

AMELIORER LE SERVICE CLIENT

Beaucoup d'entrepreneurs mettent tant d'efforts dans la création de nouveaux produits ou services et dans l'obtention de nouveaux clients qu'ils oublient souvent la nécessité de conserver les clients après l'achat du produit ou du service.

La qualité du support client (assistance client) est un élément important pour la fidélisation des clients, particulièrement si les revenus sont issus de clients récurrents.

Peu importe le nombre de fois que l'entrepreneur va améliorer son produit ou service pour le rendre encore plus facile à utiliser, à la fin il y aura toujours une personne qui demandera de l'aide.

Etudions quelques pistes pour renforcer le support client :

Créer une politique de Service client

Beaucoup de sociétés, particulièrement les sociétés "online", n'ont pas de politique de support client. Même si un entrepreneur individuel dirige son service client seul, avoir une politique de service client oblige l'entrepreneur à prendre des décisions concernant la façon de traiter les requêtes des clients et à donner une idée aux clients de ce qu'ils peuvent attendre du support client.

Si l'entreprise souhaite gérer le service client avec un nombre de collaborateurs restreint alors la mise en place d'une politique de support client est extrêmement importante pour s'assurer que les clients reçoivent une assistance/support de qualité.

Les éléments à prendre en compte :

- Les horaires du support client
- La politique d'annonces (téléphonique, de présentation,...)
- Le niveau d'assistance/support : A quel moment le client nécessite d'être transféré vers un collaborateur plus expérimenté ou plus technique ?
- Quelle est la politique de confidentialité ?
- Quelle est la politique concernant les retours, les annulations, ... ?
- Les temps de réponses attendus : nombre de sonneries, nombre d'heures ou jours pour répondre à un email, ...
- Comment les réclamations sont traitées et résolues ?

Une fois créée, il faut adhérer à cette politique. Par exemple, si le support client répond aux demandes entre 9h00 et 18h00, souvenez-vous que si vous répondez à une demande (qui n'est pas une urgence) à 20h00, outre le fait que le client soit content de votre disponibilité à répondre à sa demande, cela lui a surtout démontré que vous répondez en dehors des horaires prévus. Le résultat sera que votre client sera déçu si à l'avenir vous ne répondez pas à sa demande en dehors des horaires prévus.

N'offrez pas une assistance 24h/24 7j/7 si vous ne pouvez pas l'assurer. Offrir un service 7/7 24/24, spécialement pour les compagnies "online", implique qu'une personne soit tout le temps disponible pour répondre aux demandes.

Une autre raison d'adhérer à la politique mise en place est que votre temps peut être utilisé pour des tâches qui requièrent votre attention.

Assurez-vous que vos collaborateurs soient familiarisés avec cette politique. Prenez le temps de former vos collaborateurs et portez une attention spéciale lors de leur embauche.

Votre équipe de vente et les représentants de votre support client sont les deux éléments dont vos clients potentiels se souviennent le plus. Souvenez-vous de vos propres expériences. Si vous avez eu une mauvaise expérience avec un support client qui a mis trop de temps pour vous répondre (ou qui n'a pas correctement répondu à votre question), est-ce que ces expériences ont renforcé ou diminué votre désir d'utiliser ce produit ou service ?

Assurez-vous que vos collaborateurs ont clairement compris vos attentes et qu'ils sont libres de vous contacter s'ils ont des questions.

Le coin auto-assistance ("Do it yourself")

Dépendant de votre secteur d'activité, les clients peuvent facilement trouver une solution à leur question ou problème. N'avez-vous jamais utilisé le service "auto-scan" dans une grande surface parce que c'était plus rapide ? L'idée est la même pour l'assistance client.

La mise en place d'un FAQ (Facts and Questions), permet aux clients de trouver des réponses aux questions les plus fréquentes. Vous pouvez aussi mettre des vidéos explicatives (comment utiliser tel ou tel produit ou service qui sont souvent plus efficaces qu'une personne qui essaye de vous expliquer, par téléphone ou email, comment faire. Et plutôt que de faire une longue vidéo coupez la en plusieurs parties facilitant le focus du client sur un point bien précis.

Faire en sorte que le support client soit visible par les clients potentiels est une bonne chose. Si vous souhaitez limiter l'accès à vos seuls clients, les forums sont un bon moyen d'y arriver. Tout le monde peut voir les questions, les réponses et les temps de réponses mais seuls les clients peuvent voir les discussions et les réponses en cours. En donnant accès à ces informations au public cela peut rassurer les clients potentiels sur le fait que s'ils rencontrent un problème, les ressources pour les aider existent.

ASTUCE : Si vous mettez à jour ou améliorer votre produit ou service, ayez un endroit (page Internet) où vos clients peuvent voir rapidement les améliorations. Les mises à jour ou améliorations aident aussi à accroître la confiance dans l'entreprise et montrent un engagement à maintenir la qualité du produit ou du service.

Contacts faciles



CONTACT INFORMATION
Three Quick and Easy Solutions - We're Here to Help You!

- Call the Zappos Customer Loyalty Team:**
We are here for you 24 hours a day - 365 days a year.
1-800-927-7671
- Email the Zappos Customer Loyalty Team:**
We look forward to helping you with your inquiry. We respond to email messages in the order that they are received, and we will respond to your email as quickly as possible. Email the Zappos Customer Loyalty Team
- Connect With Live Help:**
Ask your question right now with a member of the Zappos Customer Loyalty Team.
Go Ahead - Start a Conversation With Us!

Para hablar con un representante en español por favor llame al 1-888-927-4104 o 702-943-7688.
Haga clic aquí para preguntas frecuentes en español

Exemple (en anglais et espagnol) d'une note d'information de contacts valable pour un site Web ou pour une notice d'utilisation du produit

Rendez le contact facile pour vos clients. Dépendant du secteur, cela signifie utiliser le téléphone, le email, les médias sociaux, etc. Gardez à l'esprit que plus le produit ou le service est cher, plus les clients potentiels souhaiteront des moyens de contacts supplémentaires.

Ne pensez pas qu'une compagnie "online" peut prospérer sans de contact téléphone. Est-ce que vos concurrents ont une assistance téléphonique ? Si oui, en quoi votre assistance offre une plus value à des clients potentiels qui hésitent entre un concurrent et vous ? Si vos concurrents n'offrent pas d'assistance téléphonique, cela peut être un atout marketing pour attirer plus de clients.

La fidélisation des clients est extrêmement importante. Une baisse de la fidélisation diminue les profits. Les entreprises qui ont un fort taux de fidélisation progressent plus vite.

Les entrepreneurs souvent ne voient pas la réalité : la seule façon de garder un client est d'avoir un produit ou service (et tout ce qui va avec) tellement bon que les clients hésitent voir résistent face à la concurrence.

Cela signifie que les clients doivent adorer (être des fans) votre produit ou service, pas être simplement contents Prenez vos propres décisions d'achats. Quand vous êtes simplement content, vous êtes ouvert à de nouvelles propositions. Comme vous, beaucoup de clients ne restent pas quand ils se sentent frustrés.

(Source : www.returnonbehavior.com)