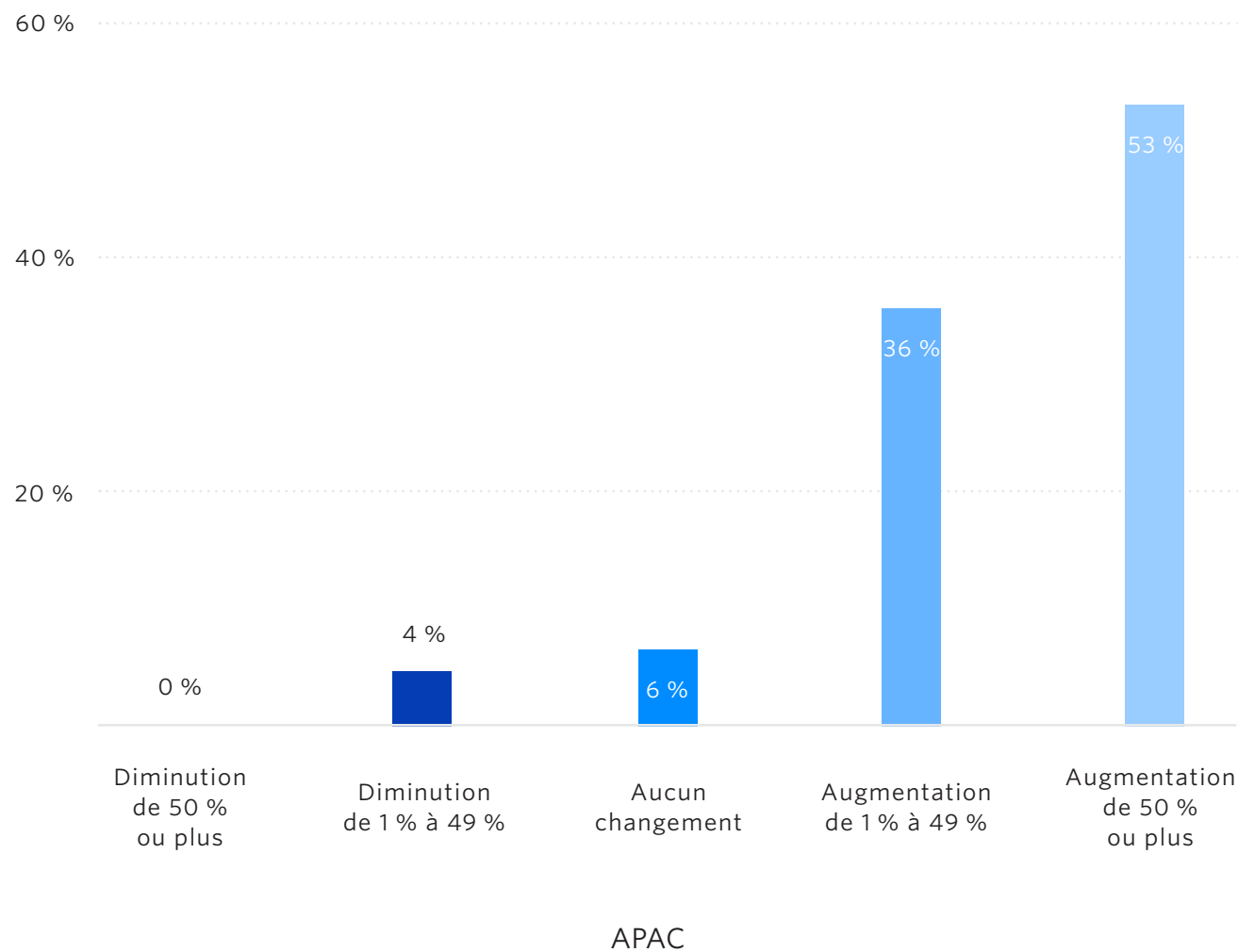
Singapour est plus susceptible que l'Australie et le Japon d'améliorer l'expérience client, la satisfaction client, l'obtention de nouvelles informations sur les clients basées sur les données, la fidélisation des clients, la capacité à atteindre de nouveaux segments de clientèle, et d'augmenter les ventes.

Base : 825 entreprises APAC



Plus de la moitié des entreprises déclarent que leurs interactions numériques ont augmenté d'au moins 50 % pendant la pandémie.

Dans quelle mesure environ le nombre d'interactions numériques avec vos clients a-t-il augmenté ou diminué pendant la pandémie de COVID-19 ?



53 %

Ont vu une augmentation des interactions numériques d'au moins 50 %

61 %

Augmentation moyenne du nombre de points de contact numériques pour les clients pendant la pandémie de COVID-19

Augmentation moyenne des interactions numériques

67 % Singapour

63 % Moyenne mondiale

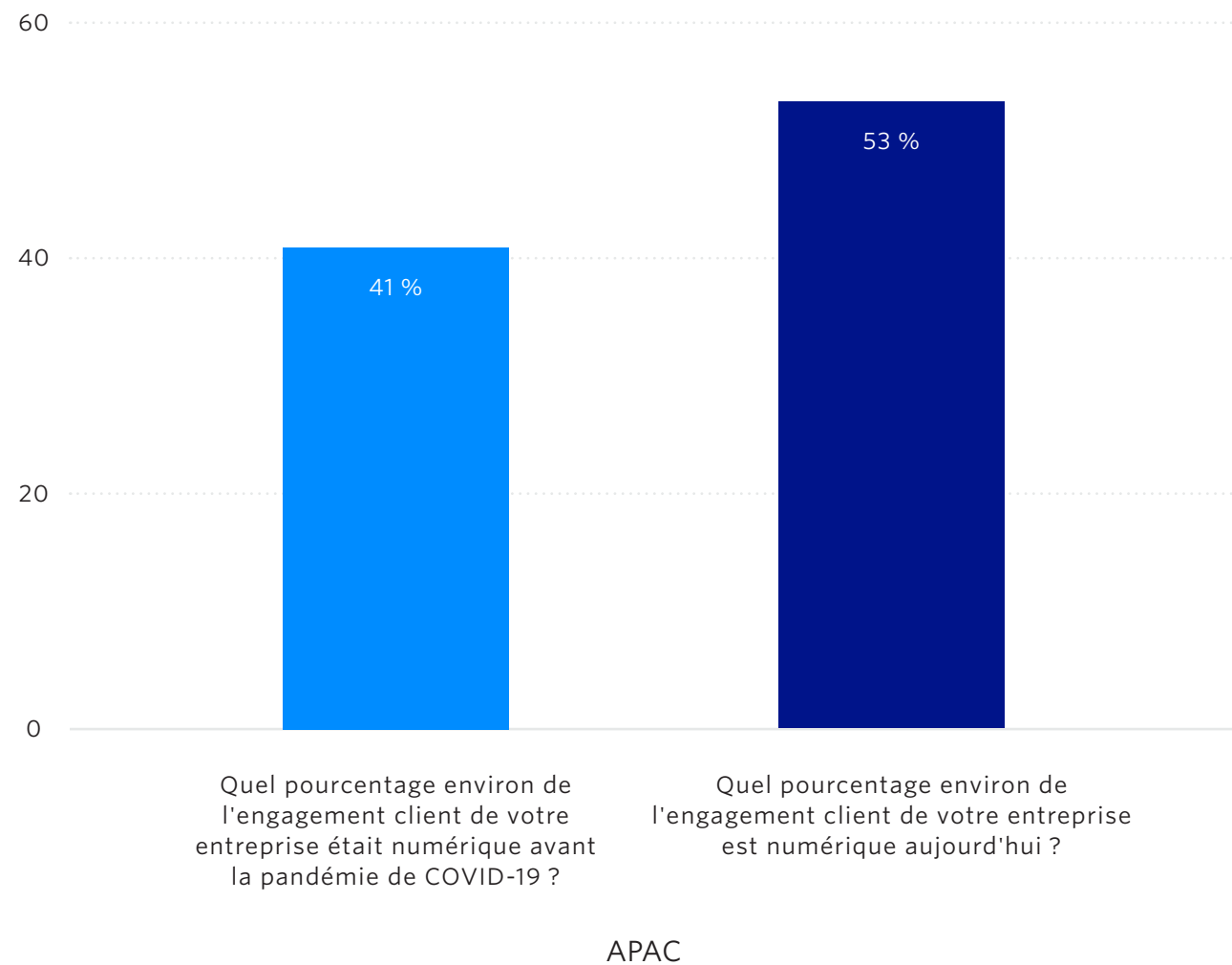
62 % Japon

52 % Australie

Base : 816 entreprises APAC ; 2 550 entreprises internationales ; mention « je ne sais pas » exclue



Dans l'ensemble, l'engagement numérique des entreprises envers les clients a augmenté de 29 % depuis la pandémie.



Le pourcentage d'engagement client numérique a augmenté de 12 points, passant de 41 % avant la pandémie de COVID-19 à 53 % en décembre 2020, soit une augmentation de 29 %.

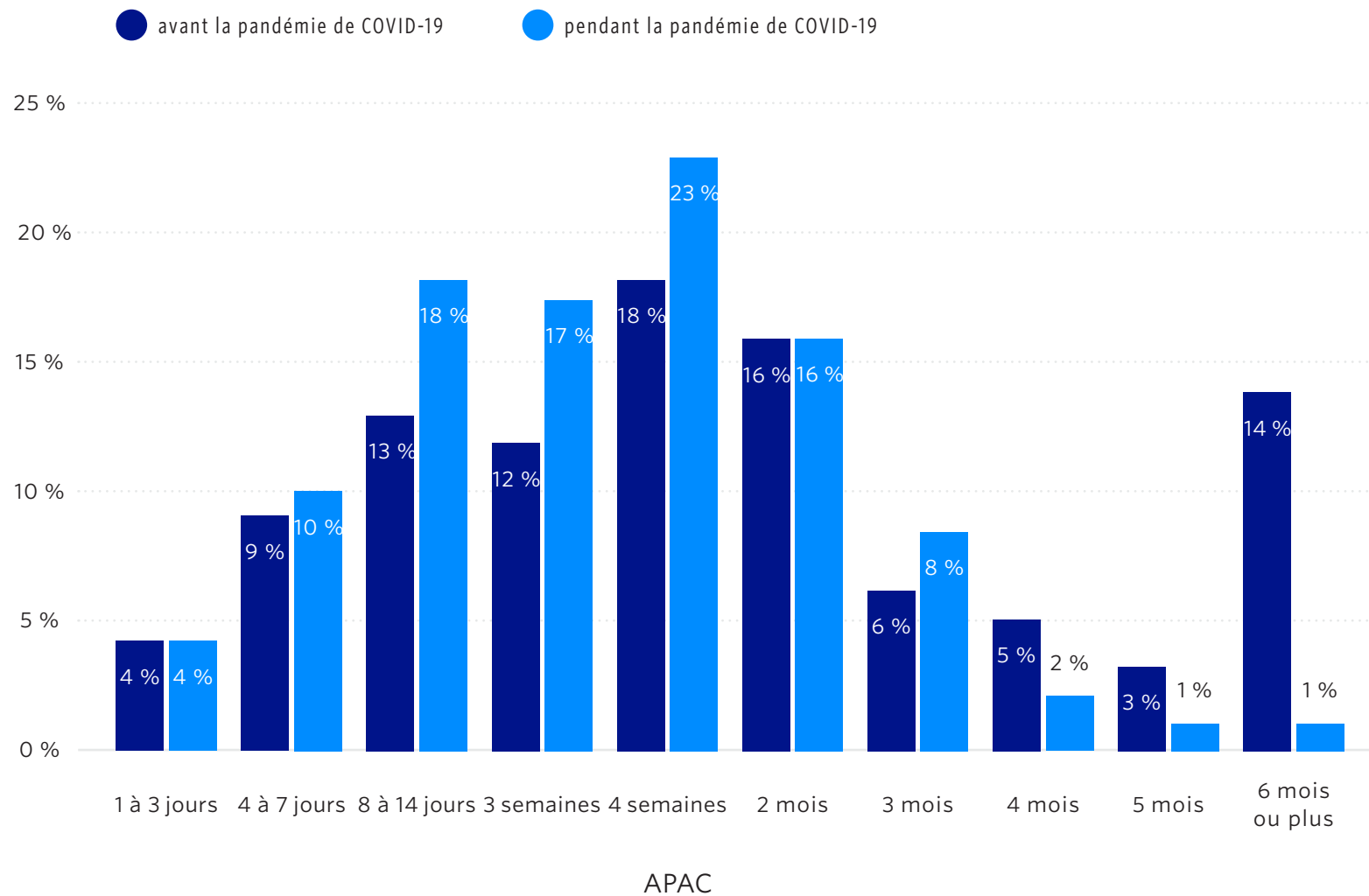
	avant la pandémie	pendant la pandémie
Moyenne mondiale	43 %	58 %
Singapour	41 %	56 %
Japon	42 %	54 %
Australie	40 %	50 %

Base : 814 entreprises avant la pandémie de COVID-19 et 825 pendant la pandémie ; mention « je ne sais pas » exclue



En raison de la pandémie, 32 % des entreprises ont mis en place de nouveaux canaux dans un délai de 2 semaines.

Temps de mise en œuvre des nouveaux canaux de communication numérique pendant la pandémie de COVID-19 vs avant la pandémie



La pandémie a entraîné une réaction rapide avec la mise en œuvre de nouveaux canaux de communication numérique :

- 32 % en 2 semaines pendant la pandémie de COVID-19, contre 26 % avant la pandémie
- Avant la pandémie de COVID-19, 21 % des entreprises japonaises avaient besoin d'au moins 6 mois

Nombre moyen de jours de mise en œuvre des nouveaux canaux

	avant la pandémie	pendant la pandémie
Australie	45	30
Moyenne mondiale	61	33
Japon	72	36
Singapour	69	39

Base : 1 439 entreprises EMEA ; mention « je ne sais pas/aucune réponse » exclue



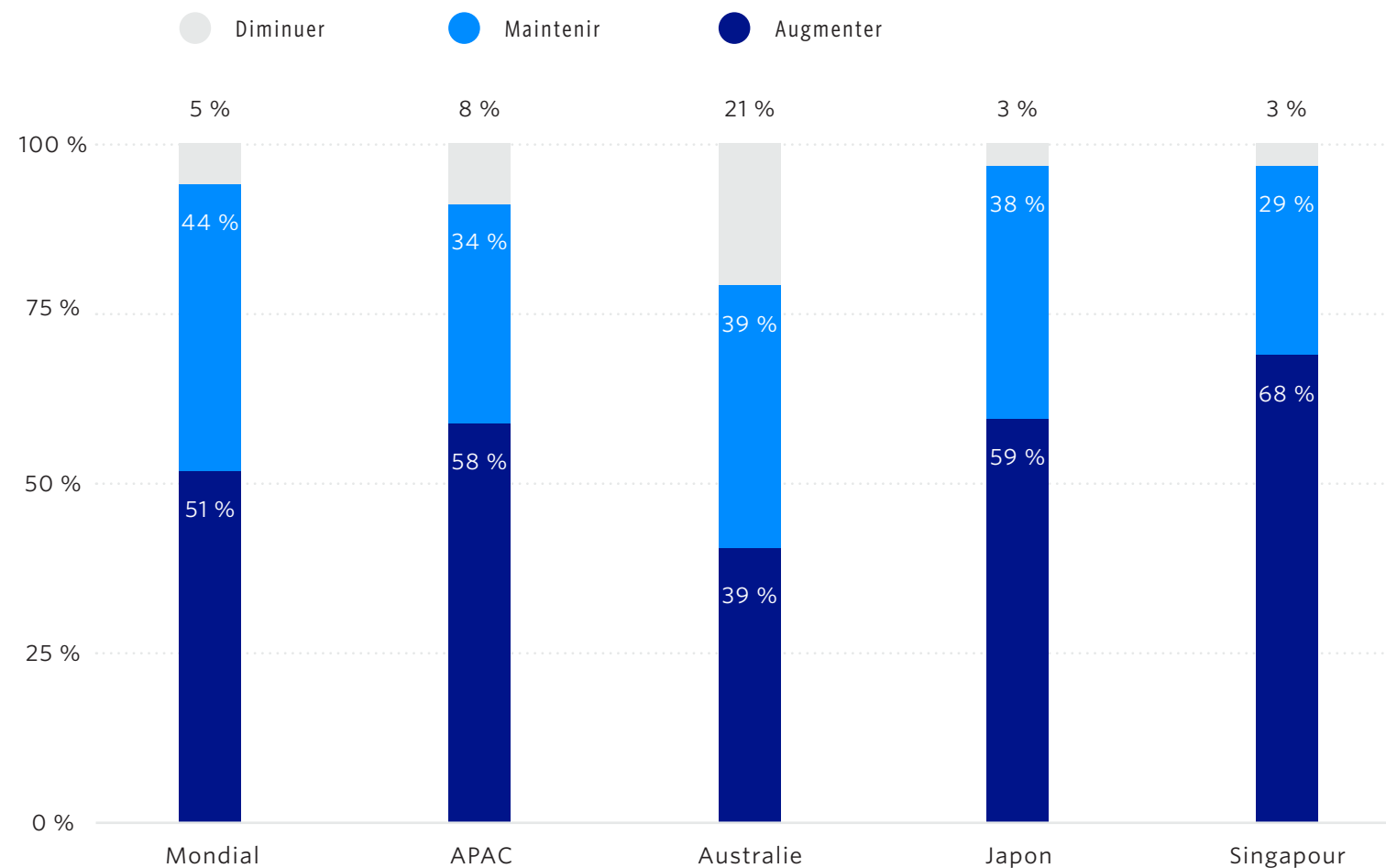
Engagement numérique au sein de secteurs réglementés





92 % des entreprises issues de secteurs hautement réglementés prévoient de maintenir ou d'augmenter leur niveau actuel d'investissement dans l'engagement client.

À l'issue de la pandémie, votre entreprise va-t-elle augmenter, maintenir ou diminuer son niveau actuel d'investissement dans l'engagement client ?



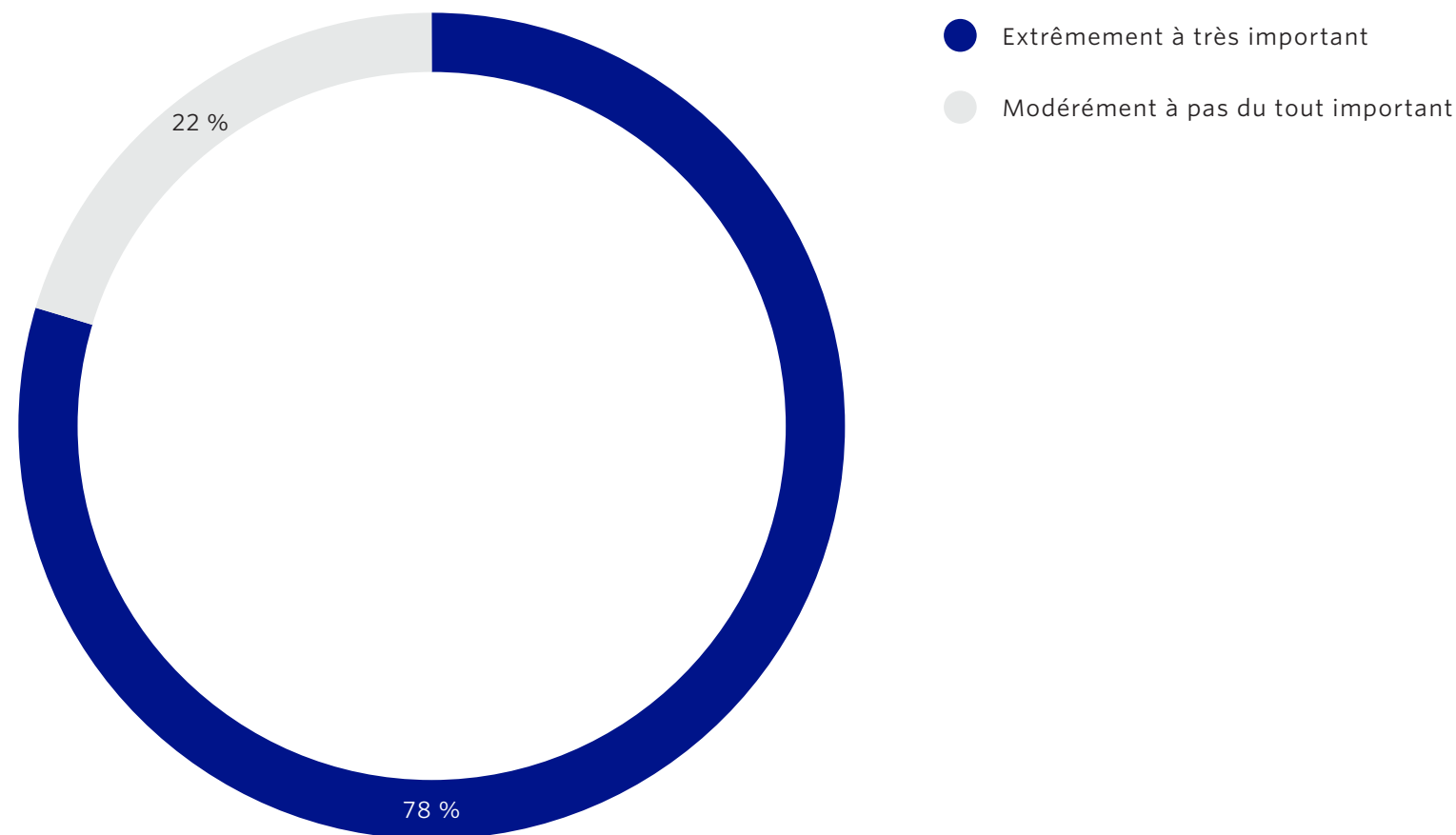
Entreprises dans des secteurs hautement réglementés

Base : 127 entreprises APAC dans des secteurs hautement réglementés (finance, secteur public et santé) ; 375 entreprises mondiales dans des secteurs hautement réglementés ; mention « je ne sais pas » exclue



Et 78 % des entreprises APAC de secteurs hautement réglementés indiquent que les communications numériques seront essentielles ou très importantes pour leur réussite à l'avenir.

Quelle importance les communications numériques auront-elles pour la réussite de votre entreprise après la fin de la pandémie ?



Entreprises APAC dans des secteurs hautement réglementés (finance, secteur public et santé)

78 %

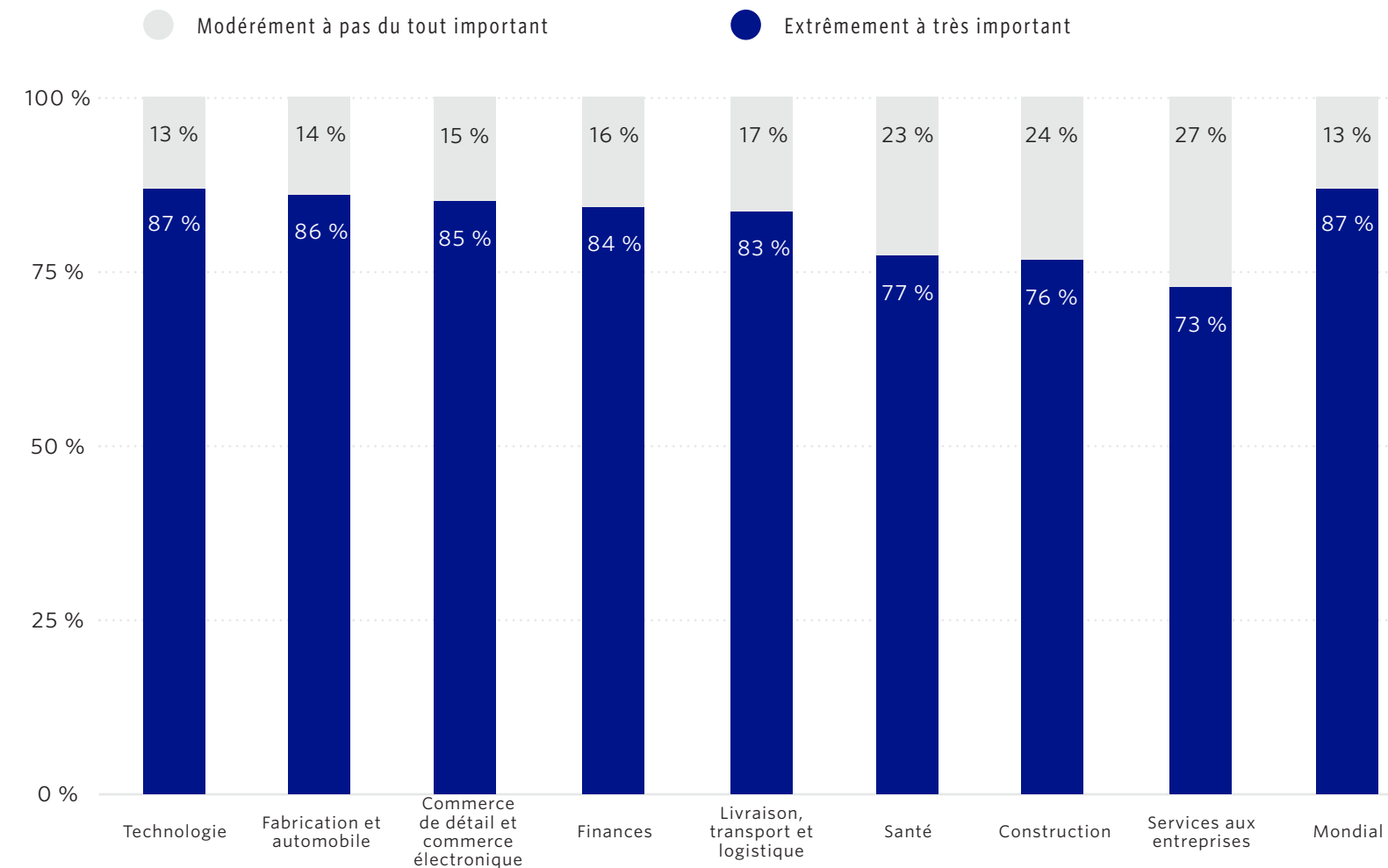
Des entreprises de secteurs hautement réglementés s'attendent à ce que les communications numériques soient essentielles ou très importantes pour leur réussite à l'avenir

Base : 129 entreprises APAC dans des secteurs hautement réglementés (finance, secteur public et santé)



Les secteurs de la zone APAC s'accordent à dire que les communications numériques seront essentielles à leur réussite après la pandémie.

Quelle importance les communications numériques auront-elles pour la réussite de votre entreprise après la fin de la pandémie ?



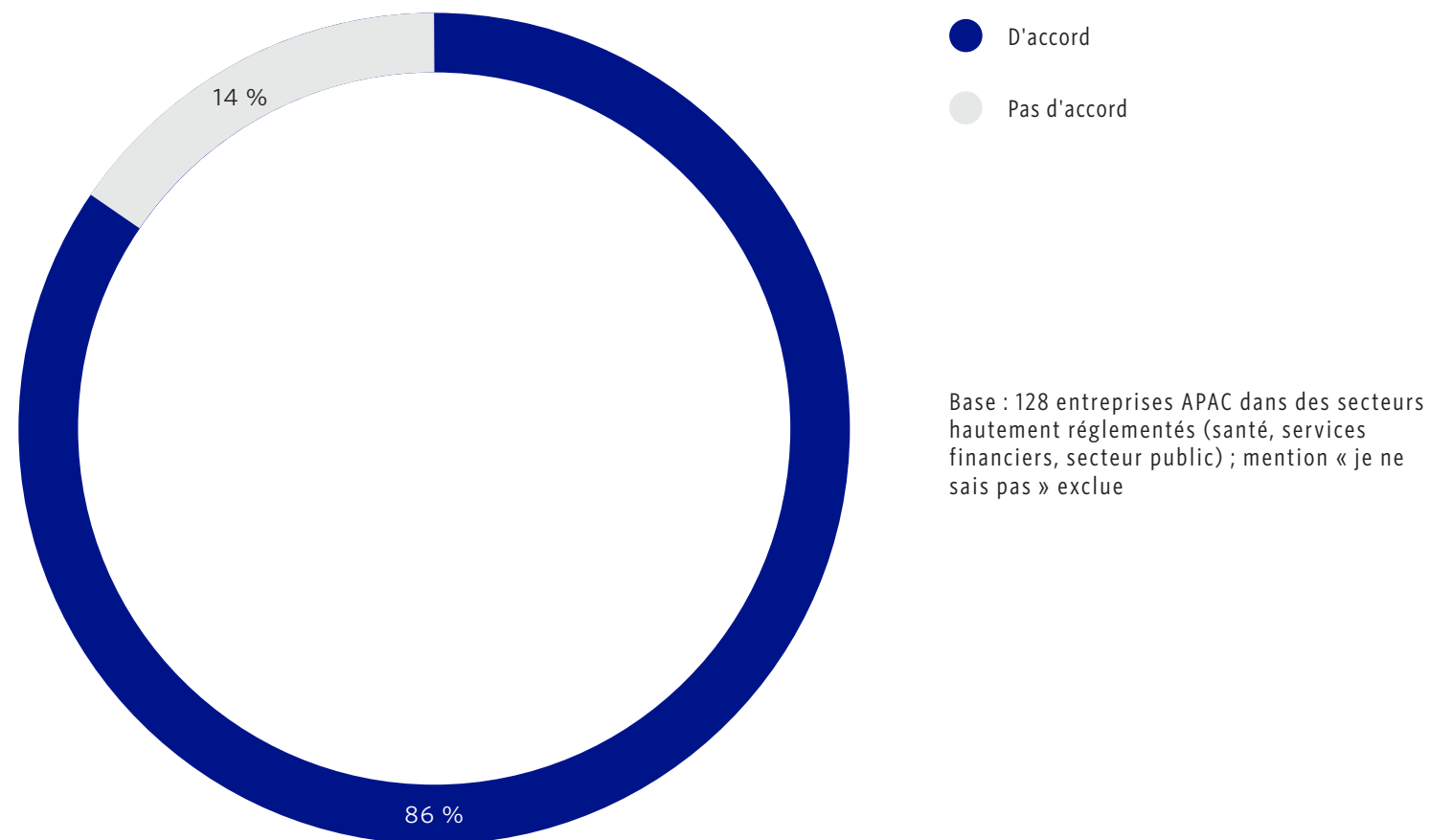
Aucune différence significative entre les secteurs

Base : 30 à 171 entreprises APAC par secteur ; mention « je ne sais pas » exclue



86 % des personnes interrogées affirment que la pandémie de COVID-19 a incité leur entreprise hautement réglementée à explorer de nouvelles stratégies pour se mettre au service des clients.

La pandémie de COVID-19 a incité notre entreprise à explorer des stratégies nouvelles non testées pour se mettre au service de nos clients.

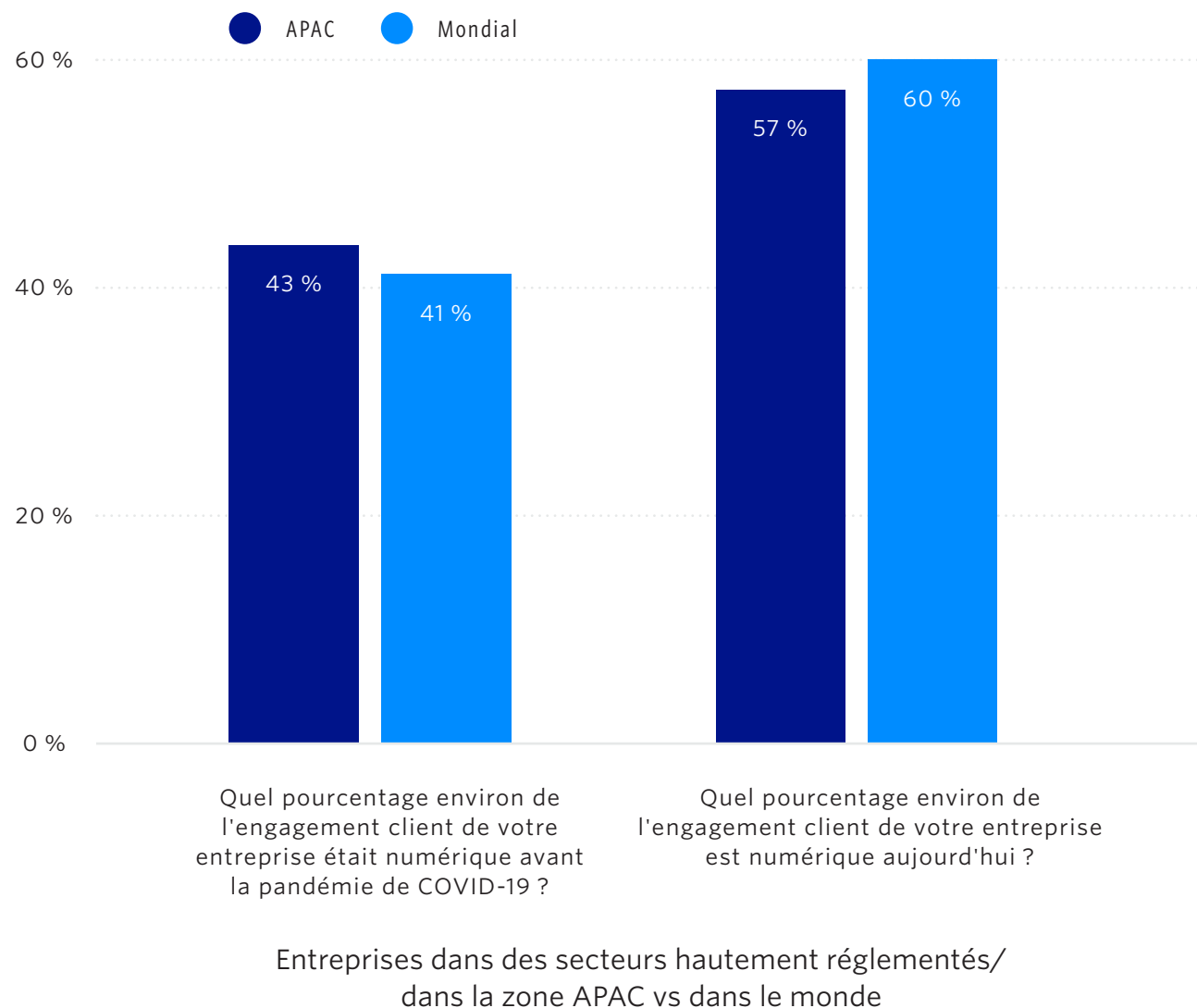


Entreprises APAC dans des secteurs hautement réglementés



L'engagement client numérique dans les secteurs hautement réglementés a augmenté de 33 % en raison de la pandémie de COVID-19.

Entreprises dans des secteurs hautement réglementés dans la zone APAC vs dans le monde



Le pourcentage d'engagement client numérique a augmenté de 14 points, passant de 43 % avant la pandémie de COVID-19 à 57 % en décembre 2020, soit une augmentation de 33 % (contre une augmentation de 46 % dans les secteurs hautement réglementés à l'échelle mondiale).

En Australie, 67 % de l'engagement client était numérique pendant la pandémie de COVID-19 (contre 52 % au Japon et 55 % à Singapour).

Base : 128 entreprises APAC dans les secteurs hautement réglementés avant la pandémie de COVID-19 et 128 pendant la pandémie ; mention « je ne sais pas » exclue



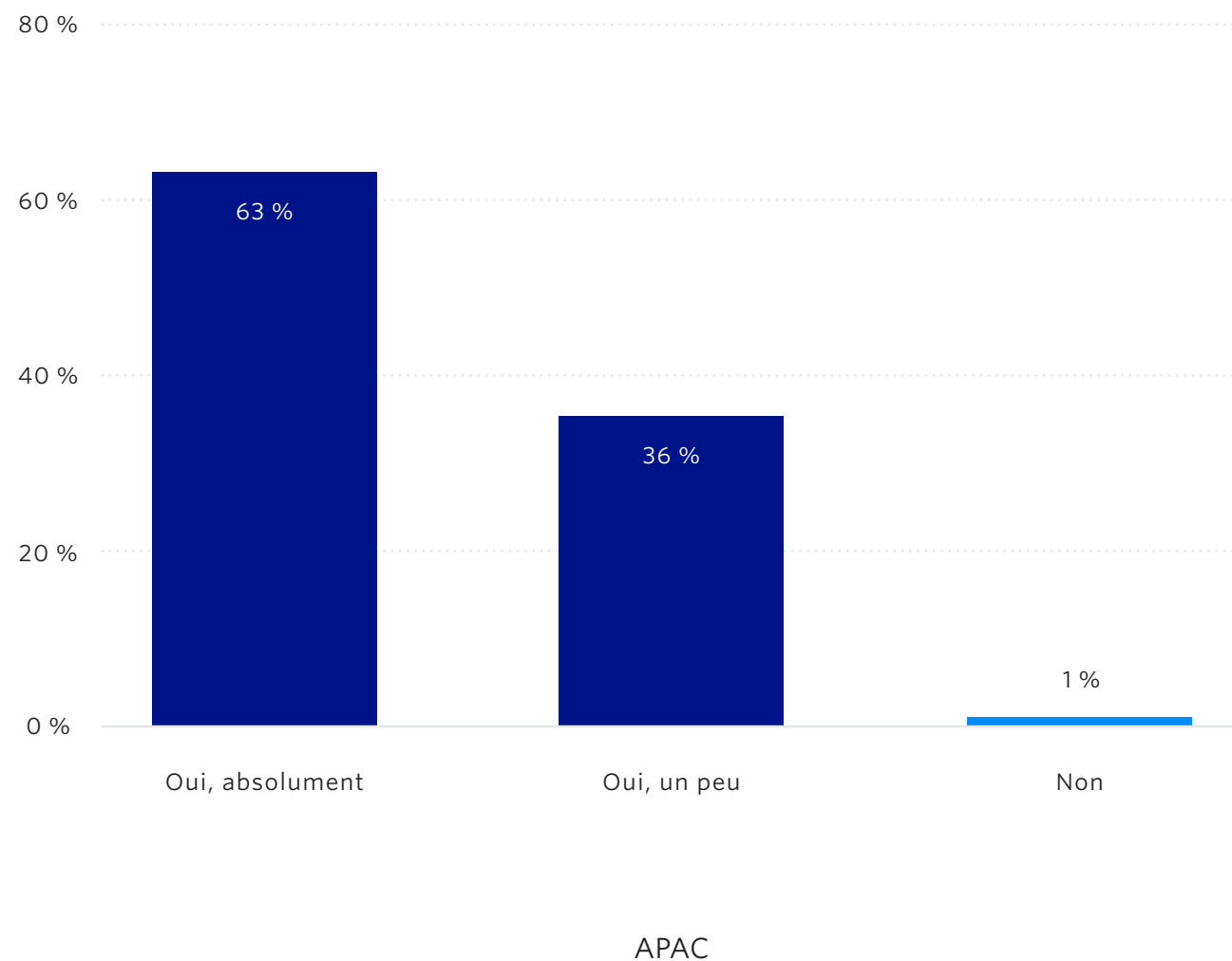
La vidéo améliore nos connexions virtuelles





99 % des personnes interrogées déclarent que leur utilisation des communications vidéo avec les clients s'est développée plus que d'autres canaux pendant la pandémie.

Pendant la pandémie de COVID-19, l'utilisation de communications vidéo avec les clients par votre entreprise s'est-elle plus développée que les autres canaux ?



63 %

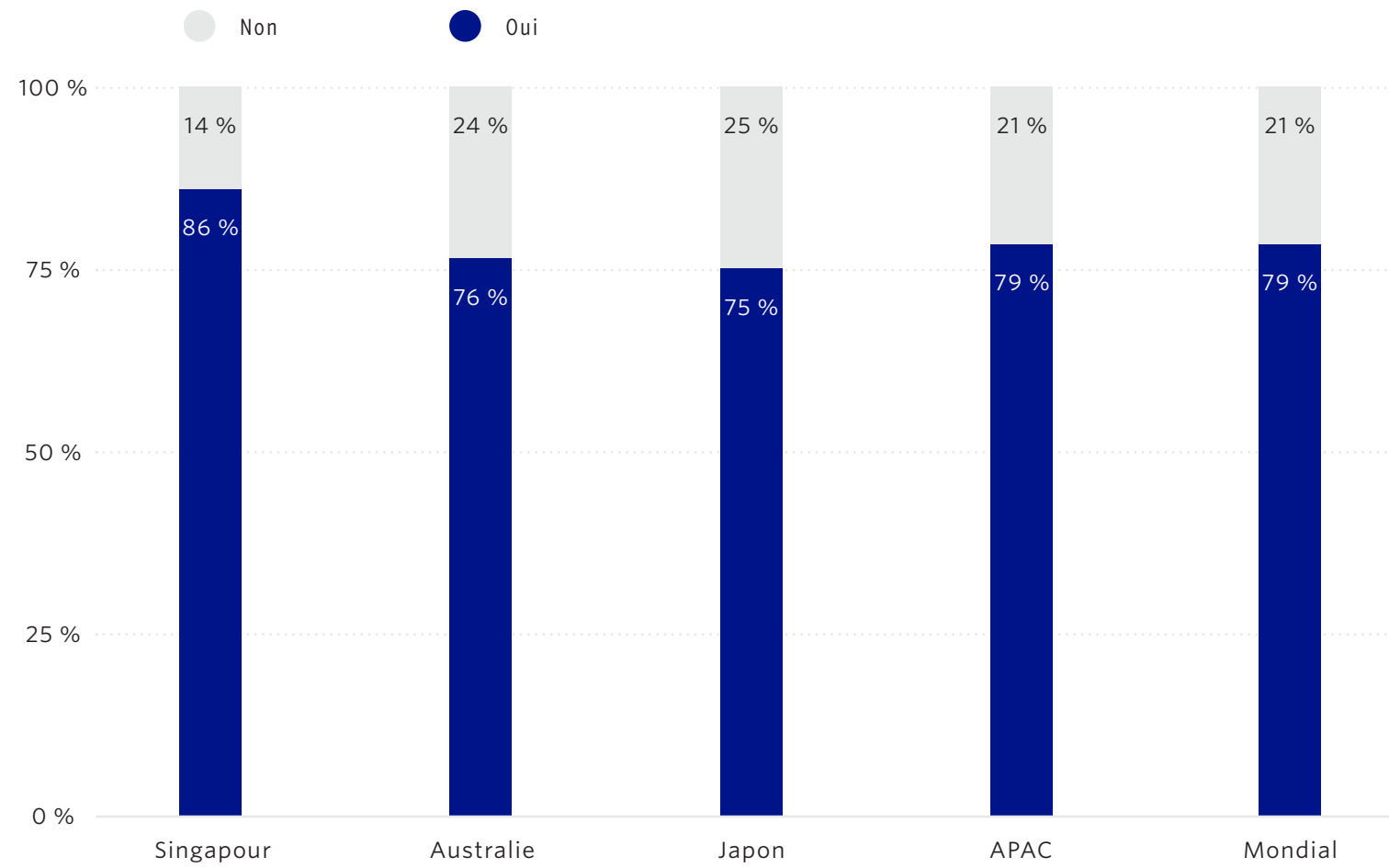
Estiment que leurs communications vidéo avec les clients se sont réellement développées plus que les autres canaux de communication

Base : 647 entreprises APAC ayant utilisé la vidéo en 2020 ; mention « je ne sais pas » exclue



Plus de 3 entreprises sur 4 utilisent désormais les communications vidéo avec leurs clients.

Votre entreprise utilise-t-elle actuellement les communications vidéo avec ses clients ?



APAC

79 %

Utilisent actuellement les communications vidéo avec leurs clients

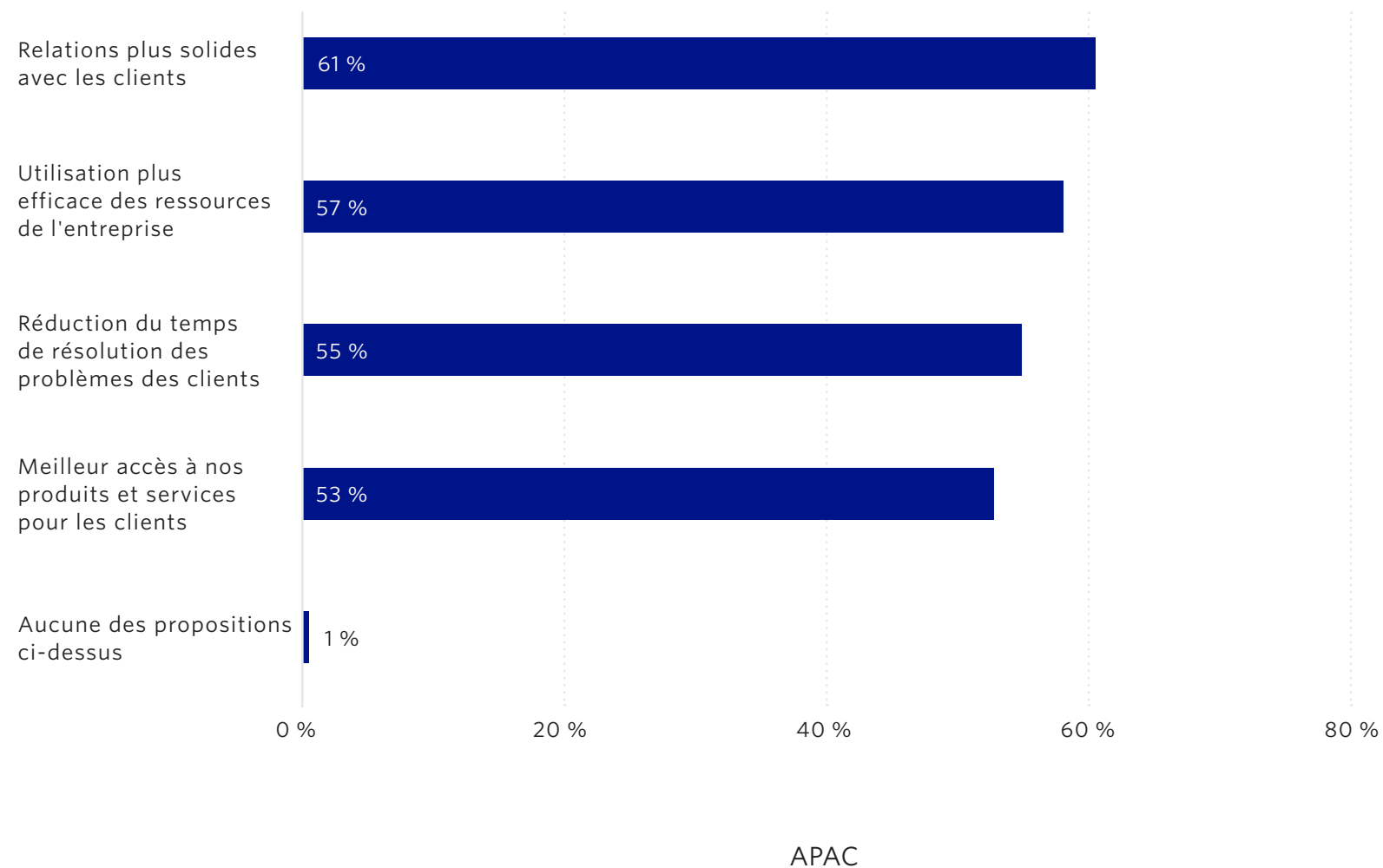
À Singapour, les entreprises sont plus susceptibles d'utiliser la vidéo qu'en Australie et au Japon

Base : 821 entreprises APAC ; 2 557 entreprises internationales ; mention « je ne sais pas » exclue



La consolidation des relations et l'utilisation plus efficace des ressources de l'entreprise sont les principaux avantages des canaux vidéo vis-à-vis des clients.

Quels sont les avantages de l'utilisation des communications vidéo avec vos clients pour votre entreprise ?



Bénéficient **en majorité** des avantages suivants quant à l'utilisation des communications vidéo avec leurs clients :

- Relations plus solides
- Utilisation plus efficace des ressources de l'entreprise
- Résolution plus rapide des problèmes des clients
- Meilleur accès aux produits et services pour les clients

Base : 649 entreprises APAC utilisant la vidéo pour les communications avec les clients ; mention « je ne sais pas » exclue



À Singapour, les entreprises sont plus susceptibles d'exploiter la communication vidéo qu'en Australie et au Japon.

Quels sont les avantages de l'utilisation des communications vidéo avec vos clients pour votre entreprise ?

% de colonne	Singapour	Australie	Japon	APAC	Mondial
Relations plus solides avec les clients	68 %	58 %	57 %	61 %	59 %
Utilisation plus efficace des ressources de l'entreprise	64 %	53 %	53 %	57 %	54 %
Réduction du temps de résolution des problèmes des clients	62 %	48 %	54 %	55 %	54 %
Meilleur accès à nos produits et services pour les clients	59 %	58 %	42 %	53 %	56 %
Aucune des propositions ci-dessus	0 %	0 %	2 %	1 %	0 %

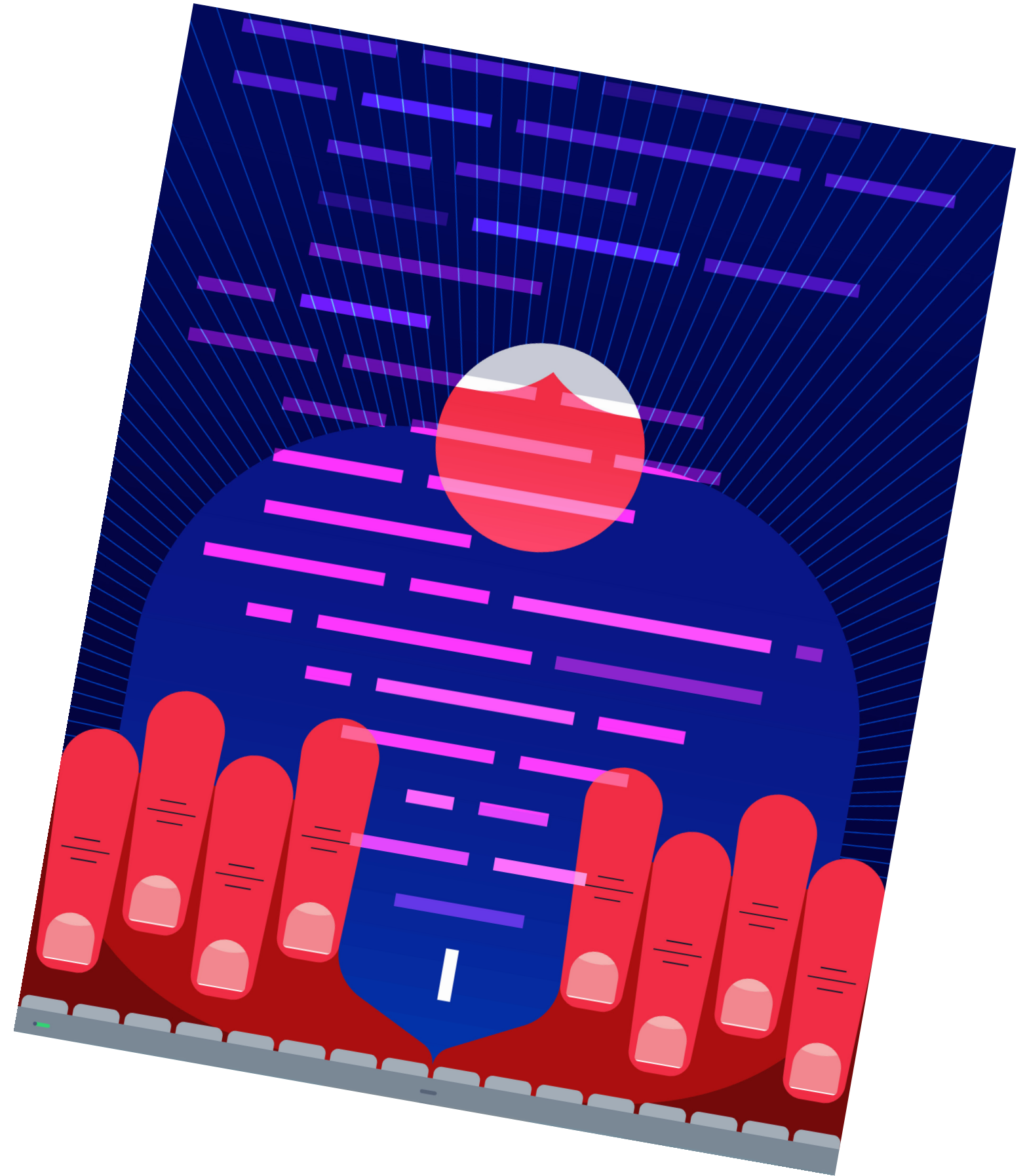
Base : 649 entreprises APAC ayant utilisé la vidéo en 2020 ; mention « je ne sais pas » exclue

68 %

Des entreprises de Singapour affirment que leurs communications vidéo ont permis de renforcer leurs relations avec les clients



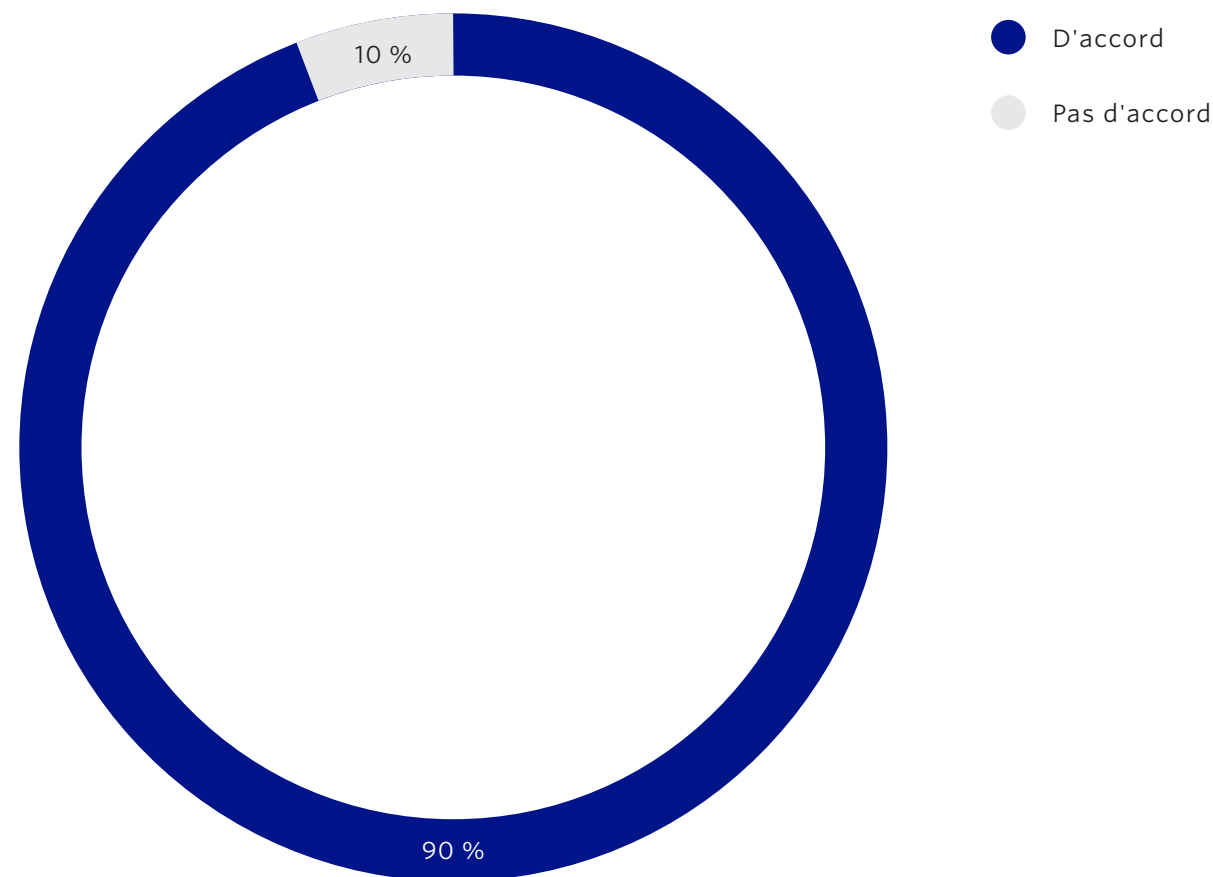
Créer une expérience client exceptionnelle





Les développeurs ont été héroïques. Les dirigeants d'entreprises affirment que les développeurs de logiciels ont été essentiels à la résolution des problèmes commerciaux liés à la pandémie de COVID-19.

Les développeurs de logiciels de notre entreprise ont joué un rôle crucial dans la résolution des défis commerciaux causés par la pandémie de COVID-19.



APAC

90 %

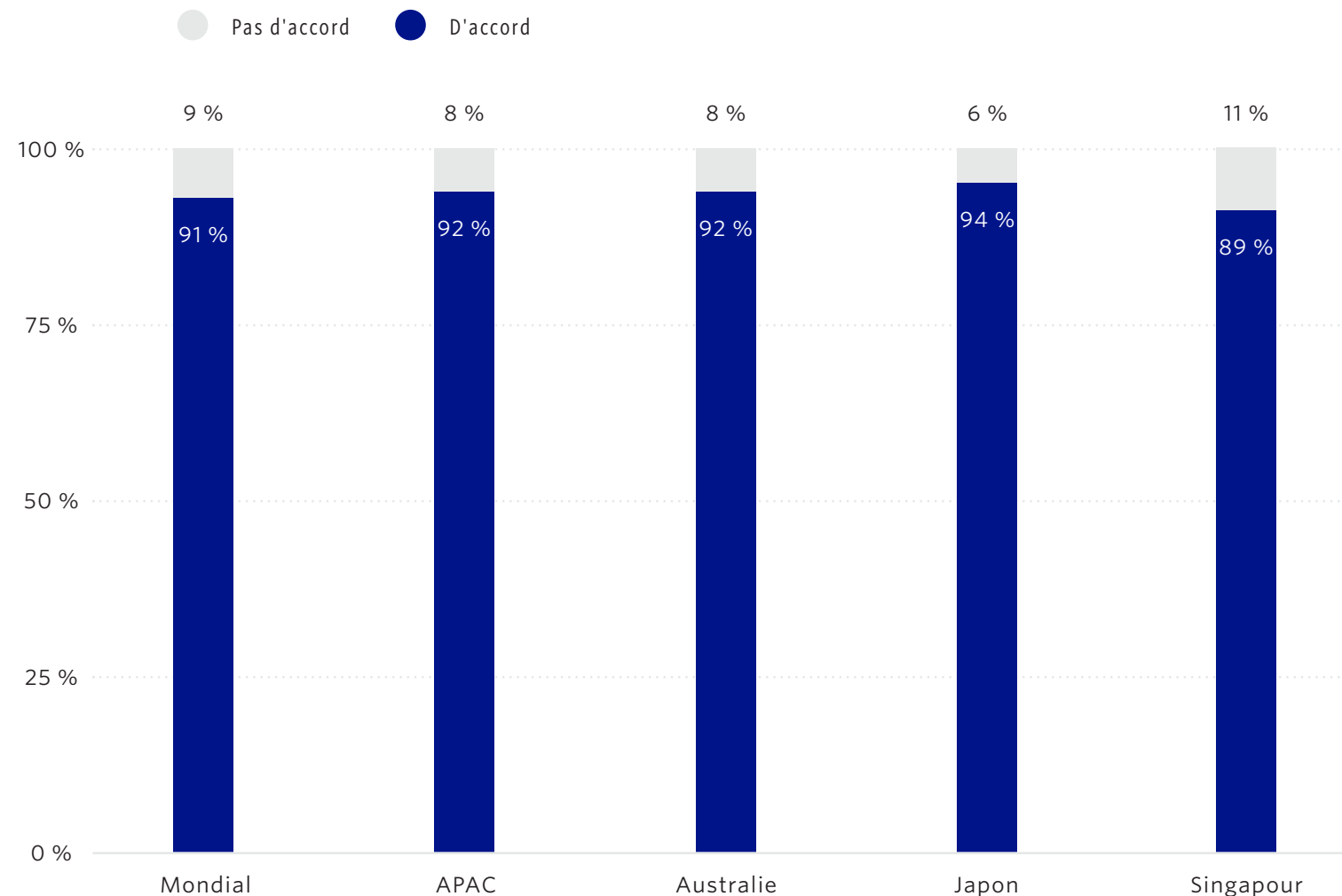
Estiment que les développeurs de logiciels ont joué un rôle crucial dans la résolution des défis de l'entreprise qui ont émergé avec la pandémie

Base : 815 entreprises APAC ; mention « je ne sais pas » exclue



92 % des personnes interrogées déclarent que leur entreprise est plus susceptible de développer des solutions de communication pour répondre aux besoins futurs des clients.

Mon entreprise est plus susceptible de développer des solutions de communication (plutôt que d'acheter une solution pré-configurée) pour répondre aux demandes des clients à l'avenir.



92 %

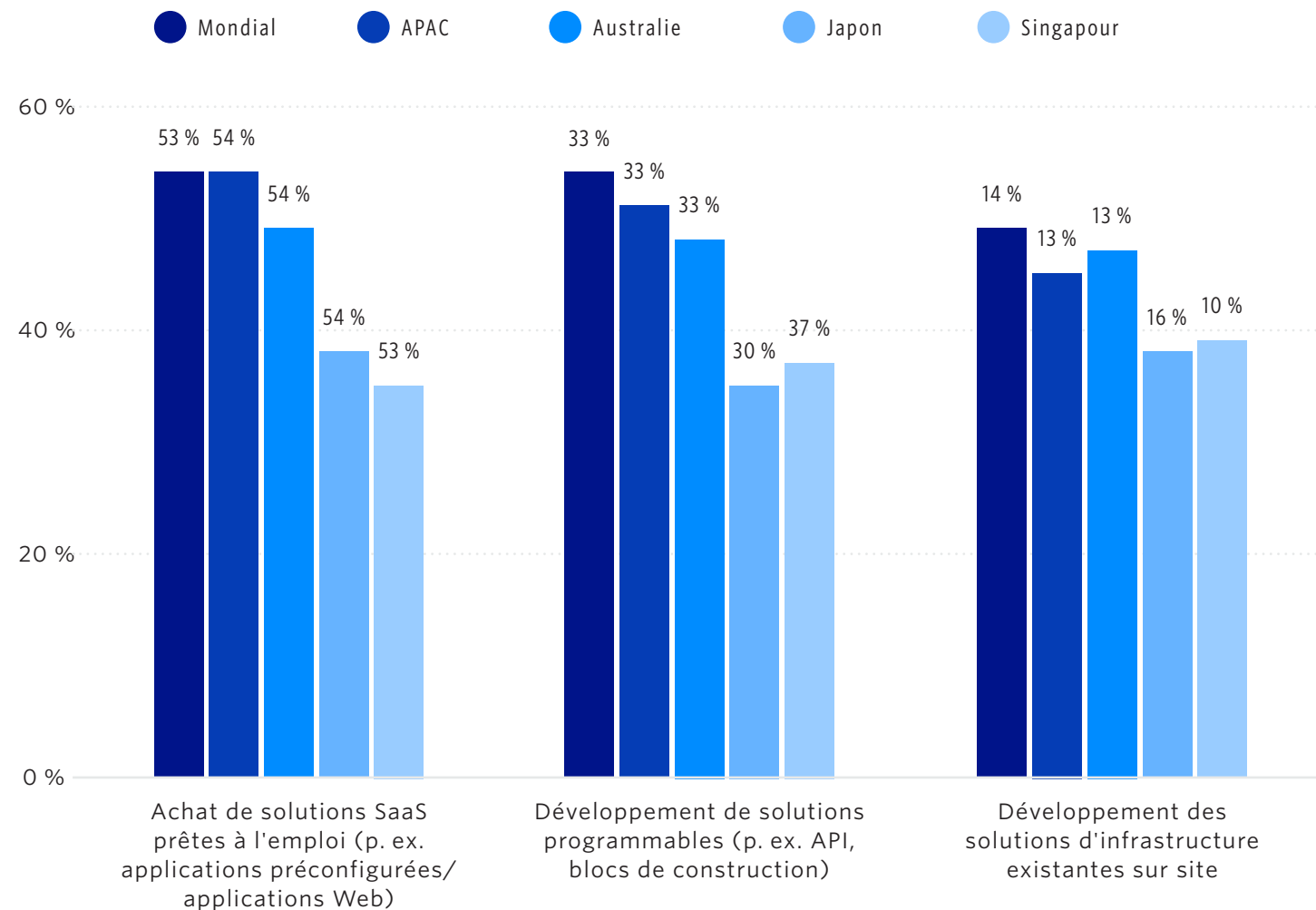
Des entreprises de la zone APAC s'accordent à dire qu'elles sont susceptibles de développer leurs propres solutions de communication à l'avenir

Base : 817 entreprises APAC ; 2 545 entreprises internationales ; mention « je ne sais pas » exclue



1 entreprise sur 3 de la zone APAC a choisi le développement au moyen de solutions programmables.

Quelle approche votre entreprise adopte-t-elle le plus souvent lors de l'ajout de capacités de communication numérique ?



33 %

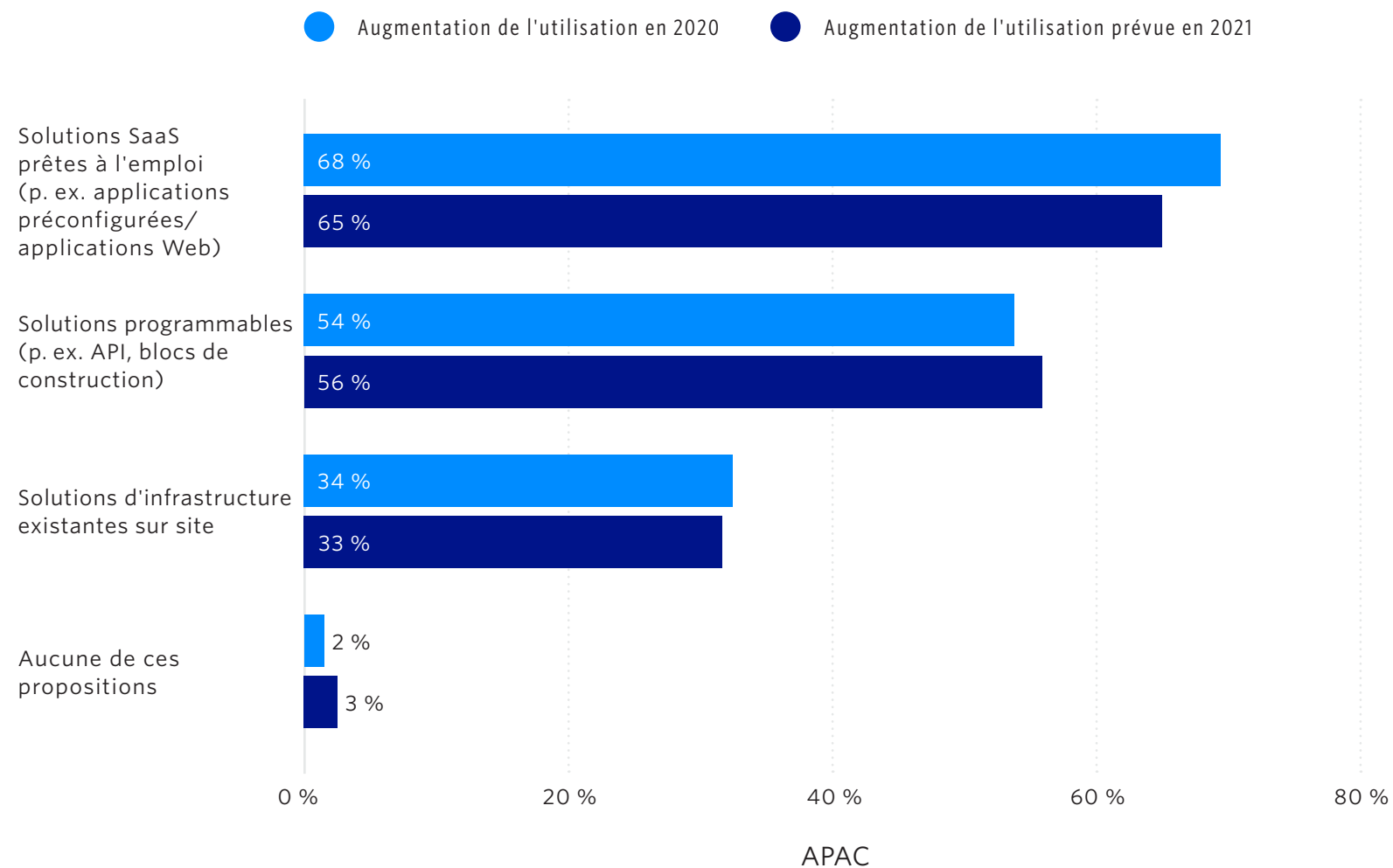
Développent des solutions programmables

Base : 796 entreprises APAC ; 2 515 entreprises internationales ; mention « je ne sais pas » exclue



La majorité des entreprises vont augmenter l'utilisation de solutions programmables en 2021.

Quelles sont les approches que votre entreprise a davantage utilisées en 2020 ? Quelles approches va-t-elle plus utiliser au cours des 12 prochains mois ?



L'utilisation de solutions programmables :

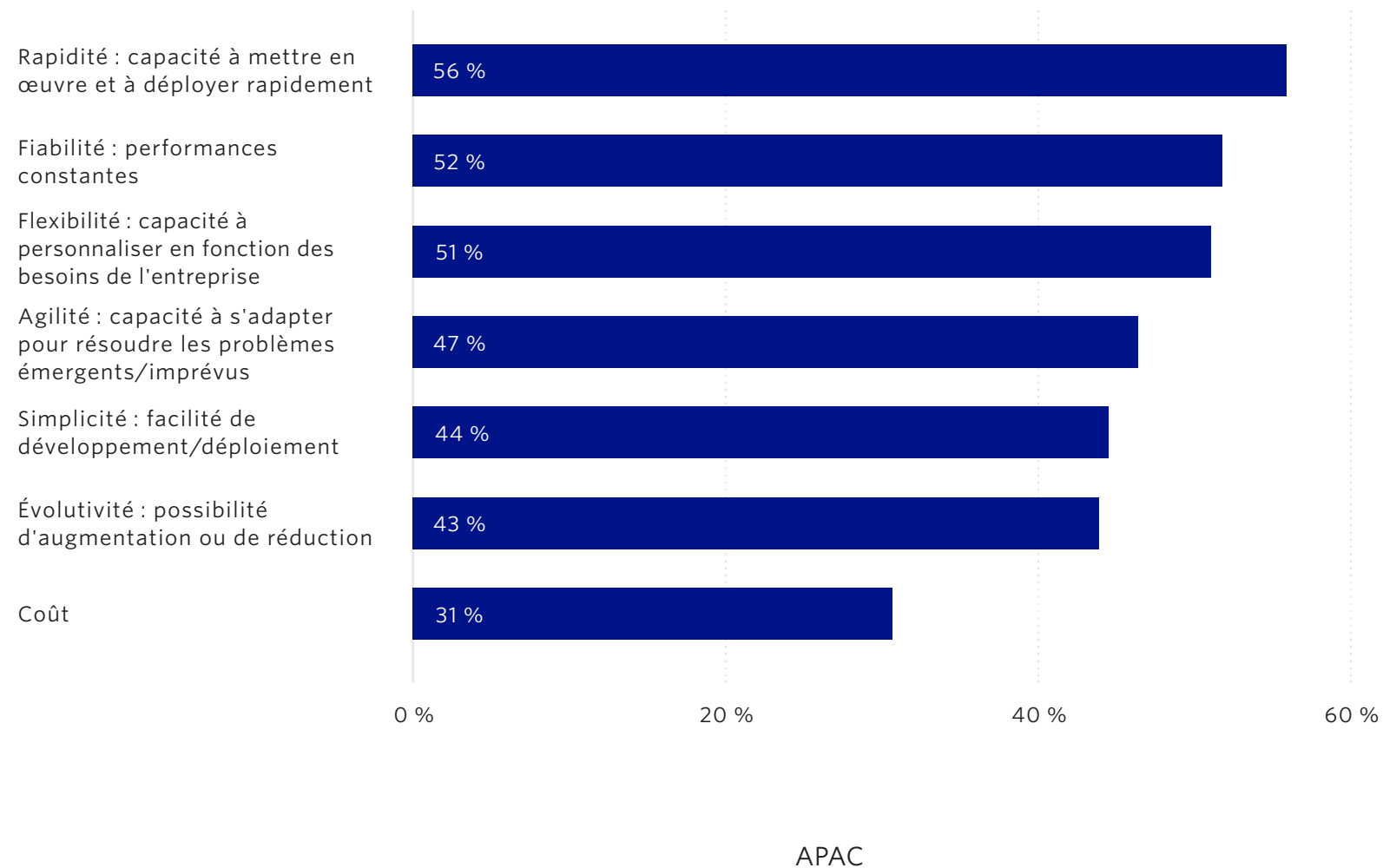
- a augmenté pour 54 % des entreprises en 2020
- augmentera pour 56 % des entreprises en 2021

Base : 825 entreprises APAC



La vitesse, la fiabilité et la flexibilité sont les facteurs les plus importants lors du choix des solutions de communications numériques.

Quels sont les facteurs les plus importants pour votre entreprise quant au choix de solutions répondant à votre stratégie de communication numérique ?



Principaux facteurs lors du choix des solutions de communications numériques :

- Vitesse 56 %
- Fiabilité 52 %
- Flexibilité 51 %

Base : 825 entreprises APAC ; mention « je ne sais pas » exclue

Cet addendum vous a été présenté par

