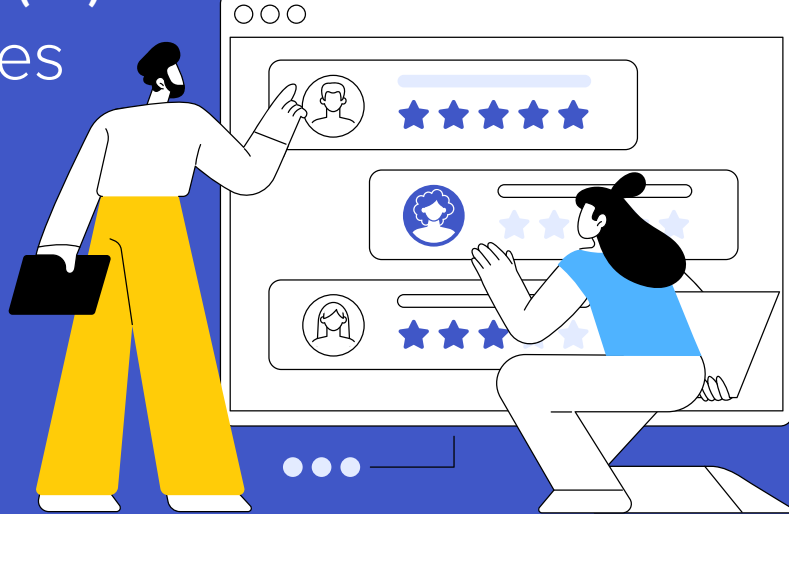
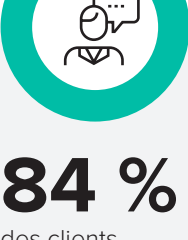


## Orchestration de l'expérience client (CX) :

Ce que les responsables d'expérience client doivent savoir sur l'orchestration de l'expérience

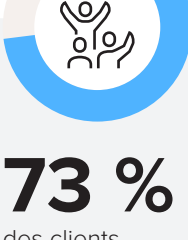


## Des attentes accrues des clients signifient que les marques doivent mettre en œuvre des expériences orchestrées



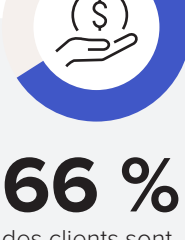
**84 %**

des clients pensent que des expériences personnalisées comptent autant que les produits/services d'une marque.



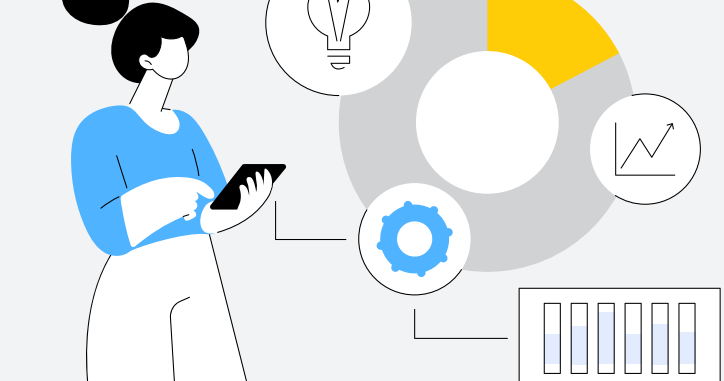
**73 %**

des clients attendent des marques qu'elles comprennent leurs besoins et leurs attentes.



**66 %**

des clients sont prêts à payer davantage pour une expérience exceptionnelle.



Les entreprises n'ont jamais déteu autant de données sur leurs clients : des données générées par les interactions nombreuses et diverses entre les clients et une marque, en ligne et hors ligne, des données collectées sur des produits connectés et des services digitalisés, des conversations capturées lorsque les clients échangent avec une marque et des conversations qu'ils tiennent à propos d'une marque, par exemple sur les réseaux sociaux. Tous ces éléments génèrent des signaux sur le comportement et l'intention des clients, sans oublier le contexte, fournissant ainsi une multitude de données clients.

Mais trop souvent, les entreprises ne parviennent pas à en tirer parti : les données clients ne permettent pas la compréhension des clients. Les entreprises souffrent de déconnexions (données déconnectées, systèmes déconnectés et structures internes déconnectées) qui les empêchent de passer des données à la compréhension, puis aux expériences.

Ce qui est en contradiction avec les attentes des clients. Avec toutes les informations que les marques ont accumulées à leur sujet, les clients s'attendent à ce qu'elles aient acquis une compréhension de leurs besoins et qu'elles développent des produits, des services et des expériences en réponse à leurs objectifs et besoins, voire qu'elles les anticipent.

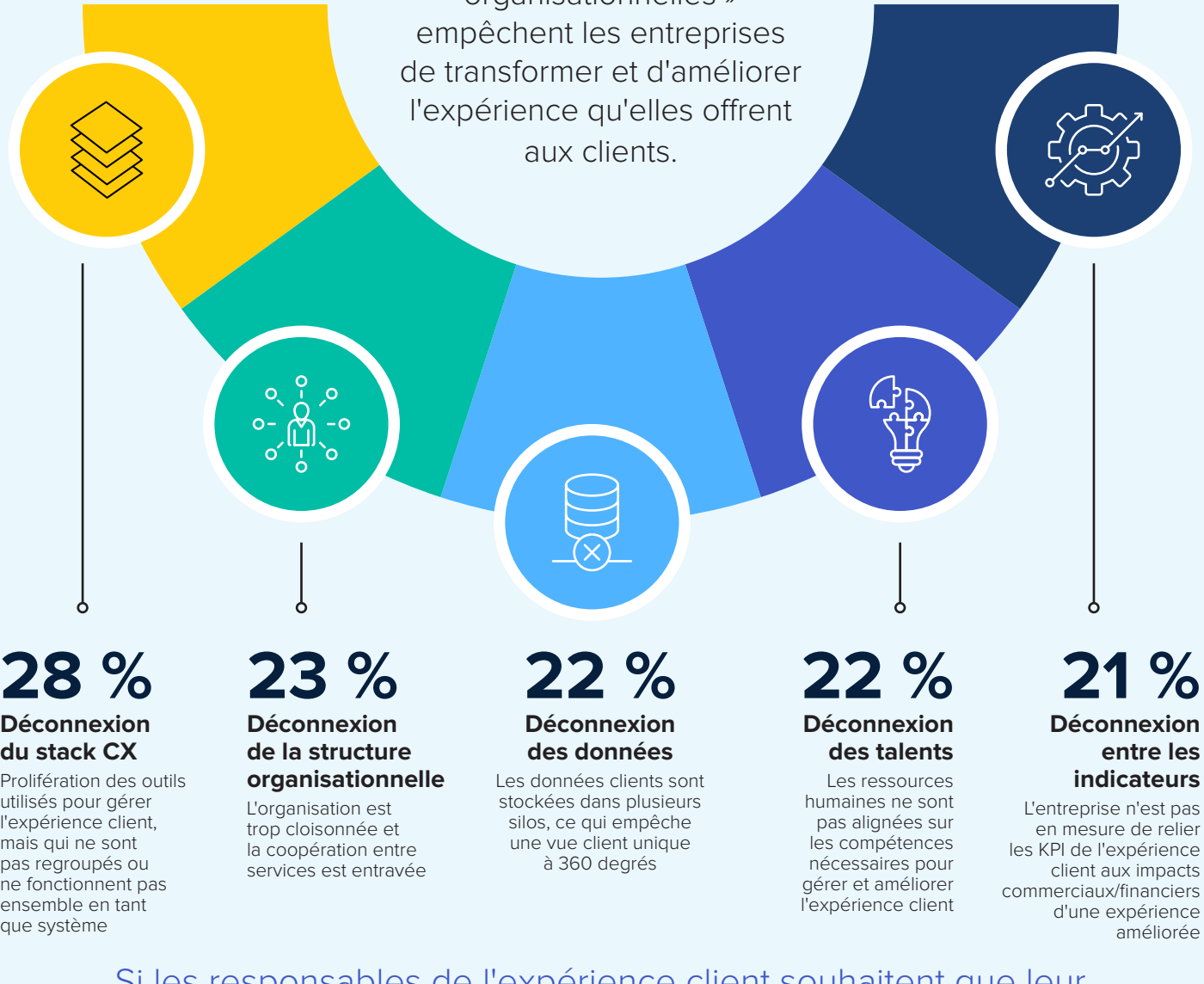
Les entreprises doivent combler cette lacune, surmonter ces obstacles et s'armer de toutes les technologies et capacités appropriées pour assurer des expériences orchestrées.

Source : IDC, The Future of Customers and Consumers: Using Applied Intelligence to Understand the Customer (IDC #US4719521, février 2021)

## Organisations déconnectées, systèmes déconnectés

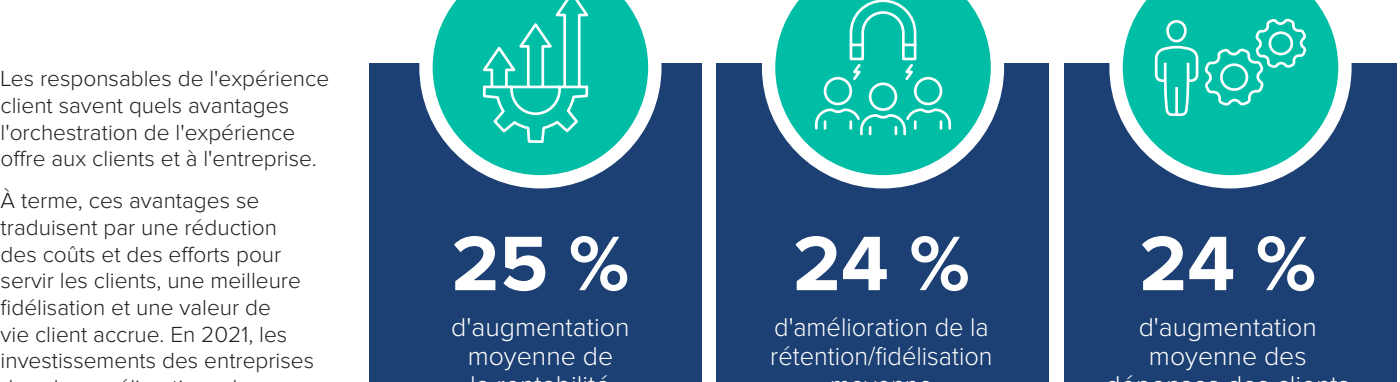
### DÉCONNEXIONS ORGANISATIONNELLES

Selon une étude d'IDC, plusieurs « déconnexions organisationnelles » empêchent les entreprises de transformer et d'améliorer l'expérience qu'elles offrent aux clients.



Si les responsables de l'expérience client souhaitent que leur entreprise maîtrise l'orchestration de l'expérience, ils doivent se charger de rétablir ces connexions organisationnelles rompues.

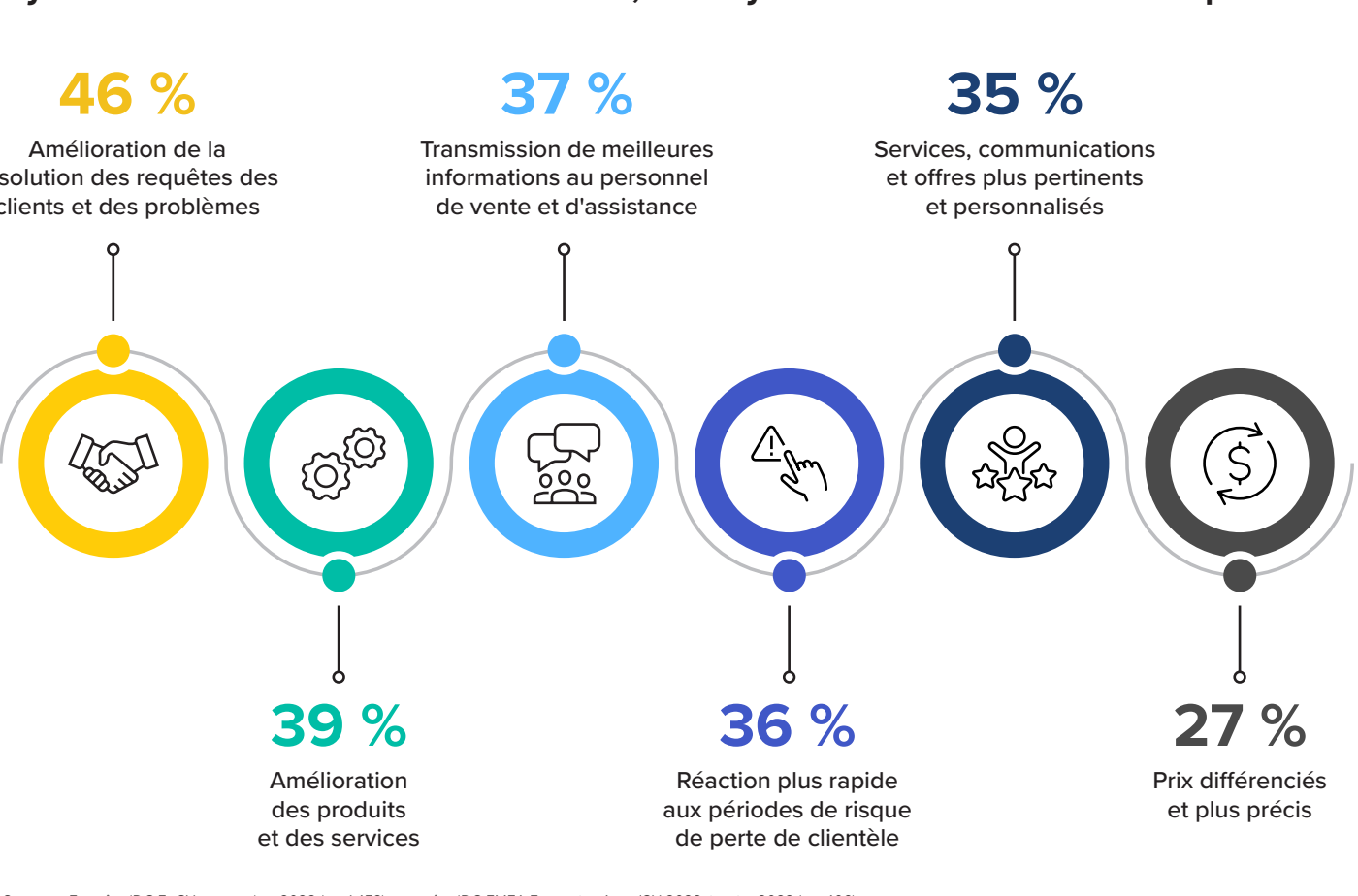
## L'orchestration en action conduit à des résultats commerciaux tangibles



Les responsables de l'expérience client savent quels avantages l'orchestration de l'expérience offre aux clients et à l'entreprise.

À terme, ces avantages se traduisent par une réduction des coûts et des efforts pour servir les clients, une meilleure fidélisation et une valeur de vie client accrue. En 2021, les investissements des entreprises dans les améliorations de l'expérience client ont entraîné :

### Principaux avantages pour les clients et les entreprises de la mise en œuvre d'un système de consolidation des données, d'analyse et d'orchestration de l'expérience



Sources : Enquête IDC FoCX, septembre 2022 (n = 1,453) ; enquête IDC EMEA Enterprise Apps/CX 2022, janvier 2023 (n = 406)

## Quels sont les composants essentiels d'un système d'orchestration de l'expérience ?

IDC a identifié quatre composants nécessaires à la mise en œuvre de l'orchestration de l'expérience. Ces composants doivent être pleinement intégrés et fonctionner comme un système interconnecté.



Une orchestration de l'expérience bien menée doit être :



## Équiper votre entreprise pour l'orchestration de l'expérience

Quelles mesures les entreprises doivent-elles prendre pour se préparer à l'orchestration de l'expérience ?



Avez-vous besoin d'aide pour visualiser comment les clients interagissent avec l'écosystème d'expérience de votre marque ?

Souhaitez-vous tirer parti d'informations du programme d'expérience client pour guider des expériences personnalisées sans canal ?

Pour en savoir plus :

<https://www.medallia.com/products/experience-orchestration/>

