



CHANNEL GUIDE

# Canaux de messagerie : le guide ultime



# Introduction

**Selon une étude menée par McKinsey auprès de chefs d'entreprise dans le monde, la pandémie a accéléré la transformation numérique de trois à quatre ans. En très peu de temps, les comportements d'achats dans tous les secteurs ont été bouleversés pour faire place au tout en ligne. Si les entreprises ont tiré leur épingle du jeu de cette accélération, il n'en est pas de même pour la qualité de leurs interactions avec leurs clients en demande d'assistance.**

Jusqu'en 2017, le service client consistait en une communication à sens unique basée sur des échanges d'e-mails, souvent synonymes de longs délais d'attente. En 2022, l'assistance clients se trouve désormais à portée de main.

Les consommateurs ont pour réflexe de contacter le service client dès qu'ils ont besoin d'aide et ils s'attendent à recevoir des réponses instantanées. Ils souhaitent qu'on leur réponde à tout moment : pendant une course de cinq minutes en taxi, pendant qu'ils commandent un repas, et même pendant qu'ils téléphonent à un ami. C'est simple : ils attendent de vous que vous leur répondiez au moment où ils l'ont décidé.

Mais comment les équipes d'assistance peuvent-elles répondre aux clients là où ils se trouvent ? Et comment peuvent-elles créer des expériences agréables qui les incitent à revenir ?



## Rencontrer les clients là où ils se trouvent grâce aux canaux de messagerie

La solution réside dans les canaux de messagerie utilisés habituellement par vos clients : Apple Business Chat, Facebook, Instagram, SMS, WhatsApp ou LINE.

Ces canaux de messagerie permettent aux clients d'accéder rapidement à un service d'assistance, à toutes les étapes de leur parcours, y-compris pendant leurs déplacements et de manière asynchrone. Ils ont ainsi la possibilité de commencer et arrêter les conversations à leur rythme.

L'intégration de canaux de messagerie permet ainsi à votre entreprise de passer d'une communication unidirectionnelle à un dialogue bidirectionnel avec vos clients. Et **68% des clients** sont plus susceptibles d'acheter auprès d'une entreprise qui propose des canaux de communication pratiques.

Passage en revue des canaux d'assistance les plus populaires et de la manière dont ils peuvent répondre aux besoins de votre entreprise.



# Les canaux de messagerie utilisés par vos clients

La première étape pour rencontrer les clients là où ils se trouvent est de choisir la plateforme de messagerie la plus pertinente pour votre entreprise.

## Voici un aperçu des canaux d'assistance par messagerie les plus utilisés.



### Apple Business Chat (ABC)

ABC est le service d'Apple qui permet aux entreprises de dialoguer avec leurs clients depuis l'application Messages de leurs appareils fonctionnant avec le système d'exploitation iOS.

**Utilisateurs actifs dans le monde : 1,3 milliard**

En mai 2021 aux États-Unis, le système iOS était utilisé par plus de 50 % de la population. ABC est également le système de messagerie dominant au Royaume-Uni, au Canada, en Australie, en Nouvelle-Zélande, en Suède, au Japon et en Arabie saoudite.



### WhatsApp

Cette application de messagerie très populaire permet aux petites et grandes entreprises d'obtenir de meilleurs résultats en matière d'assistance client grâce à sa version WhatsApp Business.

**Utilisateurs actifs dans le monde : 2 milliards**

WhatsApp affiche un [taux de pénétration de 80%](#) dans plus de 15 pays, y compris dans le sous-continent indien, en Afrique, en Amérique latine et en Europe.



### Facebook Messenger

Facebook Messenger est l'application de messagerie intégrée à Facebook qui permet aux marques de communiquer avec leurs clients.

**Utilisateurs actifs dans le monde : 1,6 milliard**

Au niveau mondial, le système Facebook Messenger pour les entreprises continue d'augmenter considérablement sa base d'utilisateurs, avec plus de 20 milliards de messages échangés tous les mois entre les consommateurs et les marques.



### LINE

LINE est une application de messagerie instantanée qui permet aux utilisateurs de communiquer avec d'autres personnes par messages écrits, et appels vidéo et audio.

**Utilisateurs actifs dans le monde : 167 millions**

LINE voit sa popularité augmenter en Asie, notamment en Thaïlande, à Taiwan et au Japon. On compte [86 millions d'utilisateurs actifs tous les mois](#) au Japon, soit 68 % de la population de ce pays.



Instagram

Ce canal de communication très utilisé par les jeunes connaît un succès grandissant auprès des entreprises en ligne. Propriété de Facebook, Instagram offre des solutions professionnelles pour une assistance en temps réel.

**Utilisateurs actifs dans le monde : 1 milliard**

90% des utilisateurs d'Instagram sont abonnés à un compte d'entreprise et 81 % des utilisateurs recherchent des produits ou des services sur la plateforme.



SMS

Plus de 23 milliards de personnes envoient et reçoivent des SMS tous les jours, ce qui fait de ce moyen de communication un élément essentiel de l'expérience client omnicanale.

Selon eWeek, 52% des consommateurs préféreraient, s'ils avaient le choix, envoyer un SMS à un représentant du service client.



**Concentrez-vous sur votre client. C'est le principe de base pour déterminer sur quels canaux votre entreprise doit être présente : il y a un temps, un endroit et un besoin pour chaque canal.**



**AJ Chan**  
COO, Textline



# Tour d'horizon des canaux de messagerie

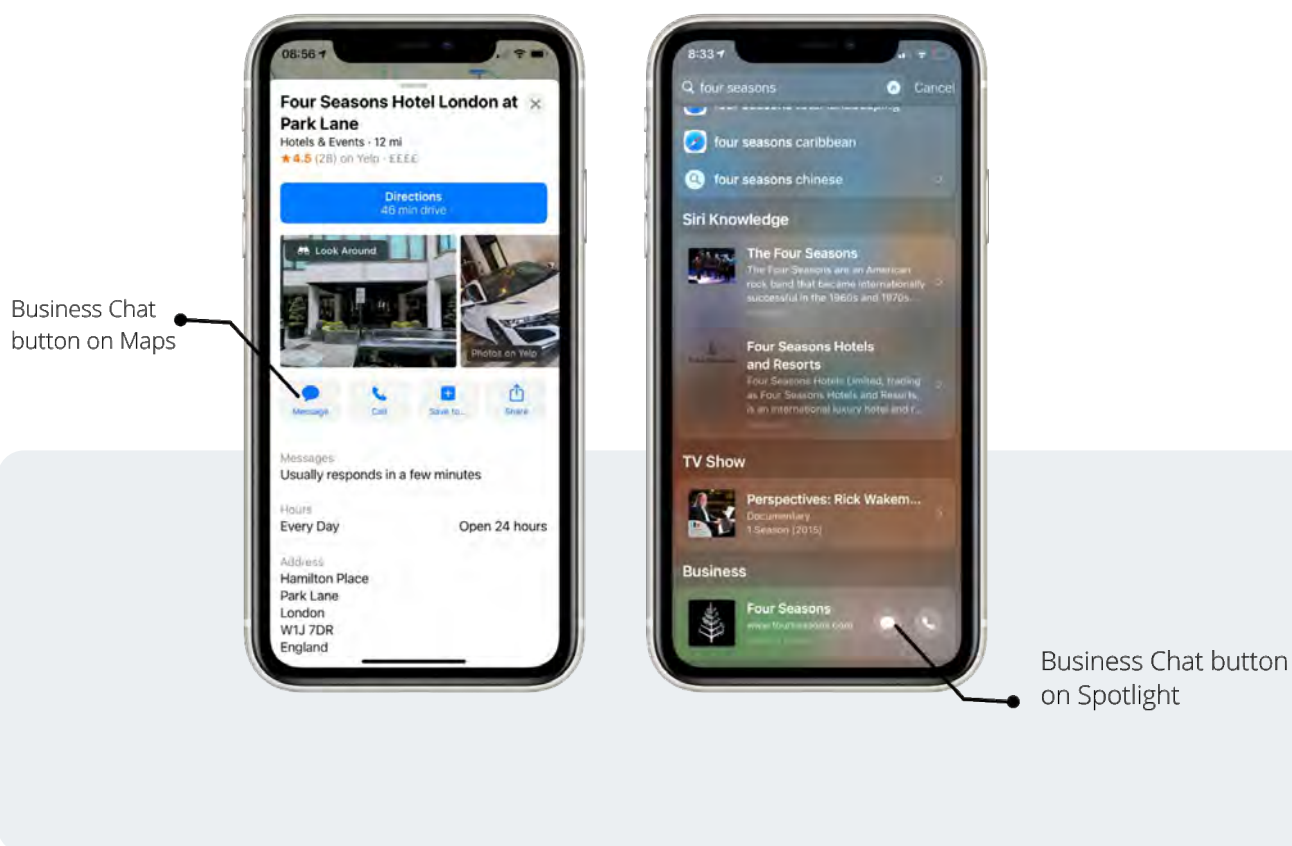
Découvrez comment chaque canal s'intègre à votre site Web, votre application ou votre base de données de messagerie. Elle vous permettra de tirer parti de leurs caractéristiques pour automatiser votre service client.

# Apple Business Chat

La messagerie Apple Business Chat permet de régler de nombreux points sensibles : les clients peuvent localiser votre entreprise, prendre un rendez-vous, consulter leurs tickets... Ce système de messagerie peut également vous aider à créer une boutique en ligne tout en fournissant une assistance client 24 / 7, grâce à des robots.

Les clients peuvent engager une conversation avec votre entreprise en utilisant le bouton Business Chat de votre site Web ou de votre application. Le bouton Business Chat peut être associé à d'autres fonctionnalités proposées par Apple telles que Plans (pour aider les clients à localiser votre entreprise) ou Spotlight (pour démarrer une conversation dans les résultats de la page de recherche).

Vos clients pourront plus facilement vous joindre si vous ajoutez l'URL du Business Chat dans vos e-mails et si vous activez la fonction « Chat Suggest » sur votre compte Business Chat.





## Prendre contact depuis votre application ou votre site Web

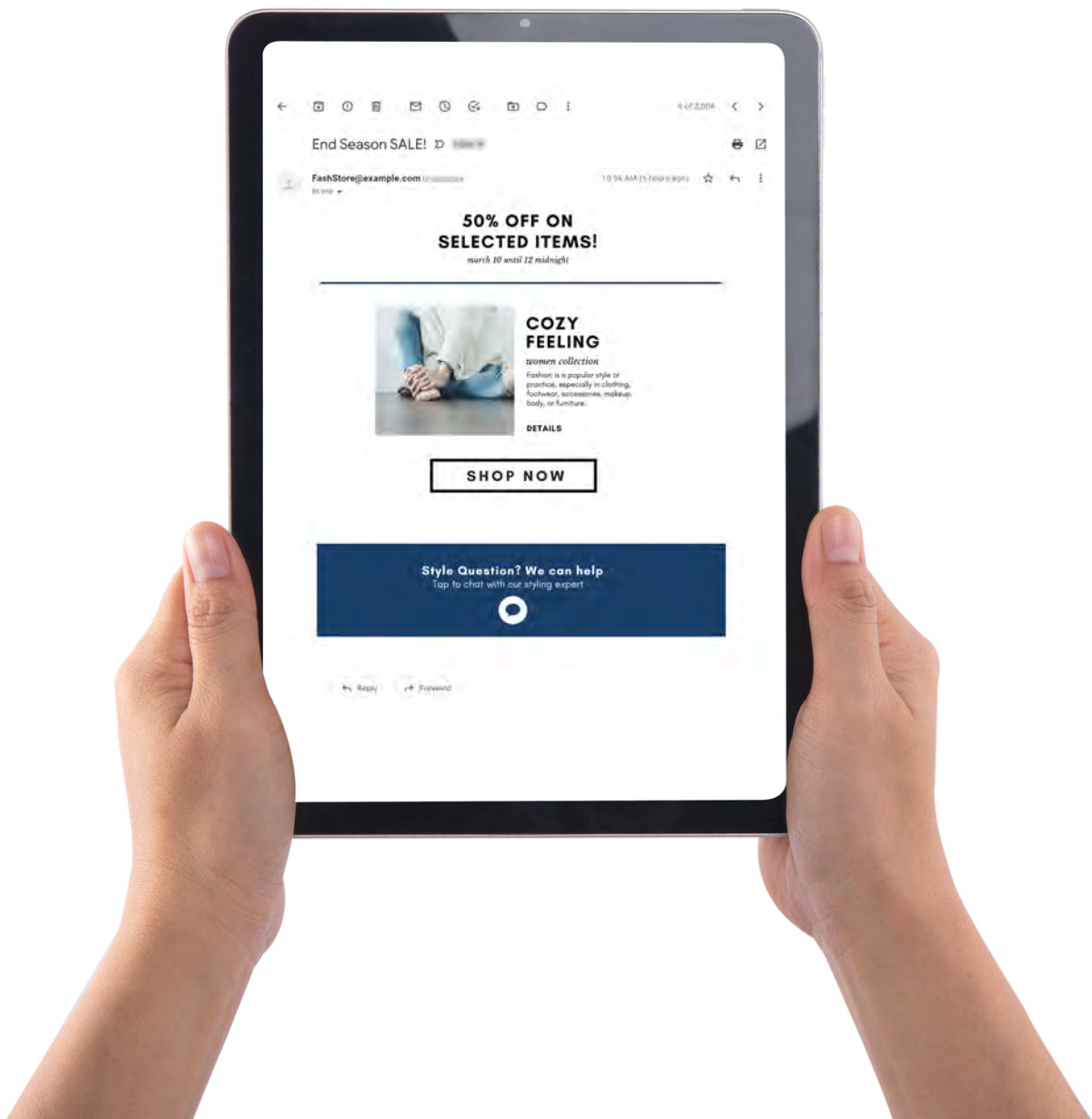
Si la plupart de vos clients arrivent de votre site Web ou votre application, il vous sera facile d'échanger avec eux grâce à une bannière ou un bouton de chat professionnel intégré.

Lorsque vous ajoutez ces boutons, n'oubliez pas de mettre en place :

- des bannières qui reprennent les éléments de la charte de votre marque,
- un appel à action (CTA) simple et direct.

## Prendre contact par e-mail

Vos clients ont la possibilité d'engager une conversation par e-mail à partir d'une bannière ou d'un texte enrichis d'un lien hypertexte. Ce lien ouvre iMessage, une application familière qui va leur permettre d'échanger avec vous.



## Chat Suggest

Chat Suggest permet à vos clients d'envoyer directement des messages à votre entreprise. Vos clients sont invités à vous envoyer un message lorsqu'ils cliquent sur votre numéro enregistré.

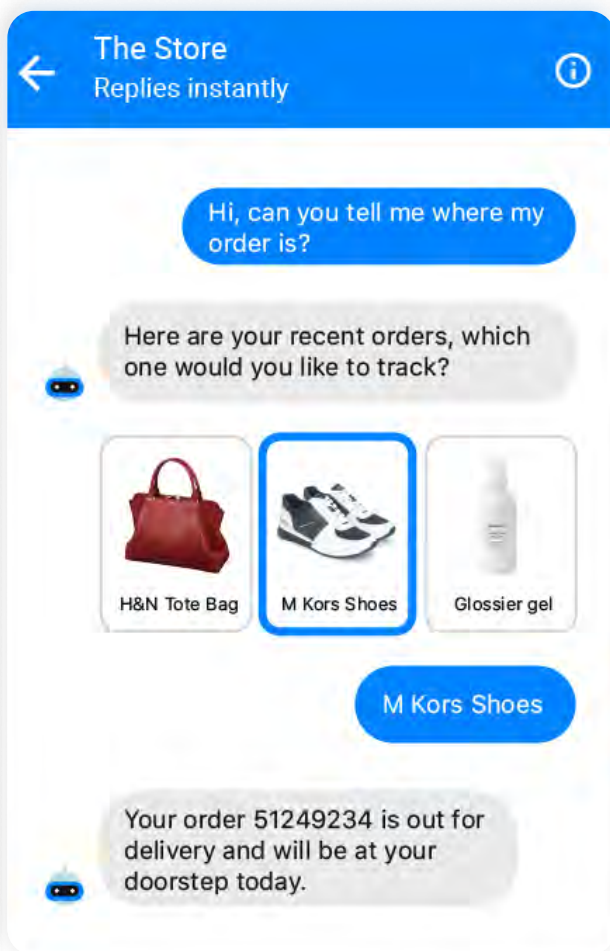
Cette fonctionnalité contribue à réduire le nombre de questions posées par téléphone et de diminuer les coûts de l'assistance vocale en transférant les volumes d'appels vers la messagerie. Elle permet à vos agents de traiter plusieurs requêtes simultanément et de réduire leur charge de travail grâce aux outils d'automatisation.



# Facebook Messenger

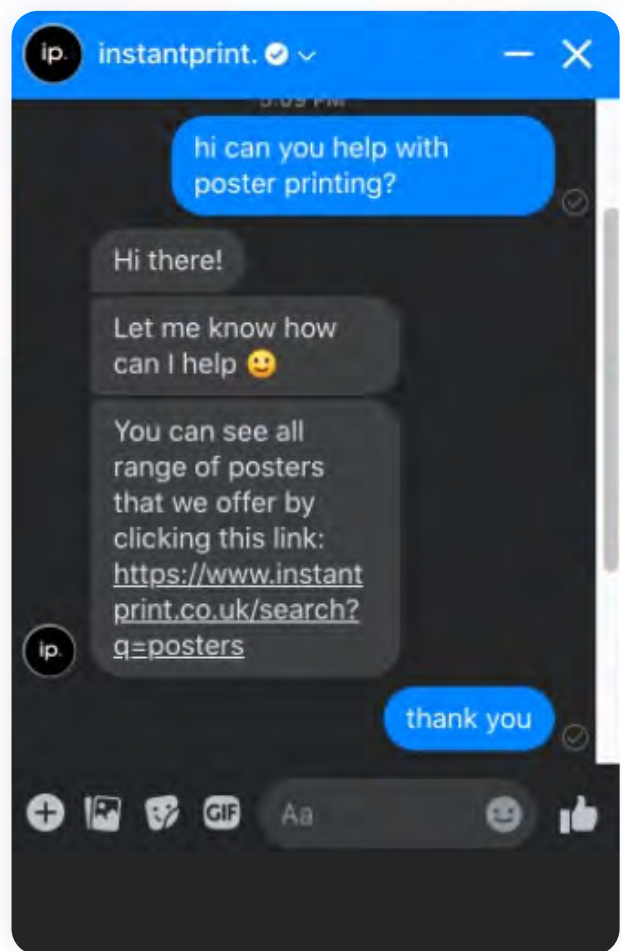
Facebook Messenger propose des solutions professionnelles aux entreprises, allant de l'intégration de chatbots à la sélection de produits. Ce système peut apporter une valeur ajoutée à votre assistance client tout en vous faisant économiser du temps.

## Conversations proactives



Le plug-in de chat de Messenger vous aide à communiquer de manière proactive avec les clients qui visitent votre page Facebook ou votre site Web. Appuyez-vous sur la puissance des bots pour démarrer un échange et parler à vos clients 24 / 7, tout en faisant appel à des références personnalisées et des outils multimédias.

## Sélection de produits



Vous pouvez faire appel à différents flux de chatbots pour aider vos clients à trouver les produits qui les intéressent et leur adresser des recommandations personnalisées. Des sociétés comme Instantprint utilisent cette fonctionnalité pour proposer une expérience agréable à leurs clients et établir de meilleures relations avec eux sur leur page Facebook.

## Libre-service

Les bots Messenger sont parfaits pour les entreprises qui ciblent les consommateurs sur leurs appareils mobiles.

Vous créez des applications ou des expériences pour envoyer des alertes météo, confirmer des réservations hôtelières ou envoyer les reçus d'un achat récent ? Les bots vous permettent d'avoir des interactions plus personnelles et proactives avec vos clients !

Grâce aux chatbots, vous pouvez intégrer votre base de connaissances, fournir aux clients des réponses immédiates aux questions courantes et affecter vos agents à des tâches plus complexes.

## Commentaires des clients

Avec Messenger, les marques établissent des relations par la conversation, en répondant aux demandes de renseignements avant et après l'achat.

Pour mieux évaluer leur service client, les entreprises ont la possibilité de calculer le taux de satisfaction client (CSAT), le taux de recommandation net (NPS), ainsi que le taux d'effort client (CES). Messenger vous fournit des modèles pour recueillir ces commentaires.



**Nous voulions une solution globale avec un canal simple à utiliser pour notre équipe CS. En effet, le téléphone était un obstacle majeur, car les agents restaient trop longtemps en conversation. Nous voulions donc quelque chose qui simplifie le processus d'assistance.**



**Jason Boutte** sur Facebook Messenger  
CEO, Shuttle Delivery

# WhatsApp

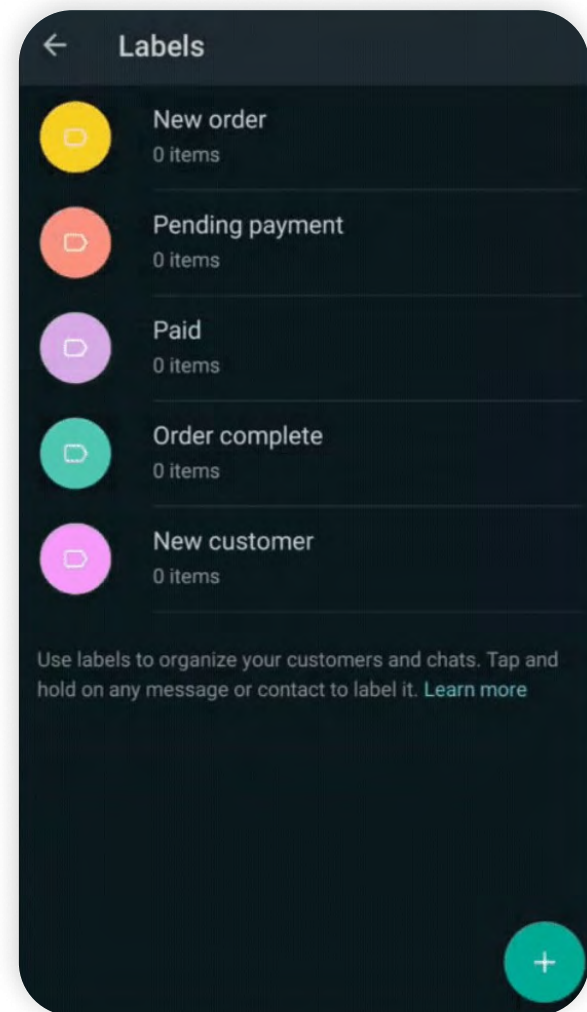
WhatsApp Business est sur le point de devenir le canal de messagerie privilégié du service client, l'utilisation des API de WhatsApp Business devant augmenter de manière très importante. WhatsApp affiche également un engagement élevé avec [des taux d'ouverture de 90%](#).

## Outils de messagerie



Les outils de messagerie vous permettent de communiquer avec vos clients par le biais de messages automatisés. Avec l'outil de messagerie professionnelle de WhatsApp, vous avez la possibilité d'automatiser les messages d'accueil et d'absence, et de créer des réponses rapides pour répondre aux questions les plus courantes.

## Étiquettes



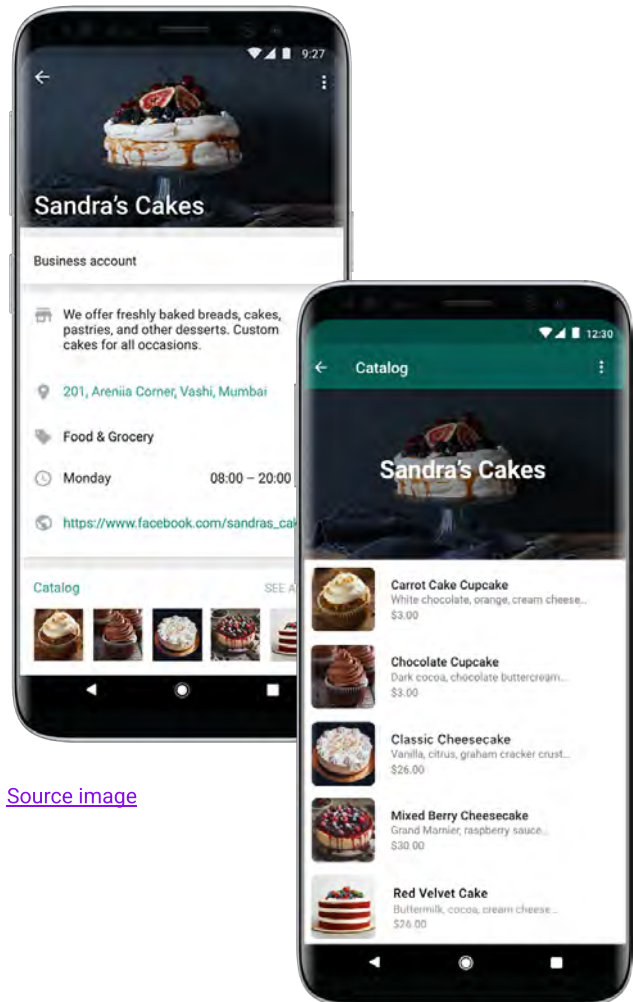
Les étiquettes vous permettent d'organiser vos conversations, et de retrouver ainsi rapidement vos messages et discussions. Vous pouvez créer des étiquettes de différentes couleurs et les ajouter à des fils complets de messages ou de discussions.

## Catalogue

Les catalogues sont autant d'allées de magasins numériques que les consommateurs peuvent parcourir.

Auparavant, les entreprises devaient envoyer les photos des produits une par une, quand ils ne devaient pas s'y reprendre à plusieurs fois. Aujourd'hui, les clients peuvent consulter des catalogues entiers de produits sur WhatsApp. C'est un gage de professionnalisme qui incite les clients à rester engagés sur le canal.

À chaque article de son catalogue, l'entreprise peut ajouter des informations concernant son prix, sa description ou son code produit, par exemple. La fonctionnalité de création de catalogue est actuellement réservée aux entreprises utilisant l'application WhatsApp Business sur Android et iPhone au Brésil, en Allemagne, en Inde, en Indonésie, au Mexique, au Royaume-Uni et aux États-Unis.



[Source image](#)



**L'intégration de WhatsApp a joué un rôle essentiel dans l'adoption de la technologie. Aujourd'hui, environ 85-90% de nos conversations ont lieu via WhatsApp !**



**Phil Tyler**  
COO, Doctaly

# LINE

LINE est une application gratuite de messagerie instantanée qui permet aux utilisateurs d'entrer en contact avec d'autres personnes par l'envoi de texte et d'appels vidéo et audio. Les utilisateurs de cette messagerie peuvent trouver des amis en fonction de leurs centres d'intérêt, partager des histoires et même envoyer de l'argent via LINE Pay.

## Chatbots basés sur l'IA



LINE intègre des chatbots optimisés par l'IA qui apprendront continuellement de chaque interaction avec le client. Cette fonctionnalité aide les marques/entreprises à répondre aux clients de manière plus précise, comme le ferait un agent humain.

## Messages de réponses automatiques



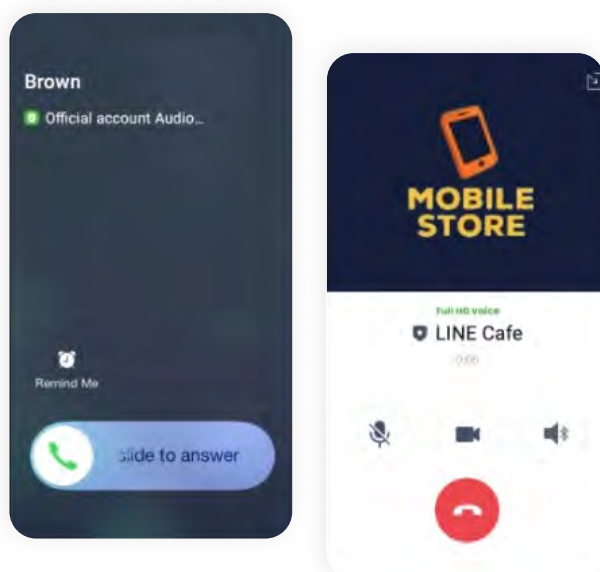
LINE vous permet d'envoyer des messages automatiques qui sont déclenchés dès qu'un utilisateur vous contacte. Ces messages sont extrêmement utiles pour accélérer les ventes lorsque les agents ne sont pas disponibles pour une discussion en tête-à-tête ou lorsqu'un client vous contacte en dehors des heures de bureau.

## Autocollants sponsorisés LINE



Ces autocollants sont fournis gratuitement par LINE, en échange d'un abonnement au compte d'une entreprise ou d'un achat. Selon LINE, ces autocollants peuvent aider les entreprises à accroître leur notoriété, en devenant une marque dont on se souvient et à augmenter le nombre d'abonnés au compte LINE de la marque.

## Appel via un compte officiel (OA Call)



Grâce à la fonction d'appel via un compte officiel, les clients peuvent passer des appels audio ou vidéo vers votre compte professionnel officiel. L'utilisateur de LINE ne peut passer l'appel que via son profil ou le chat. Tous les comptes, non vérifiés, vérifiés et Premium, ont accès à cette fonction.



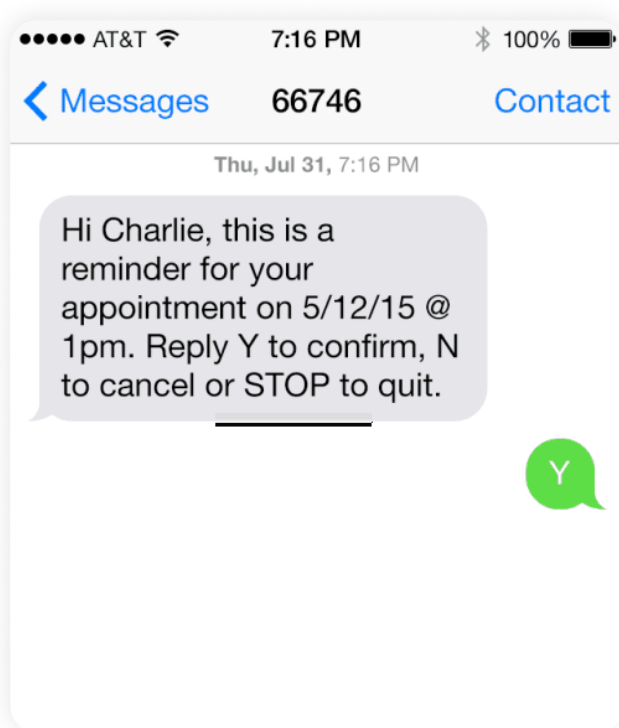


# SMS

Les SMS (textos ou messages texte) existent depuis 1973, mais ce n'est que depuis peu que les entreprises les utilisent pour communiquer directement avec leurs clients. Et c'est une bonne nouvelle quand on sait que **70% des consommateurs** espèrent pouvoir s'adresser davantage aux services clients des entreprises par SMS, pour des échanges bidirectionnels.

Voici comment utiliser les SMS.

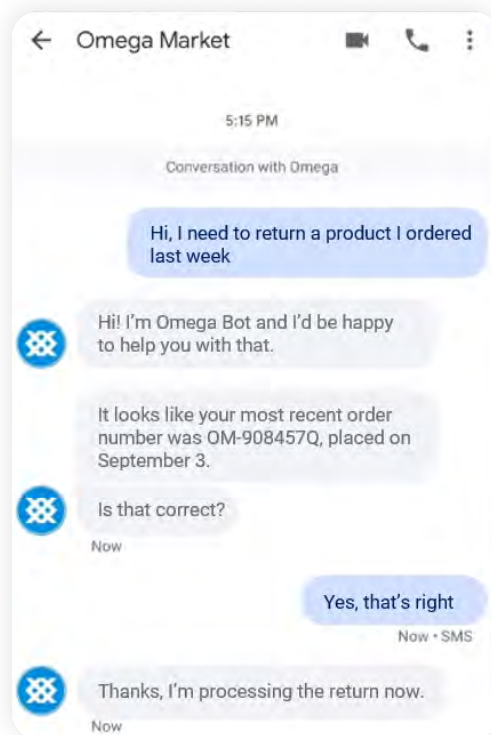
## Proposer des rendez-vous



[Source](#)

Les entreprises peuvent utiliser les SMS pour contacter leurs clients sur un canal toujours disponible qui ne nécessite aucun téléchargement d'application supplémentaire ni aucune intégration de la part du client. C'est un moyen simple de communiquer de manière efficace.

## Faciliter les achats et les retours produits

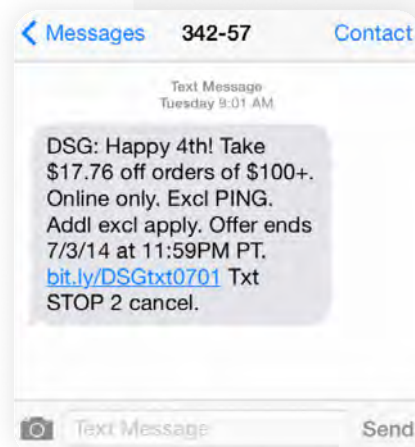


[Source image](#)

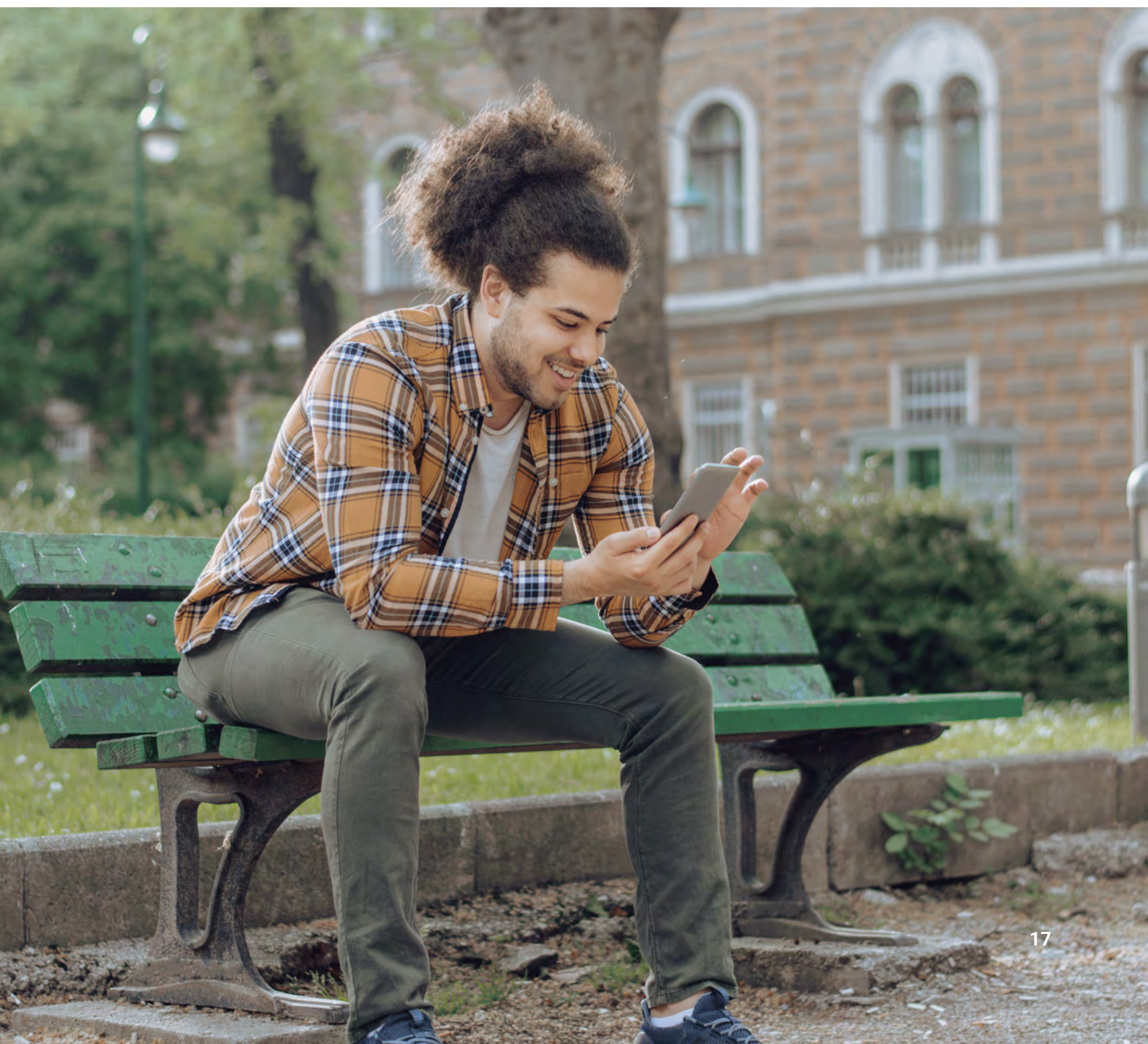
Les entreprises peuvent utiliser les bots optimisés par l'IA et de l'automatisation pour fluidifier les principales tâches d'assistance, notamment les activités liées aux achats et aux retours. Ces bots leur permettent également de fournir une assistance 24 / 7.

## Envoyer des offres promotionnelles et des remises

Le canal SMS est également tout indiqué pour envoyer des messages promotionnels, en particulier pendant les temps forts de l'année afin de générer davantage de trafic. En effet, ce canal mobile natif et toujours disponible est bien plus fiable que les canaux d'assistance basés sur des applications.



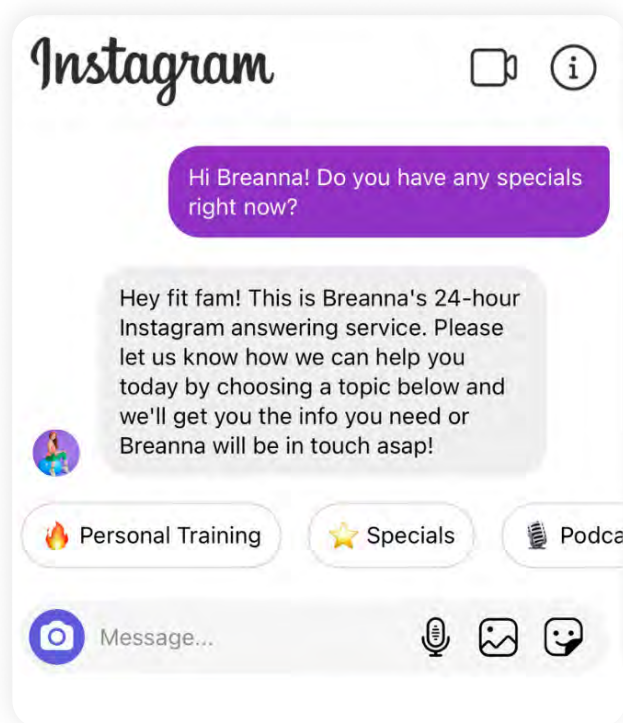
[Source image](#)



# Instagram

Comme certains des canaux évoqués ci-dessus, Instagram se targue d'une facilité d'utilisation et d'une interface intuitive. Voici quelques fonctionnalités utiles que les entreprises peuvent ajouter à leur répertoire de service clients.

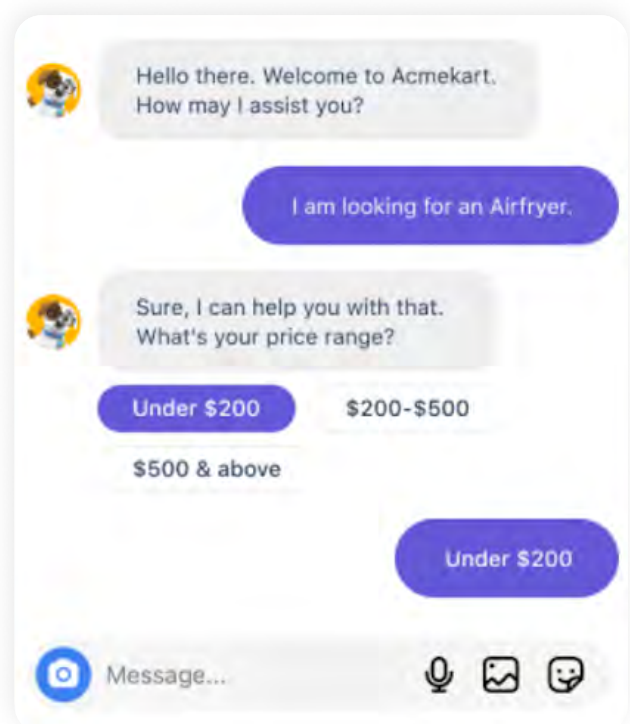
## Réponses rapides



[Source](#)

Les réponses rapides vous permettent d'enregistrer des modèles pour répondre rapidement aux questions les plus fréquentes. Vos agents ont mieux à faire que répondre à des questions du type « ce produit est-il disponible dans d'autres couleurs ? » ou encore « ce plat est-il accompagné de frites ? ». L'outil de réponse rapide d'Instagram s'en charge à leur place.

## Assistance 24 heures sur 24 grâce aux bots et à l'automatisation



Ces outils vous permettent de gérer plus facilement les heures de pointe grâce aux bots alimentés par l'IA et à l'automatisation. C'est particulièrement utile sur un canal qui peut être occupé pendant les heures de pointe et certains temps forts de l'année.

## Expériences personnalisées grâce aux DM d'Instagram

Engagez un dialogue contextuel avec vos clients par le biais des DM (direct messages) et apportez-leur votre aide directement sur Instagram. Vous pouvez analyser le comportement des utilisateurs en matière de support afin de proposer des expériences personnalisées susceptibles de générer un CSAT plus élevé et augmenter la fidélité à la marque.

## Une assistance client fluide

**64% des consommateurs préfèrent écrire à une marque** sur les réseaux sociaux plutôt que de l'appeler. Si vous voulez être certain de recueillir toutes les données clients transmises via les canaux des réseaux sociaux, Instagram vous permet de relier le chat client à votre CRM pour fournir une assistance instantanée.



Après avoir passé en revue les avantages de chacun de ces outils pour votre entreprise, examinons quelques bonnes pratiques qui devraient aider vos agents à renseigner vos clients de manière pertinente.

“

Les canaux conversationnels permettent de résoudre l'éternelle bataille entre la qualité et l'efficacité du support client. L'excellence et la rentabilité vont pouvoir aller désormais de pair grâce à la mise en place de conversations simultanées avec les clients, d'options de libre-service alimentées par l'IA, d'un encadrement des agents en temps réel et de nouvelles opportunités de génération de revenus.

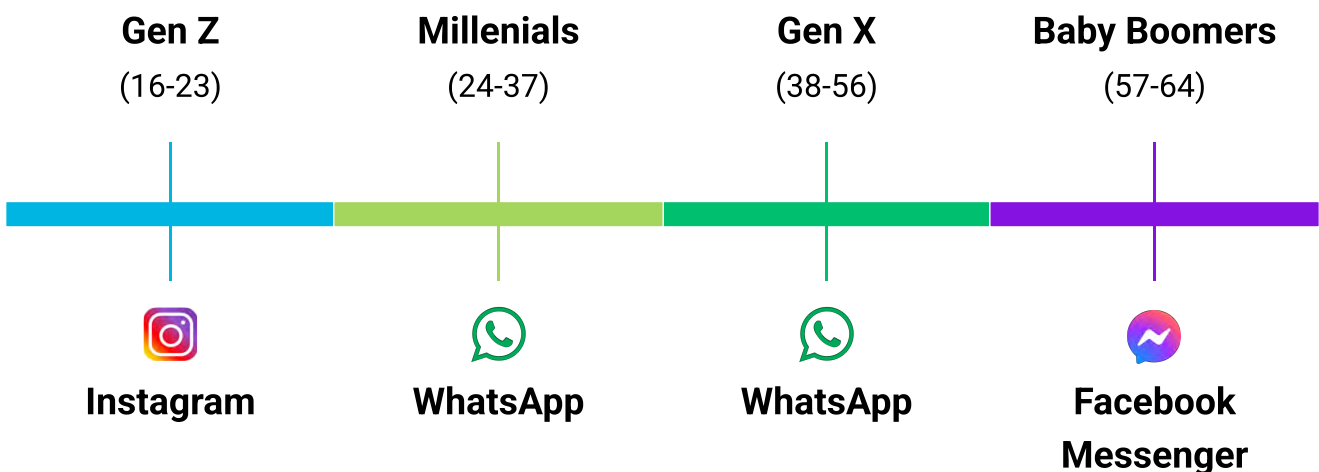


**Colin Crowley**

Senior Director - Customer Success

## Canaux populaires par zone géographique et tranche d'âge

The top in each bracket



# Canaux populaires par Région

Chaque marché a sa préférence



## WhatsApp

- Argentina
- Austria
- Brazil
- Colombia
- Germany
- Ghana
- Hong Kong
- India
- Indonesia
- Ireland
- Israel
- Italy
- Kenya
- Malaysia
- Netherlands
- Nigeria
- Saudi Arabia
- Singapore
- South Africa
- Spain
- Switzerland
- UAE



## Facebook Messenger

- Belgium
- Denmark
- Egypt
- France
- Greece
- Mexico
- Philippines
- Poland
- Portugal
- Romania
- Sweden
- Thailand
- UK
- Vietnam



## ABC

- Australia
- Canada
- New Zealand
- USA



## Instagram

- Morocco
- Turkey



## LINE

- Japan
- Taiwan
- Thailand

# Best Practices / Meilleures pratiques:

Les six principaux canaux de messagerie et leur potentiel n'ayant plus de secret pour vous, voici les six points à retenir pour des conversations plus pertinentes.

- 1** Tenez compte de la nature de votre activité et du profil de vos clients. Vous faites de la vente au détail et vos clients sont jeunes ? Dans ce cas, vous avez tout intérêt à privilégier l'application Instagram pour vos opérations d'assistance.
- 2** Localisation. Localisation. Localisation. Chaque zone géographique a ses canaux préférés. Déterminez les zones sur lesquelles votre entreprise est présente et identifiez les canaux pertinents correspondants.
- 3** Sélectionnez vos canaux. S'il est important de proposer une assistance via plusieurs canaux, il n'est pas nécessaire de tous les adopter. Choisissez les plus importants et veillez à exploiter tout leur potentiel.
- 4** Unifiez vos canaux de messagerie : vos agents vous en seront reconnaissants. Proposez une assistance sur la totalité ou presque de ces canaux et assurez-vous que ces canaux communiquent entre eux à l'aide d'une boîte de réception unique. Cela permet aux agents de proposer une expérience agréable à vos clients.
- 5** Acceptez d'être disponible 24 / 7. À l'ère de l'IA et de l'automatisation, la plupart des applications de messagerie proposent des capacités de bots qui permettent à votre entreprise de fournir un service au client 24 heures sur 24. Ne laissez pas pour autant les bots prendre le dessus : assurez-vous de mettre en place suffisamment de transferts vers des agents humains pour traiter les questions complexes.
- 6** Optez pour des opérations efficaces : suivez les données et le comportement des utilisateurs sur l'ensemble de vos canaux de messagerie et d'assistance conversationnelle afin de recueillir des informations qui vous aideront à améliorer en permanence vos indicateurs clés de performance (KPI) de l'assistance, à savoir le temps de traitement moyen, le temps de résolution et le CSAT.

# Conclusion : la messagerie est le moyen le plus intelligent pour communiquer

Comme le révèle le [Rapport McKinsey 2022 sur l'état du service client](#):

# 77%

des responsables de services clients indiquent que leur entreprise a mis en place des plateformes numériques, mais seulement 12 % de ces plateformes sont hautement intégrées.

Pour ces responsables de services clients, c'est l'occasion idéale de déployer des canaux de communication efficaces et évolutifs. Utilisez des canaux de messagerie qui servent vos objectifs commerciaux et comblent vos clients.





# A propos de Freshchat

Alors que les attentes des consommateurs en matière d'engagement et de service étaient déjà en train de changer, le Covid a accéléré la nécessité pour les organisations de passer à une expérience client numérique à un rythme sans précédent. Les gens préfèrent le numérique car ils sont souvent sur le net. Avec Freshchat au cœur de vos opérations, nous pouvons vous aider à proposer une expérience client unique au travers de conversations pertinentes sur le canal de leur choix, et ce, chaque fois qu'ils ont besoin de vous parler (24/7).

## A propos de Freshworks

Freshworks est un fournisseur leader de solutions SaaS modernes qui adressent les challenges commerciaux multiples et complexes des entreprises, quelle que soit leur taille. Dans plus de 120 pays, les organisations utilisent chaque jour nos produits pour ravir leurs clients et collaborateurs. Freshworks Inc. crée des solutions que les collaborateurs utilisent vraiment. Conçus pour l'IT, le service client, la vente et le marketing, nos produits redonnent du pouvoir aux personnes qui font fonctionner les entreprises.

---

**Notre équipe d'expert a aidé de nombreuses organisations dans le monde à implémenter Freshchat avec des résultats performants. A votre tour maintenant !**

[DEMANDEZ UN AUDIT GRATUIT](#)



[freshworks.com](https://freshworks.com)