

Le résultat final de votre compagnie est corrélé à la satisfaction de vos clients

Ce qui paraît une évidence a été démontré.

Les chercheurs ont découvert que la valeur d'une entreprise est affectée par la qualité de son service clientèle qu'il soit délocalisé/externalisé on shore (dans le pays) ou off shore (à l'étranger).

Si le degré de satisfaction du service clientèle, comme déterminé par l'American Consumer Satisfaction Index (ACSI) créé par le National Research Center à l'Université de Michigan, est sur le déclin, il en est de même de la valeur de la compagnie.

Les chercheurs ont mesuré, entre 1998 et 2006, les conséquences de l'externalisation du service client de 150 compagnies nord américaines. Toutes les compagnies, qui avaient délocalisé leur service client, ont enregistré un déclin dans les résultats ACSI. Ce qui est intéressant c'est que le déclin était identique, que l'externalisation du service client fut on shore ou off shore.

Les données historiques suggèrent que les résultats ACSI et les actions (bourse) des compagnies ont tendance à suivre les mêmes tendances. Durant cette étude, les baisses étaient de 1% à 5%, basées sur le secteur d'activité de chaque société.

Lorsque les sociétés externalisent leur service client, elles élargissent l'espace entre le business et les clients. De nos jours les clients sont assez intuitifs. Ils ne se gênent nullement de demander où est localisé le service client, spécialement lorsque le représentant du service client ne s'exprime pas couramment dans la langue nationale.

Cette étude renforce réellement les données précédentes concernant le service client, à savoir que construire la loyauté client est critique pour le succès organisationnel. Avec des entreprises perdant, en moyenne, 10% de ses clients annuellement et sachant que l'acquisition de nouveaux clients coûtant 5 à 6 fois plus que de garder les existants, les entreprises doivent créer des plans d'action pour avoir un service client exceptionnel qui développera la loyauté client et engendrera des achats additionnels (cross selling).

Astuces de coaching du service client

- Interrogez vos clients et demandez-leur quel niveau de satisfaction leur procure votre service clientèle ? Cette satisfaction dépend bien entendu de leurs propres attentes, pas des vôtres !
- Demandez-leur ensuite, si s'était à refaire, commanderait-il à nouveau le produit (ou le service) de votre entreprise ? (...et si non : pourquoi ?)
- Et finalement demandez-leur quand ils ont recommandé la dernière fois votre entreprise à quelqu'un ? (...et si non : que devriez-vous faire pour qu'il vous recommande ?)

Ces quelques questions simples vous aideront à construire un plan d'action garantissant un service performant qui améliorera sans aucun doute vos relations clients.

(Sources : www.returnonbehavior.com – www.theacsi.org)