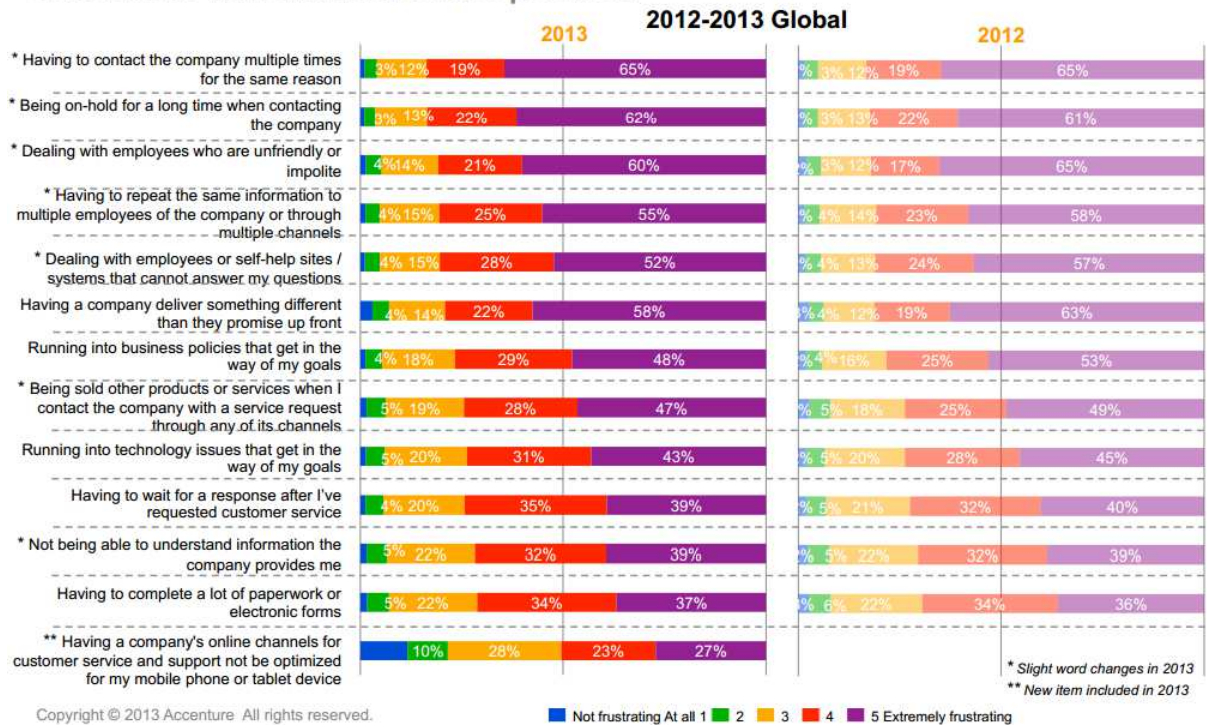


DES CONSOMMATEURS DE PLUS EN PLUS FRUSTRES

Qu'est-ce qui agace le plus les clients ? Alors que toutes les études récentes mettent l'accent sur la qualité insuffisante des services clients, le cabinet Accenture, dans l'édition 2013 de son enquête annuelle *Global Consumer Pulse Research 2013*¹, révèle les principales causes de frustrations des consommateurs lors de leurs expériences avec les services clients.

En tête des motifs d'irritation, « la mise en attente trop longue » est citée par 90% des personnes interrogées comme une frustration forte ou majeure. Le fait de « devoir répéter la même information à plusieurs personnes ou par le biais de multiples canaux » arrive en seconde position (89%), tandis que « l'hostilité ou l'impolitesse des conseillers » est la troisième cause de frustration des clients.

Frustrations with customer service practices



¹ La 9ème édition de la « Global Consumer Pulse Research » du cabinet Accenture, a été menée auprès 13,168 consommateurs dans 33 pays (401 consommateurs français), dans 10 industries différentes, afin de comprendre leur comportement vis-à-vis des pratiques marketing, des ventes ou du service clientèle.

“En dépit du grand nombre de données collectées exposant les attentes et préférences des consommateurs, les entreprises françaises ne sont pas parvenues à améliorer de façon significative la satisfaction client ou à réduire le taux d'attrition”

QUELLE SOLUTION APPORTER ?

Selon Accenture, les entreprises qui souhaitent réussir à l'ère du numérique, doivent être capables de proposer une expérience client sur mesure, entretenir un dialogue personnalisé, multi-canal, développer les services mobiles et maîtriser les médias sociaux.

UNE OPPORTUNITE POUR TRUST+

Le constat dressé par Accenture montre bien qu'il y a un marché pour Trust+, le service d'enregistrement d'appels développé et breveté par ServeMeBest.

L'objectif de la technologie de ServeMeBest est d'améliorer la qualité du service clients en développant la transparence et la relation de confiance entre l'entreprise et le client.

Trust+ est un outil clé pour atteindre cet objectif. Il contribue à améliorer la qualité lors des interactions téléphoniques, en permettant au client de disposer de l'enregistrement de son appel. Plus précisément, Trust+ répond à un grand nombre de frustrations citées par Accenture :

- Lorsque les conseillers savent que l'appelant a accès à l'enregistrement de ses appels, ils prennent plus de soin à traiter le problème dans sa totalité, afin que le client n'ait pas besoin d'appeler à nouveau, et ne se soit pas redirigé vers un autre conseiller.
- Trust+ enregistre tout - y compris le temps d'attente. Cela incite les responsables de service clients à réduire au minimum le temps d'attente.
- L'enregistrement conduit à des conversations plus cordiales. Ni l'appelant, ni le conseiller ne souhaitent que l'enregistrement ne révèle un manque de courtoisie de leur part.

La mauvaise qualité de service a des conséquences. Accenture note que « 51 % des consommateurs américains ont changé de fournisseur de services au cours des 12 derniers mois en raison de mauvaises expériences avec le service clients. Ce chiffre est en hausse de 5 % par rapport à 2012. »

Trust + va jouer un rôle clé auprès des organisations performantes et audacieuses, en les accompagnant dans les évolutions de l'économie numérique.