



GUIDE

Évaluer l'efficacité de votre plateforme CX

Ce qui fonctionne, ce qui ne fonctionne pas et ce qui est absolument essentiel

Dans le monde en constante évolution d'aujourd'hui, les marques doivent faire preuve d'agilité et de souplesse. Ceci est particulièrement vrai lorsqu'il s'agit de l'expérience client (CX). Les souhaits et les besoins des clients évoluent constamment, tout comme leurs attentes vis-à-vis des marques avec lesquelles ils traitent. La barre étant constamment placée plus haut, les marques les plus avisées doivent disposer d'une plateforme d'expérience robuste et dynamique qui fonctionne, informe et suscite l'engagement en temps réel et à grande échelle.

Votre marque a peut-être déjà fait un investissement judicieux dans un programme d'expérience d'entreprise. Comme pour toute stratégie commerciale intelligente, il est essentiel de vérifier périodiquement si votre programme répond aux besoins de l'organisation : certaines de ses composantes sont-elles devenues obsolètes ? Le programme fournit-il les bonnes informations, les bonnes données et les bons indicateurs prédictifs pour vous et vos employés ? L'évaluation de votre plateforme de gestion de l'expérience actuelle par rapport à d'autres partenaires de solutions peut renforcer votre stratégie à long terme et améliorer vos résultats.

La plateforme optimale a la capacité de faire partie de l'ADN de votre marque. Elle peut capturer des informations et des signaux à partir de chaque interaction avec la marque et donner aux employés les moyens de stimuler l'engagement et la fidélité des clients. Dans ce guide, nous allons explorer les six attributs fondamentaux nécessaires pour faire passer votre programme d'expérience de bon à exceptionnel.



100%

Fast, friendly service,
great experience

Customer rewards



“

Les entreprises qui donnent la priorité à l'expérience client ont 26 fois plus de chances de voir leur chiffre d'affaires augmenter de 20 % ou plus que celles qui négligent ce domaine”

26x



Architecture basée sur les rôles

Donner aux employés les moyens d'agir grâce à des données spécifiques à leur rôle

La plateforme CX idéale est intégrée de manière stratégique et transparente dans les flux de travail quotidiens de votre entreprise et fournit aux employés des informations sur les clients spécifiques à leur rôle. Ils disposent ainsi des informations opportunes et des données pertinentes dont ils ont besoin pour s'engager efficacement auprès des clients et influencer positivement leur expérience.



Infrastructure d'entreprise

Une plateforme CX agile et évolutive est primordiale

Si votre plateforme actuelle est à la traîne et ne peut pas répondre aux exigences de votre entreprise, cela peut être préjudiciable à l'organisation. Un manque d'évolutivité de la plateforme a souvent un impact négatif sur l'adoption et l'engagement des utilisateurs, ce qui empêche le CX et l'EX de la marque de se développer à son plein potentiel.



Expérience unifiée

L'expérience unifiée et les données prévalent

Les plateformes CX les plus efficaces permettent aux marques de comprendre facilement toutes les expériences des clients sur tous les canaux et points de contact de la marque, avec la possibilité de prioriser et d'agir sur les informations et les données les plus significatives.



Programme axé sur le client

Être axé sur le client, et non sur l'enquête

Il ne s'agit pas seulement d'un retour d'enquête. Les marques doivent être en mesure de collecter, d'analyser et d'exploiter les données omnicanales de tous les clients, même ceux qui ne communiquent pas leur feedback. Ces données puissantes sont essentielles pour améliorer l'expérience globale des clients à grande échelle, favoriser l'engagement et la fidélisation.



Innovations en matière d'IA et de flux de travail intégrés

Passez à la vitesse supérieure avec la bonne technologie

Le bon partenaire de plateforme peut rendre le déploiement d'une technologie de pointe telle que l'IA générative sans effort pour votre marque. En retour, cela fera passer vos programmes CX et EX au niveau supérieur, ce qui permettra à votre organisation de prospérer sur un marché concurrentiel et en constante évolution.



EX connectée

Créer une approche centrée sur le client de l'intérieur

Le succès d'une entreprise dépend de la solidité de ses employés. Pour y parvenir, les entreprises doivent créer un environnement dans lequel les employés peuvent être plus efficaces, motivés et inspirés dans leur rôle - et leur fournir les bons outils pour qu'ils accomplissent le meilleur travail possible.

Regard approfondi : Les six attributs fondamentaux pour des programmes d'expérience efficaces

Architecture basée sur les rôles

En termes simples, l'architecture basée sur les rôles garantit que votre plateforme CX fournit des données aux bonnes personnes, de la bonne manière et à chaque fois. Les données sont accessibles et partagées avec vos employés de manière à ce qu'ils puissent agir, en fonction de leur rôle. Ils ont ainsi un accès facile et immédiat aux informations dont ils ont besoin pour influencer positivement l'expérience des clients dans l'instant.

La capacité de votre marque à suivre la fluidité des talents au sein de l'organisation est tout aussi importante, en ce qui concerne les employés qui occupent de nouvelles fonctions, changent d'équipe ou quittent l'entreprise. Votre plateforme CX actuelle est-elle capable de refléter ces mouvements au quotidien ? Si ce n'est pas le cas, la confiance des employés, et leur utilisation quotidienne des données clients, diminuera.

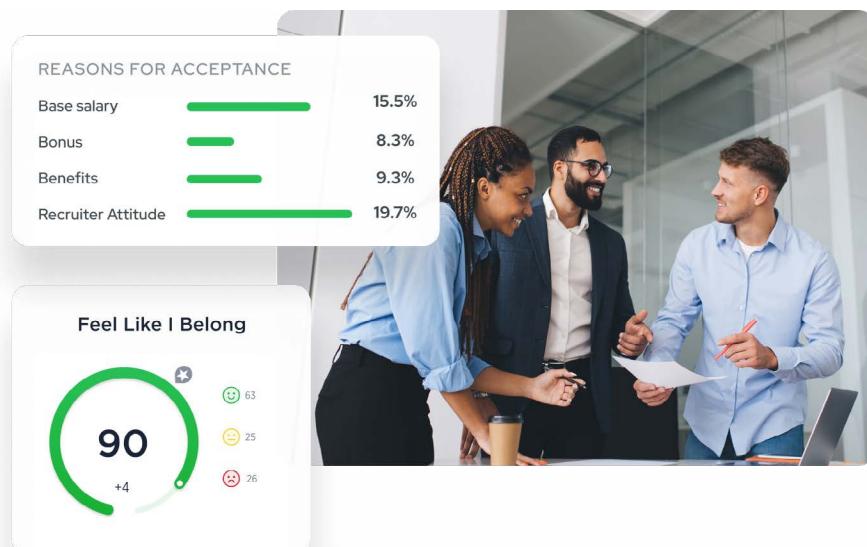
“

Les leaders CX sont 3,5 fois plus susceptibles de dire que leurs employés utilisent les données CX pour soutenir leur prise de décision quotidienne”

3,5x 

Demandez-vous :

- Vos employés ont-ils facilement accès aux données clients basées sur les rôles dont ils ont besoin pour faire la différence en temps réel ?
- Quel est le pourcentage de vos employés qui utilisent votre plateforme CX actuelle ?
- Quelle est l'efficacité de votre processus actuel pour garantir le déploiement de l'architecture basée sur les rôles, est-il manuel ou nécessite-t-il une validation ?



Infrastructure d'entreprise

Imaginez une voiture de sport haut de gamme équipée d'un moteur V4 : elle est capable de tant de choses, mais n'a pas la puissance nécessaire pour fonctionner. Et combien de corrections ou d'ajouts sont nécessaires pour qu'elle fonctionne de manière optimale ? Il en va de même pour les plateformes CX. Il est primordial d'en utiliser une dotée d'une infrastructure conçue pour une entreprise. Il est essentiel de pouvoir traiter des millions d'enregistrements de clients sans dégradation des performances et/ou problèmes d'évolutivité.

Demandez-vous :

- Combien de mises en œuvre complexes à l'échelle de l'entreprise votre plateforme actuelle a-t-elle réalisées, et depuis combien de temps est-elle cliente ?
- Votre programme CX actuel peut-il traiter de manière transparente des millions d'enregistrements sans dégradation des performances ?

Développez la puissance Medallia

Medallia a été conçue pour s'adapter à l'échelle et à la complexité des entreprises. À titre d'exemple : Medallia compte plus de **200.000** utilisateurs d'analyse de texte (TA) sur plus de **1.000** comptes, avec **3,73 millions** de rapports TA consultés et plus de **7,5 millions** d'alertes générées chaque mois. Le moteur de Medallia supporte des centaines de millions d'enregistrements et des requêtes complexes sans dégradation des performances. Temps de chargement ? Moins de 0,1 seconde.

Aperçu de l'expérience unifiée

Il est essentiel d'avoir une compréhension globale de l'expérience de vos clients sur tous les canaux et points de contact. La capacité à capturer et à analyser ces signaux omnicanaux, à détecter et à hiérarchiser les enseignements les plus importants, puis à importer et à exporter ces données est un élément clé de différenciation. Tout cela dépend de l'intégrité des données historiques, ce qui donne à votre marque l'avantage stratégique de mesurer l'évolution de la satisfaction des clients au fil du temps. Des données déconnectées, en revanche, peuvent donner une vision inexacte et biaisée du CX.

Demandez-vous :

- Combien de signaux pouvez-vous actuellement intégrer de manière native dans votre plateforme CX actuelle ? Est-il facile d'importer et d'exporter les données des signaux ?
- Disposez-vous d'une plateforme "tout-en-un" capable de capturer vos signaux les plus précieux et d'accroître votre capacité de capture de signaux ?
- Votre plateforme est-elle capable de gérer l'ampleur de vos données tout en générant une analyse rapide et précise ?



Comment s'est passée votre expérience ?

Très bonne

88



Programme axé sur le client

Vos clients sont essentiels au succès de votre marque. Ils peuvent faire progresser votre entreprise ou avoir un impact négatif sur vos résultats. C'est pourquoi les marques les plus avisées comprennent l'importance de recueillir des données sur l'expérience client à partir de chaque interaction. Il ne s'agit pas seulement d'un feedback et d'enquêtes, mais d'un programme axé sur le client qui s'appuie sur une compréhension globale et transcanal de ce qui compte le plus pour chaque client. Cette compréhension approfondie du client doit englober l'ensemble de l'écosystème de votre marque, y compris les centres d'appels, les canaux numériques, la messagerie instantanée et le feedback vidéo.

En outre, les marques intelligentes comprennent l'importance d'écouter, de capturer et d'agir en fonction du feedback et des idées de leurs employés. Ces informations inestimables permettent d'aborder les points de friction et les détracteurs de la CX, ainsi que d'identifier de nouvelles façons d'améliorer la CX.

Le pouvoir de personnaliser

Medallia est une solution d'expérience complète qui capture, analyse et intègre des informations sur l'expérience à travers tous les points de contact et canaux. Ce riche ensemble de données va au-delà des données d'enquête traditionnelles et réactives pour améliorer les expériences omnicanales dans l'instant. En outre, la capacité à personnaliser et à orchestrer les expériences est plus importante que jamais, car les clients attendent et répondent de plus en plus à ce type d'engagement proactif et individualisé.



Demandez-vous :

- Votre plateforme CX actuelle vous permet-elle d'avoir une compréhension complète, précise et non silencieuse de l'interaction de chaque client avec votre marque ?
- Est-elle conçue pour l'ensemble de vos clients ou privilège-t-elle ceux qui répondent régulièrement à des enquêtes ou qui échangent fréquemment sur des sites sociaux et d'évaluation ?
- Avec votre plateforme actuelle, pouvez-vous exploiter les données clients pour personnaliser l'expérience de vos clients (quel que soit le canal) ?

Les investissements des entreprises dans l'amélioration de la qualité de la relation client se sont traduits par :



25 %

en moyenne
d'augmentation de la
rentabilité



24 %

en moyenne
d'amélioration de la
rétenion/fidélisation



24 %

en moyenne
d'augmentation des
dépenses des clients

<https://www.medallia.com/wp-content/uploads/pdf/IDC%23EUR150599523+-+Medallia+infographic+Final.pdf>

IA innovante et flux de travail intégrés

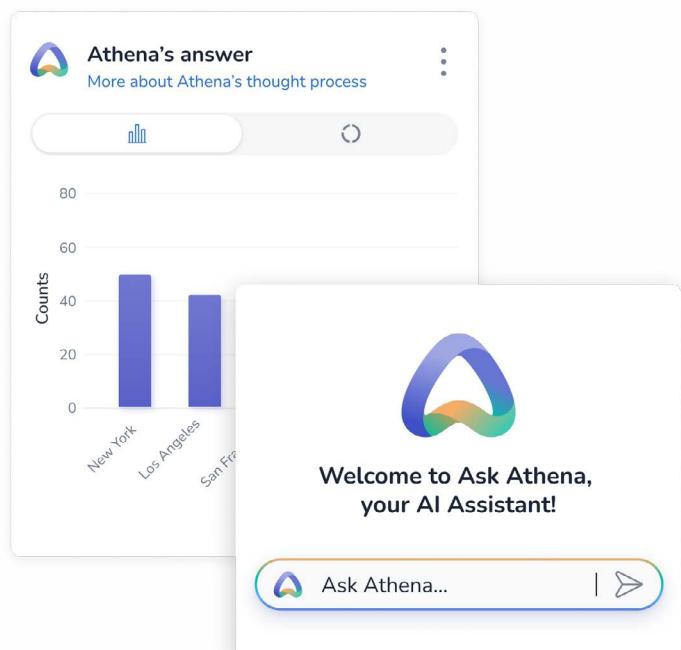
Lorsqu'elle est intentionnellement intégrée, l'IA de nouvelle génération augmentera les flux de travail humains pour prioriser le travail et atteindre les objectifs plus rapidement. Pour que votre marque en bénéficie pleinement, les connaissances en matière d'IA doivent être accessibles, éthiques et pertinentes pour tous les employés. Les nouveaux développements tels que l'IA générative peuvent aider de manière experte les employés à prioriser le travail significatif par rapport aux tâches répétitives afin de répondre plus rapidement ou d'agir de manière agile, tout en utilisant les données pour détecter et révéler les tendances CX et EX nouvelles ou émergentes qui ont un impact sur votre entreprise.

Demandez-vous :

- Votre plateforme CX actuelle peut-elle intégrer une IA éthique dans chaque flux de travail ?
- Combien de vos flux de travail actuels utilisent l'IA pour avoir un impact positif sur l'efficacité des employés et l'efficacité opérationnelle ?
- Dans quelle mesure est-il facile pour vos employés (sur le terrain et C-suite) d'accéder, de comprendre et d'utiliser les informations de l'IA dans leur travail quotidien ?
- Votre plateforme actuelle utilise-t-elle des algorithmes sophistiqués pour mettre en évidence de nouvelles tendances CX dans vos données à l'aide d'une analyse des causes profondes ?

Optimisez votre centre d'appels

Imaginez que vous puissiez déclencher un tiercé d'IA, de machine learning et d'automatisation. Prenons l'exemple d'un centre d'appels. La technologie native de conversion de la parole en texte de Medallia, d'une grande précision (plus de 90 %), peut transcrire chaque mot de chaque appel et noter automatiquement 100 % des interactions agent-client. Ces données puissantes, sous forme d'informations en temps réel, de transparence et de coaching personnalisé, peuvent être partagées avec vos équipes de première ligne afin de renforcer leur efficacité para reforzar su efectividad.



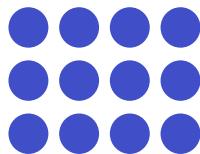
EX connectée

Si l'expérience des clients et des employés est une priorité pour votre organisation, il devrait en être de même pour la connexion de leurs plateformes. En donnant aux employés des informations pertinentes et opportunes sur les clients, en automatisant plus intelligemment les tâches de routine et en leur permettant de partager leur feedback et leurs idées, vous les rendrez plus efficaces, plus motivés et plus inspirés dans leur rôle, une situation où tout le monde est gagnant. Lorsque la CX et l'EX sont connectées au sein d'une même plateforme, cela crée un lien transparent entre les informations et l'action, tout en vous permettant de mesurer les résultats tels que la fidélité des clients et le chiffre d'affaires, suite à l'application d'une solution d'employé à un problème de client.

“

Les leaders de l'expérience employé sont 12 fois plus susceptibles que les retardataires d'indiquer que leur chiffre d'affaires a augmenté de plus de 20 % au cours de l'année écoulée”

12x



Demandez-vous :

- Comment attribuez-vous le retour sur investissement (ROI) à l'impact de l'EX et de la CX ?
- Êtes-vous en mesure de mesurer la réussite de vos employés en termes de fidélité, de rétention et de revenus ?
- Permettez-vous à vos employés de partager leurs feedbacks et leurs idées pour améliorer l'expérience client ?

Conclusion

Les marques qui réussissent comprennent l'importance d'avoir une plateforme d'expérience complète qui évolue avec leur entreprise, répond aux besoins et préférences changeants des clients et déploie un mélange stratégique de technologies évolutives et transformatrices. Avec la bonne plateforme, les marques peuvent suivre, automatiser, améliorer et personnaliser en permanence chaque expérience client, sur tous les canaux et points de contact. Elle fait également progresser les entreprises en leur permettant d'anticiper avec succès les besoins des clients et de s'améliorer en permanence.

En effet, les clients de Medallia obtiennent en moyenne les résultats suivants :



<https://www.medallia.com/wp-content/uploads/pdf/IDC%23EUR150599523+-+Medallia+infographic+Final.pdf>

Évaluez l'efficacité de votre plateforme CX actuelle dès aujourd'hui et découvrez la différence Medallia.

[En savoir plus](#)



À propos de Medallia

Medallia est le pionnier et le leader du marché de l'expérience client, employé, citoyen et patient. Depuis plus de 20 ans, nous sommes allés bien au-delà du simple feedback et des enquêtes pour capturer des milliards de signaux d'expérience, à travers toutes les interactions avec les clients et les employés, et donner aux marques les outils pour agir sur ce qui est le plus important et qui a le plus d'impact. Notre différence vient de notre longue expérience de l'intégration fructueuse de la composante "humaine" de la CX avec une technologie de pointe comme l'IA et l'orchestration de l'expérience qui permet aux organisations de prospérer de l'intérieur vers l'extérieur. www.medallia.com/fr.

Síguenos: [in medallia](#) [blog.medallia.com](#) [@Medallia](#)