

SIGNAUX D'ALERTE AVANCÉS

Comment dynamiser votre activité  
grâce aux signaux d'expérience

Medallia

## Introduction

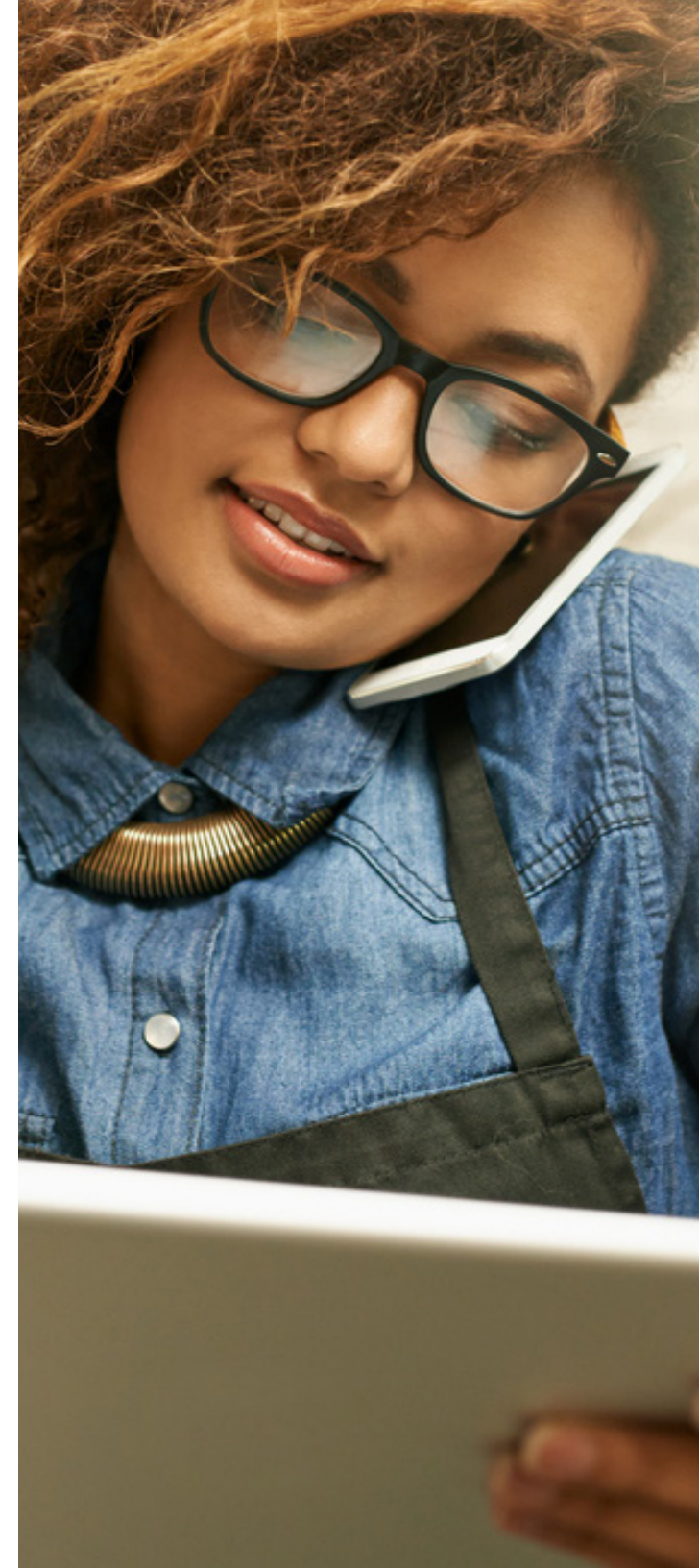
Les enquêtes permettent d'étudier le passé.  
Les signaux capturent le présent et  
orientent l'avenir.

La compréhension des besoins et des attentes des clients a toujours été au cœur de l'expérience client. Mais pour de nombreuses entreprises, le feedback client provient principalement d'enquêtes. Or, si cela a pu suffire par le passé, la pandémie mondiale et la transformation numérique observée dans de nombreux secteurs ont modifié le parcours client.

Les enquêtes ne peuvent plus à elles seules fournir suffisamment d'insights pour permettre aux entreprises d'anticiper les changements de comportement des consommateurs et une conjoncture de marché imprévisible. Un engagement omnicanal allié à une collecte de signaux sur tous les canaux représente le seul moyen d'établir et de comprendre véritablement le lien entre les comportements, les pensées, les intentions et les besoins des clients.

Dans le monde numérique actuel, les entreprises doivent capturer en temps réel les signaux d'expérience émanant à la fois du feedback direct et indirect, des données opérationnelles et des comportements observés, et ce sur l'ensemble du parcours client. Ces insights peuvent servir de signaux d'alerte précoces permettant aux entreprises d'identifier les problèmes à résoudre et les opportunités d'adaptation et d'innovation immédiates.

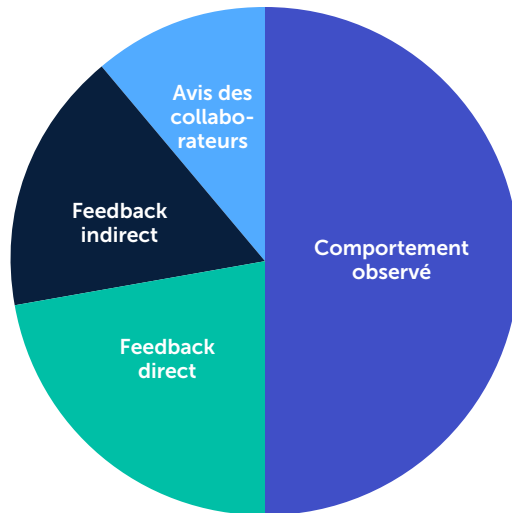
En écoutant et en analysant tous les signaux émis par les clients, il est possible non seulement d'optimiser l'expérience sur le moment, mais aussi d'apprendre à anticiper les désirs du client et à devancer la concurrence. Lorsqu'elle est bien conçue, l'expérience client a un impact commercial tangible : elle favorise la fidélisation, réduit le taux d'attrition et accroît les revenus.



# Que sont les signaux d'expérience ?

Les signaux sont des points de données sur l'expérience client provenant de différents systèmes, canaux, technologies propriétaires et sources externes.

Les types de signaux sont divers et variés : données de parcours de navigation, données e-commerce, données de points de vente, interactions avec le centre d'appel, données CRM, interactions avec les services, données IoT, données RH, sentiments capturés à partir des vidéos et des outils vente et marketing, sans oublier bien sûr les données d'enquête.

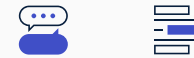


## Importance de la vue d'ensemble

La capture de signaux provenant d'un large éventail de sources permet une meilleure compréhension des besoins des clients à chaque étape de leur parcours.

## Types de données

Les données structurées sont constituées de réponses objectives provenant d'un ensemble de sources prédéterminées (p. ex. les enquêtes). Les données non structurées sont ouvertes, avec un feedback prenant de nombreuses formes : transcriptions d'appels, journaux de messagerie instantanée, formulaires de contact sur le site, évaluations sur les réseaux sociaux, etc.



Structurées Non structurées

## Feedback indirect

Avis sur votre entreprise qu'expriment les clients et collaborateurs sur des canaux qui ne sont pas spécifiquement conçus pour mesurer le feedback.



Journaux de chat



Réseaux sociaux



Collaborateur

## Feedback direct

Opinion à votre égard que partagent les clients et collaborateurs lorsqu'ils sont directement sollicités.



E-mail



Messagerie instantanée



Voix



Vidéo



Web et applications

## Données opérationnelles

Données provenant de divers systèmes d'enregistrement spécialisés au sein d'une entreprise, composées d'interactions transactionnelles et opérationnelles.



CRM



ERP



SIRH



Points de vente

## Comportement observé

Données et événements qui reflètent les actions ou comportements observés ou déduits des clients et collaborateurs.



Signaux IoT



Habitudes de fréquentation



Données d'événements

## Introduction

# Plus le nombre de signaux est élevé, plus la perception des clients est précise.

Face à l'évolution des attentes des clients et la nécessité pour les entreprises de se montrer plus rapides et agiles, les marques leaders se tournent aujourd'hui vers un ensemble plus large et plus diversifié de signaux d'expérience pour mieux appréhender l'avis des clients à leur égard. Pour bénéficier d'une vue d'ensemble et agir rapidement, en toute confiance, les marques doivent impérativement disposer d'une connaissance complète et approfondie des besoins des consommateurs.

**Pourquoi si peu d'entreprises utilisent-elles les signaux ?** Un grand nombre d'entreprises n'exploitent pas les signaux d'expérience opportuns et pertinents dont elles disposent parce que ces signaux résident dans plusieurs systèmes disparates, ne sont pas structurés en ensembles de données exploitables et ne sont pas reliés à des identités connues. En fait, de nombreux signaux sont exprimés de manière invisible pour les marques car ils sont émis dans des systèmes opérationnels ou tiers qui ne sont pas connectés à l'environnement des données d'expérience client.



## 01 Tirez parti de toutes les données clients.

Combinez les données opérationnelles, comportementales et d'expérience de vos systèmes d'enregistrement et d'engagement pour en extraire des insights pertinents. Les clients émettent chaque jour des signaux critiques sur la façon dont ils réagissent et interagissent avec votre marque (ou pas).

Par exemple, les données des enregistrements saisis dans une plateforme CRM peuvent être combinées avec d'autres comportements opérationnels et observés, non seulement pour dévoiler de nouveaux modèles mais également pour prédire le risque d'attrition.

En utilisant diverses sources de signaux, vous développerez une compréhension plus fine des comportements, ce qui vous permettra d'acquérir de nouveaux insights et de mieux comprendre les attentes de vos clients.

+ 14

Les entreprises qui intègrent le feedback provenant de quatre canaux ou plus obtiennent un Net Promoter Score® (NPS) supérieur de 14 points à celles qui n'utilisent qu'un seul canal.

Étude Medallia, 2018

## 02 Identifiez les besoins des clients en temps réel.

L'utilisation de signaux pour mieux comprendre les besoins des clients vous permet d'accélérer la résolution des problèmes. Par exemple, l'intégration de signaux tels que le chat et la messagerie instantanée vous permet de résoudre les problèmes à mesure qu'ils se présentent. Outre la résolution immédiate des problèmes, l'intégration de données clients robustes et d'analyses basées sur l'IA permet d'obtenir des insights et enseignements plus riches au fil du temps et ainsi d'améliorer les programmes d'expérience client.



**70 % des consommateurs déclarent qu'ils attendent une réponse immédiate lorsqu'ils déposent une réclamation.**

Étude Medallia, juin 2018



**Les entreprises qui utilisent les réseaux sociaux, les évaluations en ligne et d'autres formes de feedback non sollicité ont 15 % de chances de plus d'améliorer l'expérience client.**

Étude Medallia, juin 2018

### 03 Communiquez avec vos clients à tout moment et en tout lieu.

En interagissant avec vos clients selon leurs souhaits et en leur offrant le plus large éventail d'options pour ce faire, ils seront bien plus enclins à vous fournir un feedback direct. L'observation des comportements des clients permet d'identifier les préférences en matière de canaux. En examinant un plus grand nombre de signaux, vous créez davantage de moyens d'écouter, de comprendre le feedback et d'identifier les problèmes et les opportunités en temps réel.

### 04 Comprenez tout le monde, pas seulement les personnes interrogées.

Recevez des insights de tous les clients sur leur perception de votre marque, votre produit ou vos services en recueillant le feedback client indirect. Les programmes d'expérience client traditionnels s'appuient essentiellement sur des données d'enquête et compilent uniquement le retour des personnes qui prennent le temps de répondre à l'enquête. Si ce feedback est aussi précieux qu'important, il passe complètement à côté des clients (très probablement majoritaires) qui ne répondent pas à l'enquête.



**66 % des consommateurs s'attendent à pouvoir donner leur feedback sur le canal qu'ils utilisent actuellement.**

Étude Medallia sur l'engagement des clients, 2018



**61 % des consommateurs estiment que les marques censées les connaître ne les connaissent pas du tout — avec des lacunes dans les domaines les plus élémentaires de la connaissance client, tels que l'historique des achats et les préférences personnelles.**

Acquia, 2019



**En moyenne, seuls 18 % des clients répondent aux enquêtes.**

Benchmark Medallia, 2018

Comment dynamiser votre activité  
grâce aux signaux d'expérience

## 05 Découvrez plus rapidement les nouvelles idées.

Il y a de fortes chances que votre prochaine grande idée ou innovation produit soit inspirée par un client, voire un collaborateur. Vos collaborateurs sont en première ligne et interagissent souvent avec vos clients au quotidien. Les insights provenant de ces deux sources peuvent vous fournir des indicateurs avancés de ce qui se profile à l'horizon et qui risque d'affecter votre entreprise, votre produit ou votre service.

En combinant les insights provenant des uns et des autres, les entreprises peuvent comprendre l'évolution de la conjoncture en continu et s'adapter pour garder une longueur d'avance.

Vous pouvez trouver des idées encore plus rapidement en les recueillant auprès des collaborateurs et des clients. L'utilisation des idées des collaborateurs comme signaux supplémentaires offre une vision plus riche de ce que vos clients attendent en matière d'expérience, ainsi que des lacunes dont vous n'avez peut-être même pas conscience.

**4,6 x**

Les collaborateurs qui ont le sentiment que leur voix est entendue sont 4,6 fois plus susceptibles de donner le meilleur d'eux-mêmes au travail.

Forbes, janvier 2019

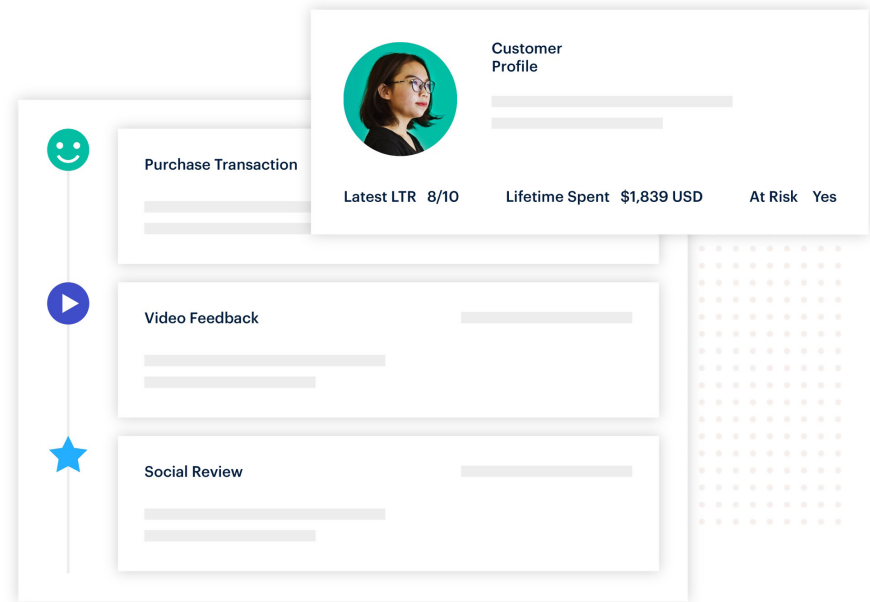
Medallia



## Identifier et capturer les signaux

Pour vous assurer que votre solution d'expérience client intègre un large éventail de signaux d'expérience, examinez l'écosystème afin d'identifier les façons d'interagir avec les clients :

- Examinez les parcours clients et les cycles de vie des clients pour découvrir tous les points d'engagement.
- Répertoriez vos signaux clients actuels, notamment les réseaux sociaux.
- Identifiez les opportunités de signaux provenant des données de produits et de systèmes numériques, des données IoT et d'API de systèmes tiers, et des données de clients externes.



Dans le cadre de la collecte des signaux clients, il est important de comprendre que chaque équipe fonctionnelle utilisera des données différentes dans des formats multiples. Cela signifie que votre plateforme doit être capable d'analyser et présenter les données de manière optimisée pour chaque partie prenante de l'expérience client. L'intelligence artificielle et la technologie de machine learning jouent un rôle important dans l'analyse de grands ensembles de données et la formulation de recommandations d'action intelligentes.

Une fois la collecte des signaux, l'analyse et les recommandations d'action automatisées, l'entreprise peut se concentrer sur l'optimisation de chaque expérience client individuelle. Elle pourra ainsi anticiper les désirs du client et créer des expériences exceptionnelles.



Mise en route

## Choisir la plateforme idéale

En matière d'expérience client, l'approche la plus efficace met en jeu un savant mélange de technologies, de processus et de personnes. L'adoption d'une plateforme de pointe évolutive pour collecter tous les signaux représente un bon point de départ. Plus d'un millier de grandes marques internationales font confiance à Medallia. Comme elles, vous pouvez :

- Collecter un large éventail de signaux provenant de plusieurs milliers de sources primaires et tierces
- Analyser des millions de parcours clients
- Rendre les insights exploitables grâce à l'intelligence artificielle et à l'automatisation
- Offrir des expériences centrées sur le client à grande échelle et à grande vitesse
- Anticiper les changements de comportement des consommateurs et les conditions imprévisibles du marché

Contactez Medallia dès aujourd'hui pour une consultation gratuite sur les signaux d'expérience client.

### À propos de Medallia

Medallia est une entreprise innovante et leader sur le marché de la gestion de l'expérience. La plateforme SaaS plusieurs fois récompensée de Medallia, Medallia Experience Cloud, est la référence du marché en matière de compréhension et de gestion de l'expérience des clients, des collaborateurs et des citoyens. Medallia capture au quotidien les signaux d'expérience générés tout au long des parcours et émis en personne ou de façon virtuelle via les outils numériques et l'IoT, et applique une technologie exclusive basée sur l'IA pour révéler des insights personnalisés et prédictifs qui permettent de piloter l'action et de générer des résultats commerciaux conséquents. Grâce à Medallia Experience Cloud, nos clients peuvent réduire le taux d'attrition, transformer les détracteurs en promoteurs et en acheteurs, et générer instantanément des opportunités de ventes, jouissant ainsi d'un retour sur investissement clair et significatif. [fr.medallia.com](https://fr.medallia.com)

---

Suivez-nous :  medallia  [blog.medallia.com](https://blog.medallia.com)  @Medallia