



# The New CX Mandate

Visions et prédictions de 1 500  
responsables de service client

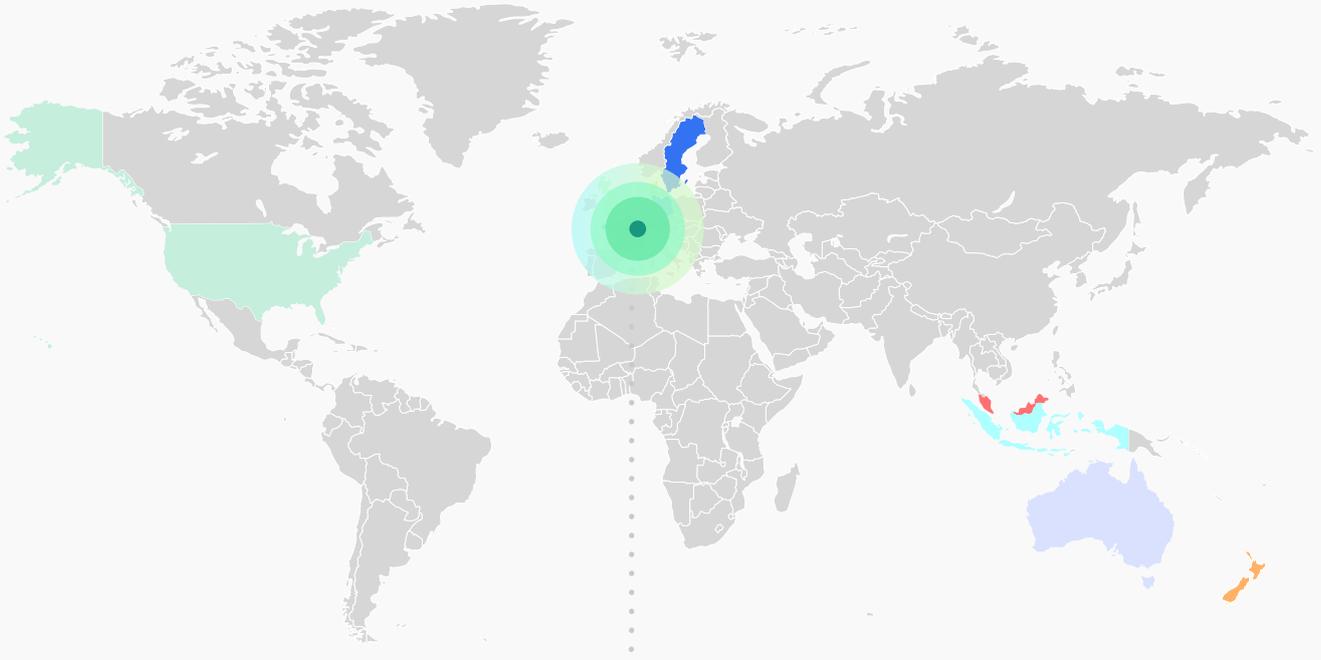
ENQUÊTE 2020



EU EDITION

# Démographie

4 pays. 600 réponses.



## 600 EXPERTS

 **France**  
200 Experts

 **Netherland**  
100 Experts

 **Sweden**  
100 Experts

 **Germany**  
200 Experts

 **United States**  
300 Experts

 **United Kingdom**  
200 Experts

 **Malaysia**  
100 Experts

 **Australia**  
140 Experts

 **Singapore**  
100 Experts

 **New Zealand**  
60 Experts



# État du service client en 2020

01

## Les attentes des clients ont augmenté pendant la crise

61 % des directeurs de service client de l'UE ont déclaré avoir enregistré une augmentation globale du volume de contacts depuis février 2020.

Les clients se tournent de plus en plus vers les canaux numériques pour contacter les entreprises. **Le service client sans contact est devenu essentiel pour retenir les clients et réduire le taux d'attrition croissant.**

[EXPLORER →](#)

## Heureusement, les budgets augmentent également

55 % des responsables de service client de l'UE ont enregistré une augmentation des budgets par rapport à 2019.

Les responsables de service client se tournent vers la technologie pour stimuler la productivité et la performance. Les investissements dans le chat et la messagerie, les chatbots dotés d'IA et l'automatisation, et le libre-service ont considérablement augmenté cette année.

[EXPLORER →](#)

02

03

## L'agilité sera la clé de l'expérience client en 2021

65 % des responsables de service client de l'UE s'attendent à ce que le télétravail devienne la norme à l'avenir. Plus de 57 % des experts s'attendent à ce que l'augmentation des volumes des centres de contact se poursuive en 2021, malgré la réouverture des magasins physiques.

Les responsables de service client doivent permettre à leurs équipes d'être agiles et de travailler n'importe où. Pour progresser, il est essentiel de mettre en place une technologie adaptée au travail à distance.

[EXPLORER →](#)



# Gérer les attentes des clients

---



# Les clients sont de plus en plus exigeants.

## UE

? Comment les domaines du service client suivants ont-ils évolué depuis février 2020 ?

Attentes des clients



Empathie des clients



Attrition



Augmentation

Pas de changement

Diminution

N.B. : Les pourcentages sont arrondis à l'entier le plus proche

## 57 % des chefs de service client de l'UE ont enregistré une augmentation des attentes des clients depuis février 2020.

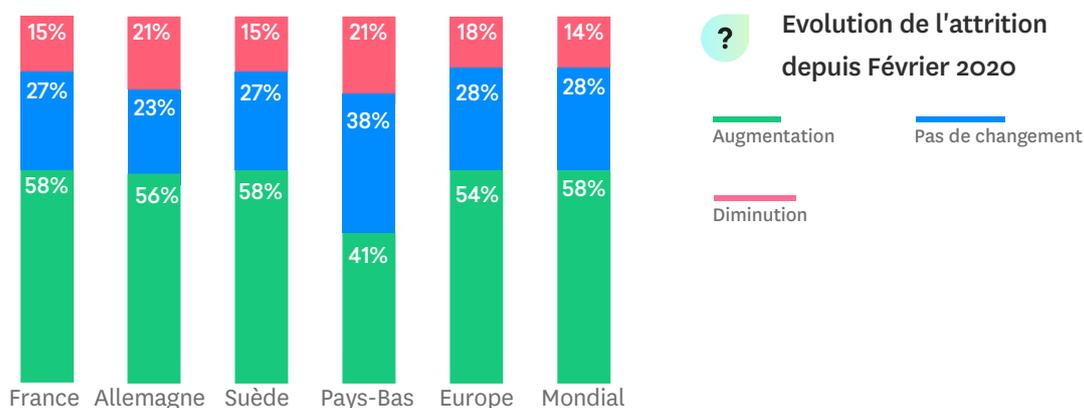
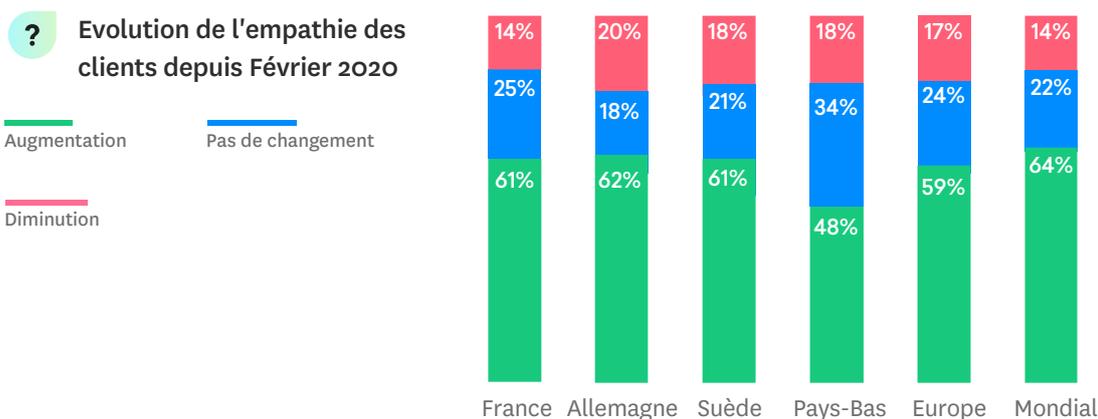
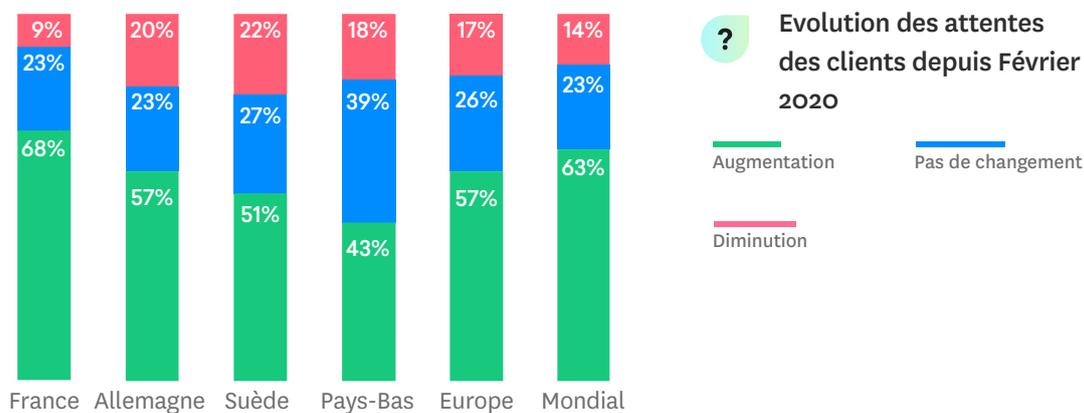
Les clients d'aujourd'hui sont anxieux, ils ont peur de sortir trop souvent et évitent les endroits trop fréquentés. À l'ère de la distanciation sociale, la plupart des clients optent pour les canaux numériques pour communiquer avec les entreprises.

Les clients veulent savoir d'où viennent leurs produits, comment ils sont acheminés jusqu'à eux et quels sont les risques éventuels lorsqu'ils font des achats auprès de votre entreprise. Par-dessus tout, ils veulent la possibilité d'un « service sans contact ».

Une entreprise incapable de répondre à leurs attentes est rapidement abandonnée au profit d'un concurrent. **54% des dirigeants interrogés ont constaté une augmentation de l'attrition depuis Février 2020.**



## Aperçu par région : comment les domaines du service client suivants ont-ils évolué depuis février 2020 ?



## Expert expérience client et auteur à succès

---

« L'un de mes principes quand tout va bien, et quand tout va mal, c'est "d'aider même quand c'est impossible". En d'autres termes, qu'un problème puisse ou non être complètement résolu, essayez d'être utiles à votre client afin de répondre à ses besoins en de façon humaine. Dans la période de crise actuelle, il n'y a jamais eu autant d'opportunités d'appliquer cette philosophie à chaque appel, message ou e-mail reçu ou envoyé. »



Micah Solomon



Anika Tannebaum

## Experte de la présence numérique et experte des services

---

« Un bon service client, c'est ce qui fait toute la différence aujourd'hui et vous permet de vous distinguer de vos concurrents. Les gens traiteront vos clients de la manière dont vous les traitez. Investir dans la culture du leadership, c'est ce qui compte le plus pour pouvoir proposer des moments WOW et faire de vos clients des fans. »



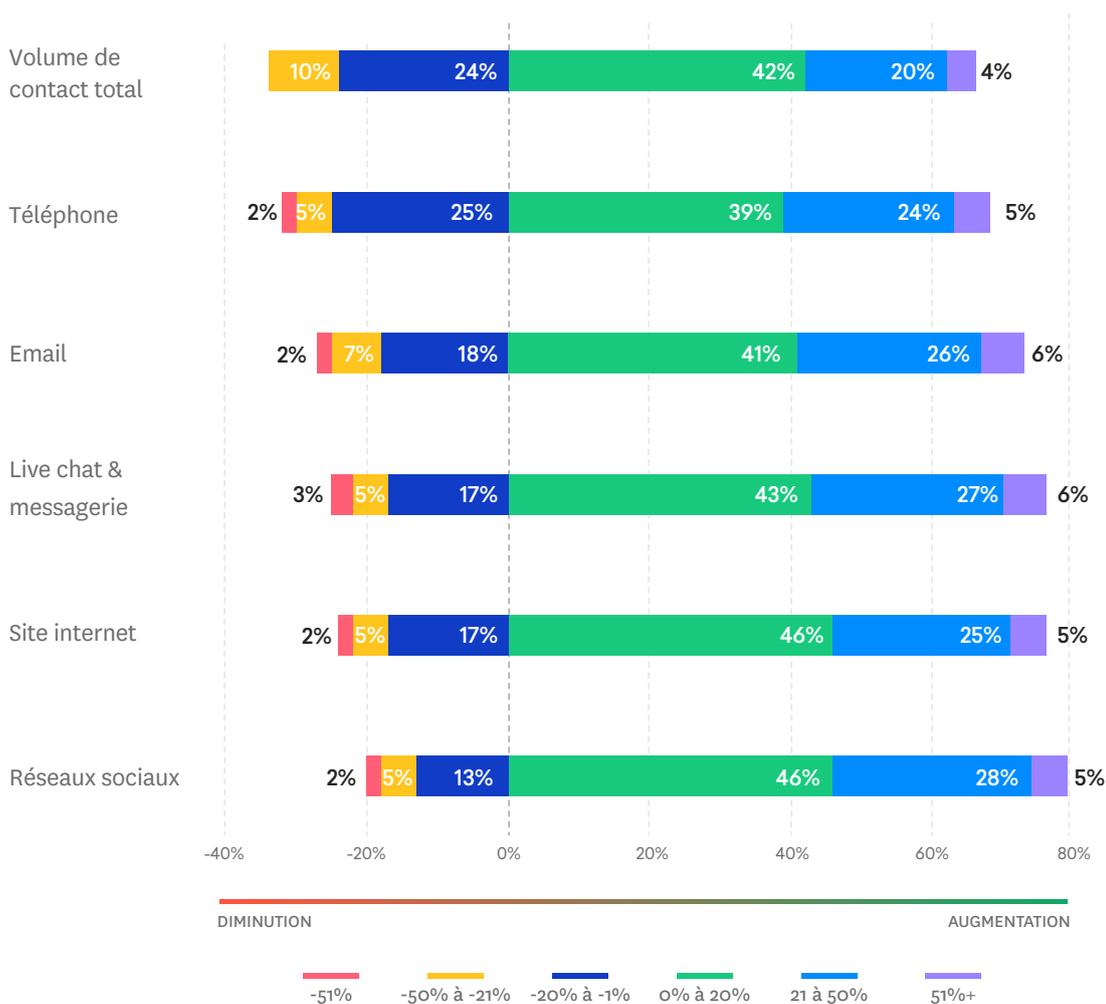
## Les volumes de contact client ont également augmenté.

Le fait que de plus en plus de clients restent chez eux a modifié le mélange des canaux d'assistance. Le trafic en magasin s'est reporté sur les canaux numériques et téléphoniques et les centres de contact ont fortement ressenti l'impact de cette évolution.

**Plus de 73 % des chefs de service client de l'UE ont enregistré une augmentation des volumes de contact sur les canaux numériques comme les e-mails, le chat et la messagerie, les réseaux sociaux et les sites Internet.**

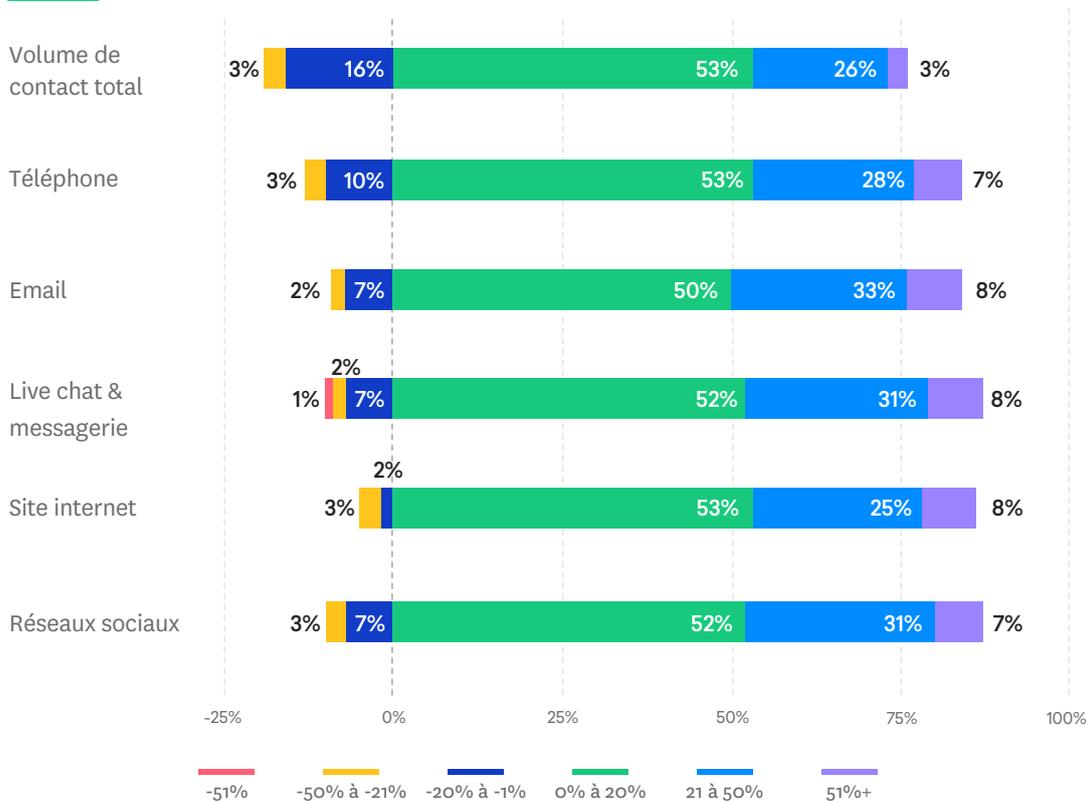
? Quels changements avez-vous observés dans les volumes de contact depuis février 2020 ?

### UE

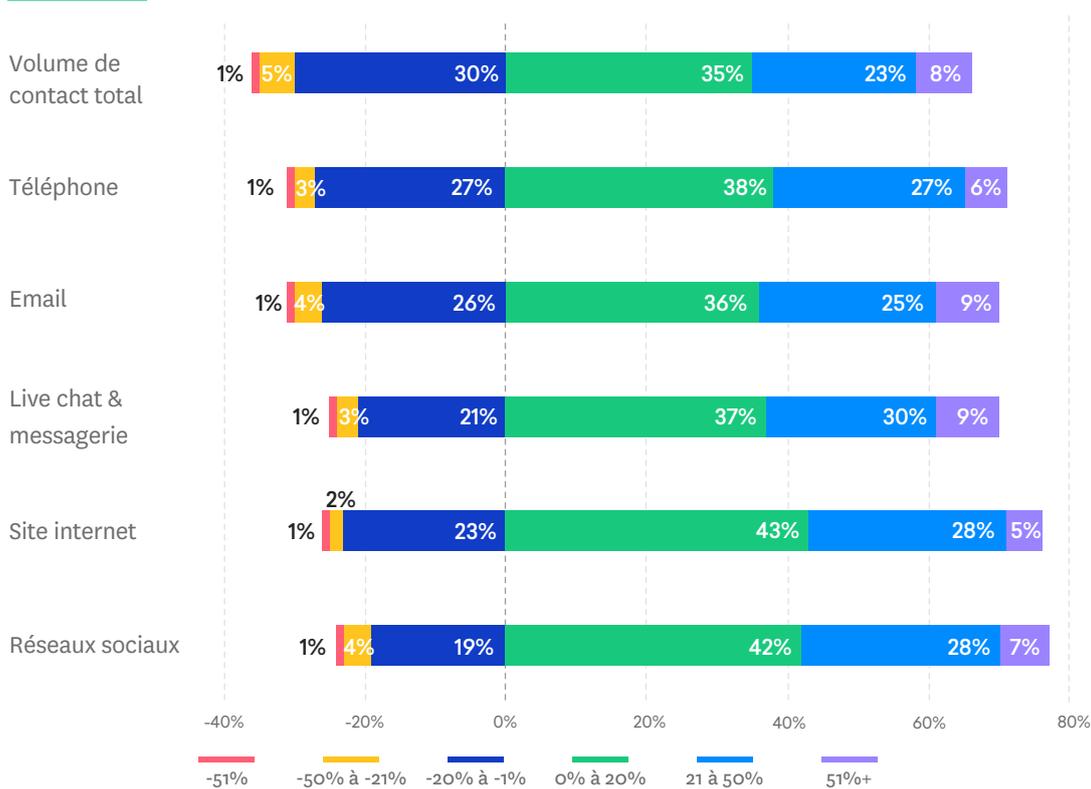


**Aperçu par région:** quels changements avez-vous observés dans les volumes de contact depuis février 2020 ?

**FRANCE**

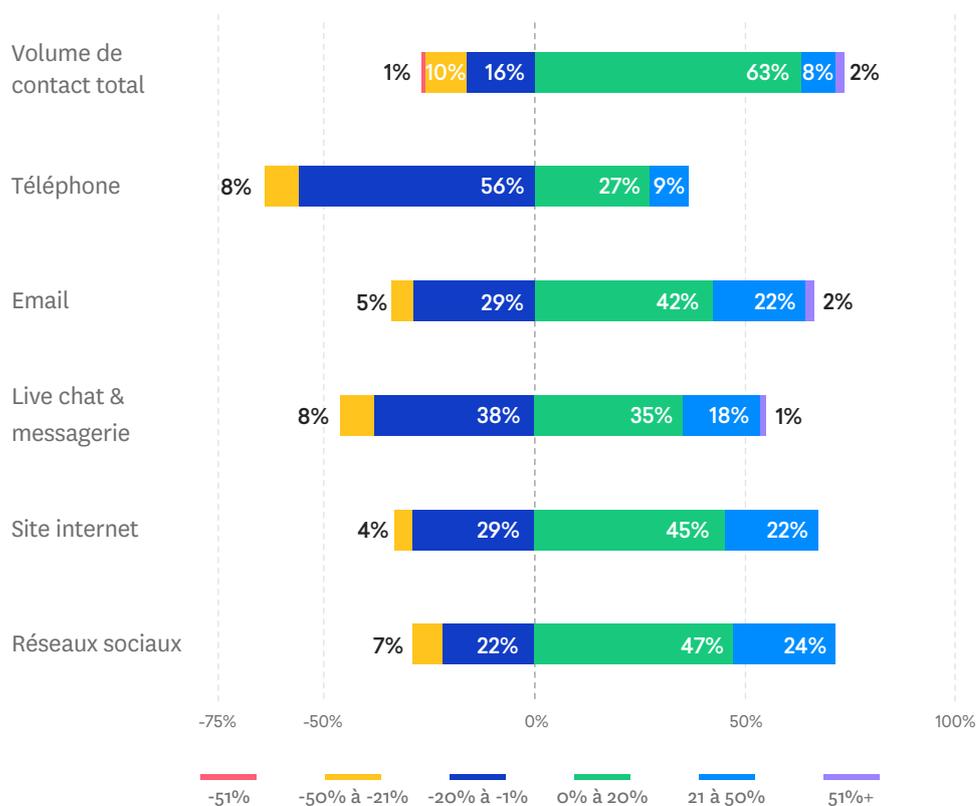


**ALLEMAGNE**

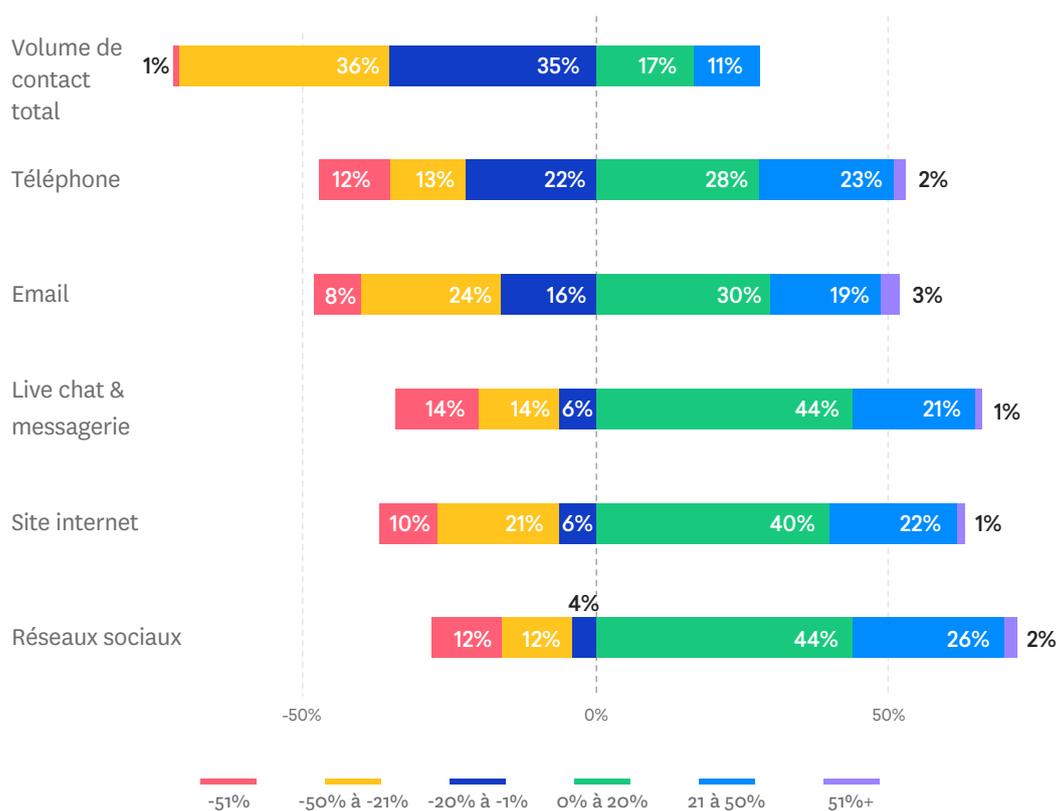


? quels changements avez-vous observés dans les volumes de contact depuis février 2020 ?

**SUÈDE**

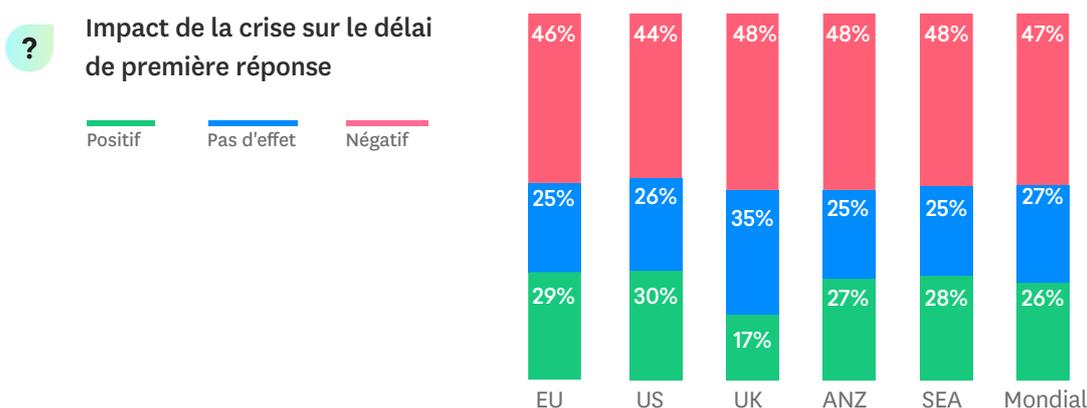
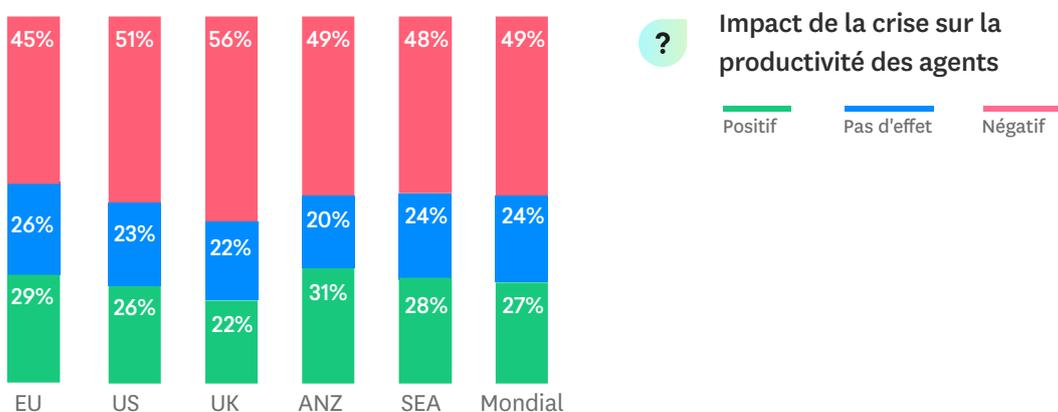
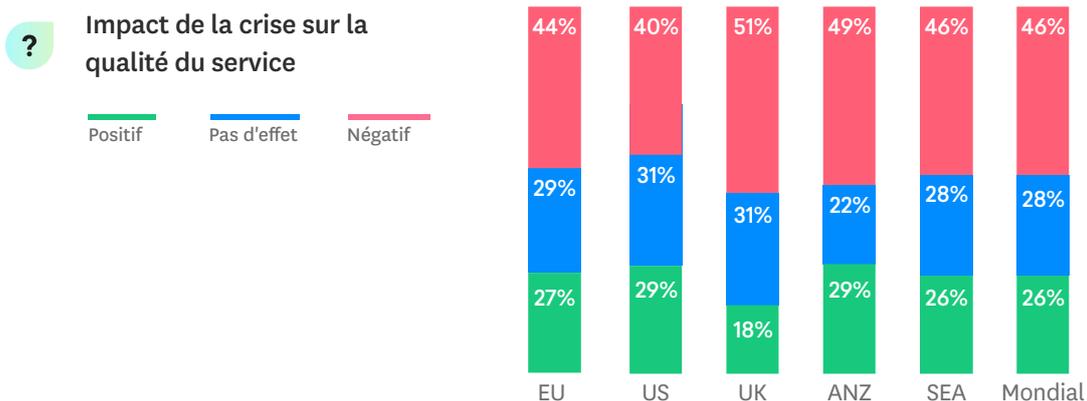


**PAYS-BAS**



# Les entreprises essaient de garder la tête hors de l'eau.

Plus de 45 % des responsables de service client de l'UE ont observé une baisse de la qualité du service, du délai de première réponse et de la productivité des agents.



## Et les équipes de service client ont dû faire face à leur lot de défis.

Les trois plus gros défis rencontrés par les chefs de service client européens pendant la crise sont les suivants :

### Difficulté à gérer la charge de travail des agents – 35 %

L'augmentation des volumes de contact, la réduction des effectifs et le manque de visibilité au niveau de l'équipe peuvent entraîner un déséquilibre des charges de travail. Les responsables de service client doivent mettre en place le bon équilibre entre les canaux et renforcer les capacités de libre-service afin de résoudre ce problème.

### Travailler avec des effectifs réduits – 33 %

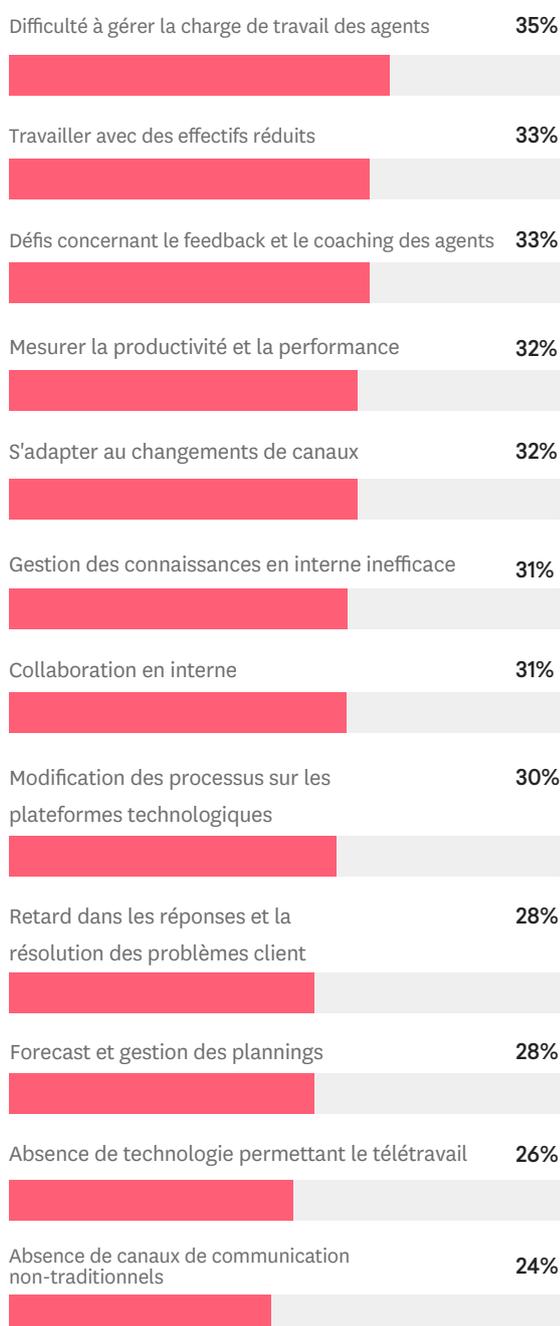
Que ce soit à cause de mesures de réduction des coûts ou des congés maladie, les équipes de service client fonctionnent depuis quelques mois avec des effectifs réduits. En combinant cela à l'augmentation des volumes de contact, les centres de contact sont débordés.

### Défis concernant le feedback et le coaching – 33 %

Les processus de feedback et de coaching sont généralement conçus pour des interactions face à face. Les responsables de service client doivent mettre en place de nouveaux modèles afin de faire du coaching en ligne et de le rendre intéressant.

**UE**

**?** Quels sont les plus gros défis auxquels votre équipe de service client a dû faire face pendant la crise ?



Les trois plus gros défis rencontrés par les chefs de service client français pendant la crise sont les suivants :

## Suivi de la productivité et de la performance – 32 %

Les dirigeants ont du mal à surveiller leurs équipes en télétravail. Beaucoup d'entreprises ne disposaient pas de cadre d'évaluation de la performance adapté au télétravail et ont appris que la gestion à distance nécessite un ensemble de mécanismes spécifiques

## Modification des processus sur nos plateformes technologiques – 30 %

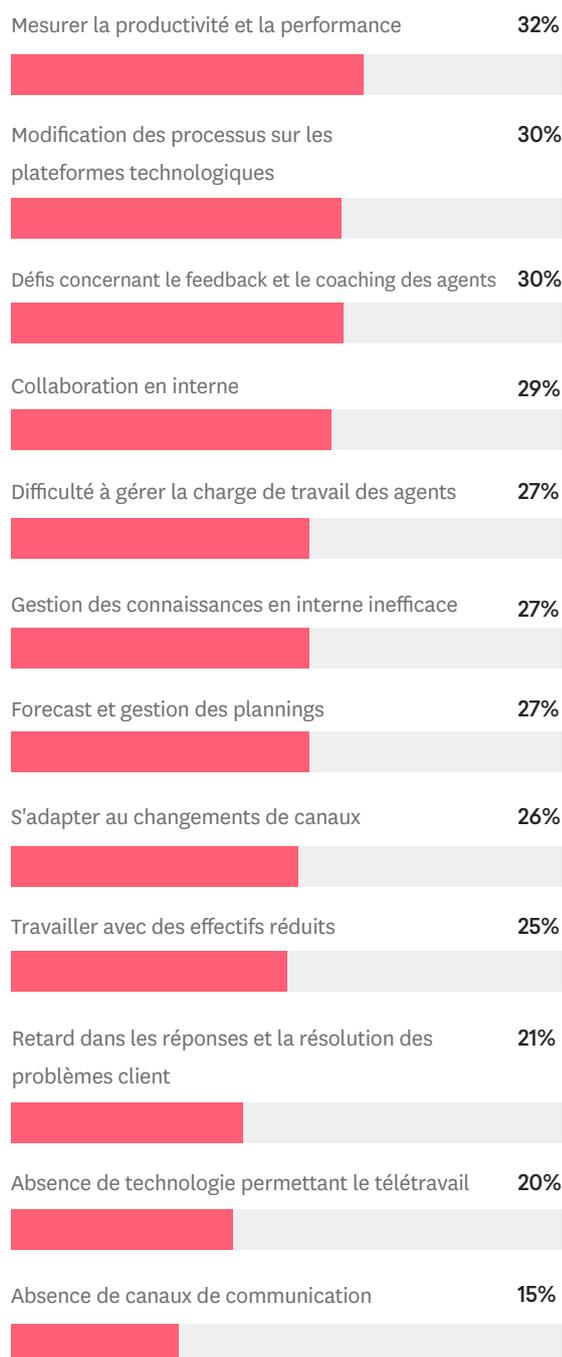
Plusieurs plateformes d'ancienne génération sont rigides et ne permettent pas aux utilisateurs de les ajuster facilement. Souvent, les chefs de service client doivent travailler longuement avec l'équipe informatique et les développeurs pour apporter la moindre modification à leurs processus. La crise a mis l'accent sur les faiblesses de ces plateformes d'ancienne génération.

## Défis concernant le feedback et le coaching – 30 %

Les processus de feedback et de coaching sont généralement conçus pour des interactions face à face. Les chefs de service client doivent mettre en place de nouveaux modèles afin de faire du coaching en ligne et de le rendre intéressant.

**?** Quels sont les plus gros défis auxquels votre équipe de service client a dû faire face pendant la crise ?

### FRANCE



Les trois plus gros défis rencontrés par les responsables de service client allemands pendant la crise sont les suivants

## S'adapter au nouveau mélange de canaux – 39 %

Le trafic en magasin s'est complètement arrêté après février 2020. Les clients ne voulaient pas quitter la sécurité de leur domicile et se sont tournés vers le « service sans contact ». En conséquence, les centres de contact ont observé une très forte augmentation des volumes sur les canaux tels que le téléphone, les messageries instantanées et les e-mails.

## Travailler avec des effectifs réduits – 38 %

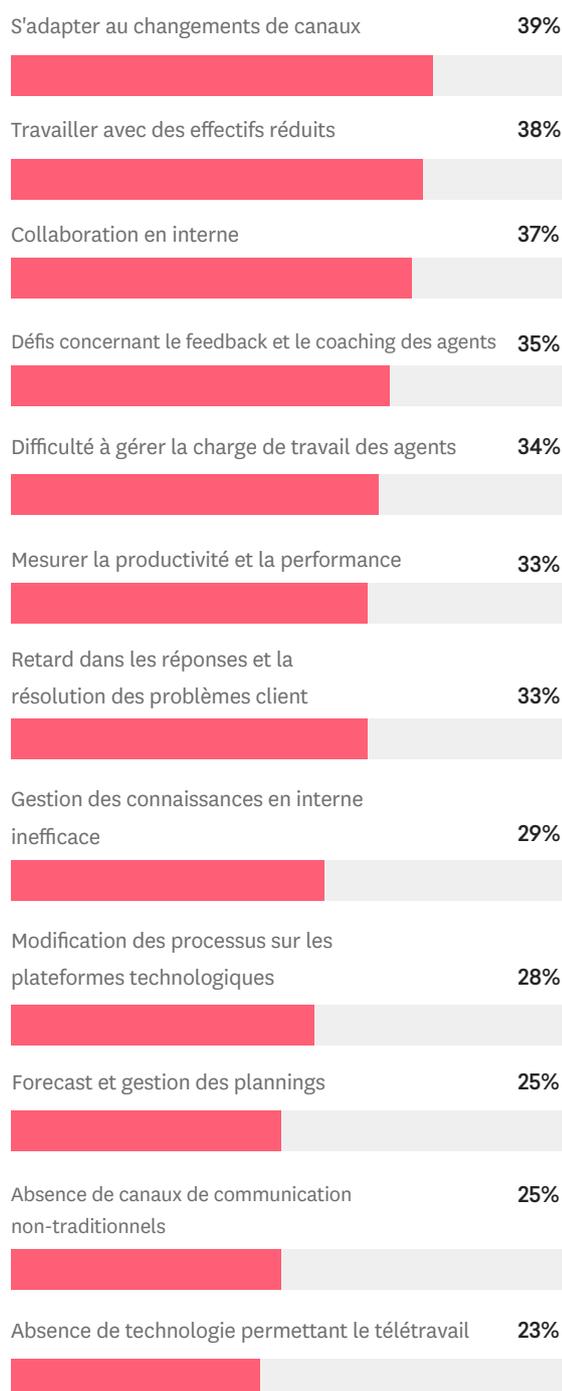
Que ce soit à cause de mesures de réduction des coûts ou des congés maladie, les équipes de service client fonctionnent depuis quelques mois avec des effectifs réduits. À cause de cela et de l'augmentation des volumes de contact, les centres de contact sont débordés.

## Collaboration interne – 37 %

Lorsqu'on travaille depuis la maison, il n'est pas possible de se retourner pour demander à son voisin de bureau de clarifier quelque chose. Le passage au télétravail a abouti à de nombreux retards et favorisé les incompréhensions au sein des équipes.

? Quels sont les plus gros défis auxquels votre équipe de service client a dû faire face pendant la crise ?

### ALLEMAGNE



Les trois plus gros défis rencontrés par responsables chefs de service client suédois pendant la crise sont les suivants

## Difficulté à gérer la charge de travail des agents – 46 %

L'augmentation des volumes de contact, la réduction des effectifs et le manque de visibilité au niveau de l'équipe peuvent entraîner un déséquilibre des charges de travail. Les chefs de service client doivent mettre en place le bon mélange de canaux et renforcer les capacités de libre-service afin de résoudre ce problème.

## Absence de technologie adaptée au télétravail – 40 %

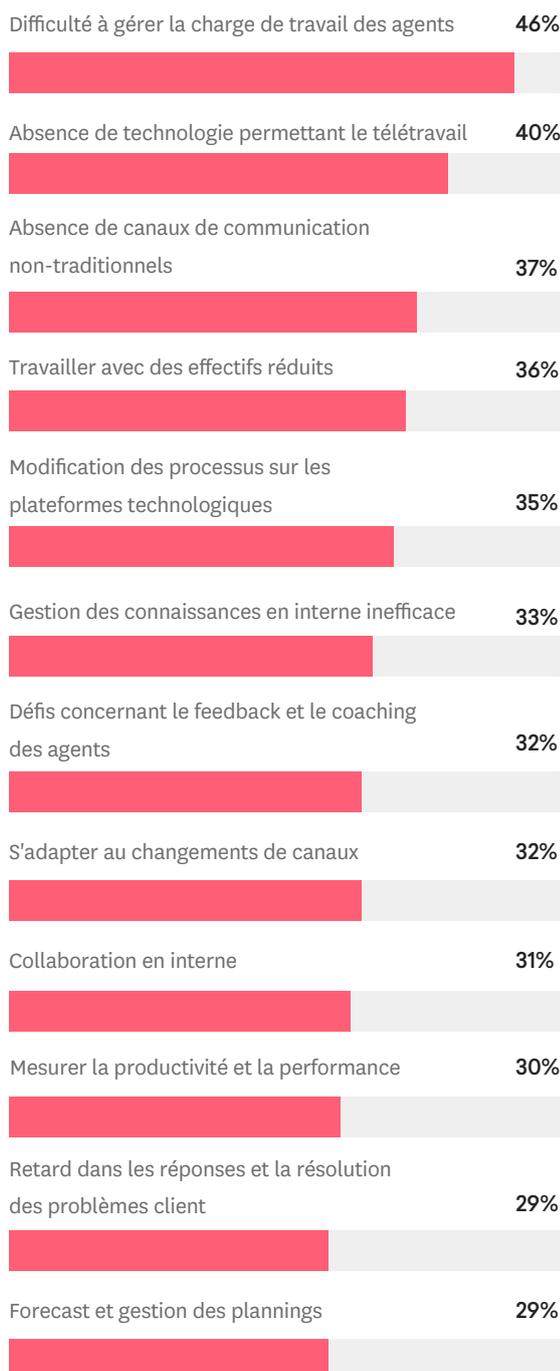
Les responsables de service client ont besoin d'une suite de logiciels dynamique avec des logiciels leur permettant de passer facilement du travail au bureau au télétravail. L'amplification soudaine de la crise a fait que plusieurs équipes de service client étaient mal préparées au changement et cela a affecté leur productivité et leurs procédés.

## Absence de canaux de service non traditionnels – 37 %

Le téléphone et les e-mails sont des canaux d'assistance courants, mais les canaux non traditionnels comme le chat et la messagerie sont moins répandus. Ces canaux permettent aux agents de gérer plusieurs tickets à la fois, ce qui augmente considérablement leur productivité et aide à mieux équilibrer les charges de travail.

? Quels sont les plus gros défis auxquels votre équipe de service client a dû faire face pendant la crise ?

### SUÈDE



Les trois plus gros défis rencontrés par les responsables de service client néerlandais pendant la crise sont les suivants :

## Gestion des connaissances internes inefficace – 41 %

En travaillant depuis chez eux, les employés ne sont pas en mesure d'apprendre facilement les uns des autres. Les systèmes de gestion des connaissances internes sont donc devenus essentiels. Les équipes de service client ont besoin d'une source unique de vérité à laquelle se référer lorsqu'elles sont face à un obstacle et ne peuvent pas consulter leurs collègues.

## Difficulté à gérer la charge de travail des agents – 39 %

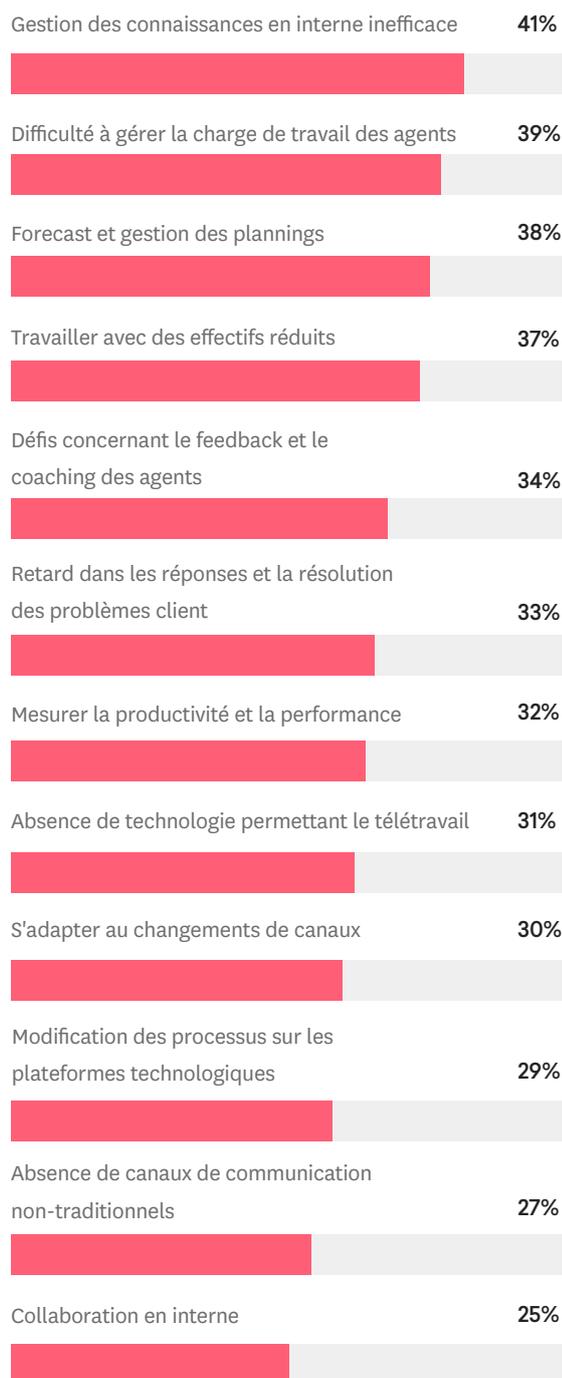
L'augmentation des volumes de contact, la réduction des effectifs et le manque de visibilité au niveau de l'équipe peuvent entraîner un déséquilibre des charges de travail. Les responsables de service client doivent mettre en place le bon mélange de canaux et renforcer les capacités de libre-service afin de résoudre ce problème.

## Prévisions et planification des horaires de travail – 38 %

L'analyse des tendances et la prévision deviennent difficiles lorsque vous ne disposez pas d'une technologie adaptée et que vos effectifs sont réduits. Les employés ayant des enfants sont obligés d'équilibrer vie professionnelle et vie privée, ce qui nécessite des plages de travail réduites et plus fréquentes. Les chefs de service client doivent modifier leur approche des procédés au jour le jour afin de s'adapter aux circonstances changeantes.

## ? What are the biggest challenges your customer service team has faced through the crisis?

### NETHERLANDS



# Naviguer dans la crise

---

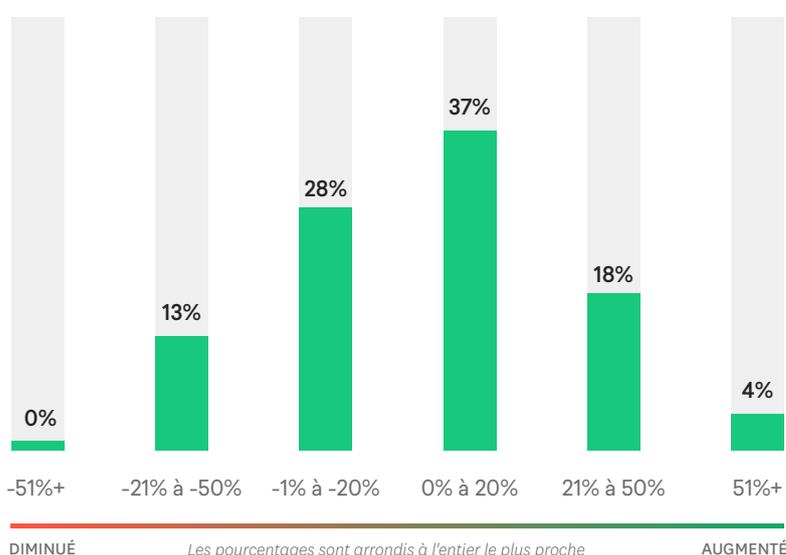


## Heureusement, les chefs de service client ont vu leurs budgets augmenter.

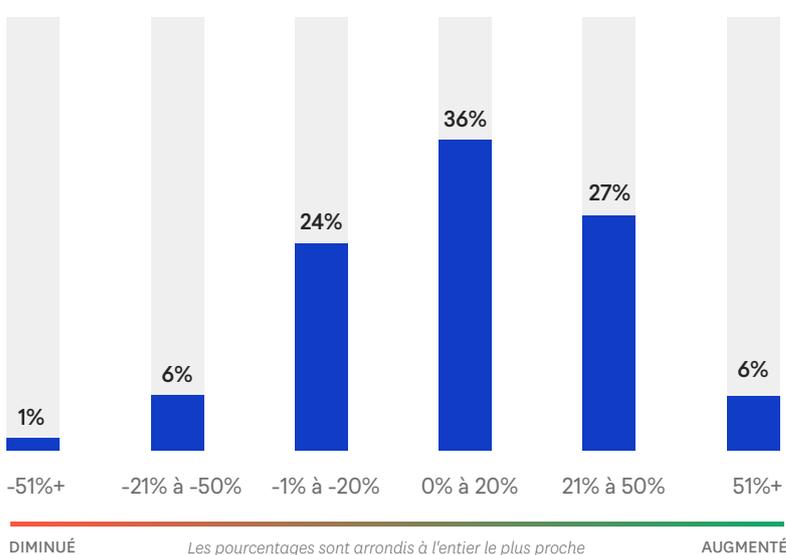
**59 % des chefs de service client de l'UE ont observé une augmentation des budgets totaux disponible par rapport aux plans de 2019.** Les budgets du service client ont en moyenne augmenté de 5 % dans l'UE, alors qu'ils ont augmenté de 8 % à l'échelle mondiale.

**?** Comment les budgets de votre service client ont-ils été impactés par rapport aux plans budgétaires de 2019 ?

### EUROPE

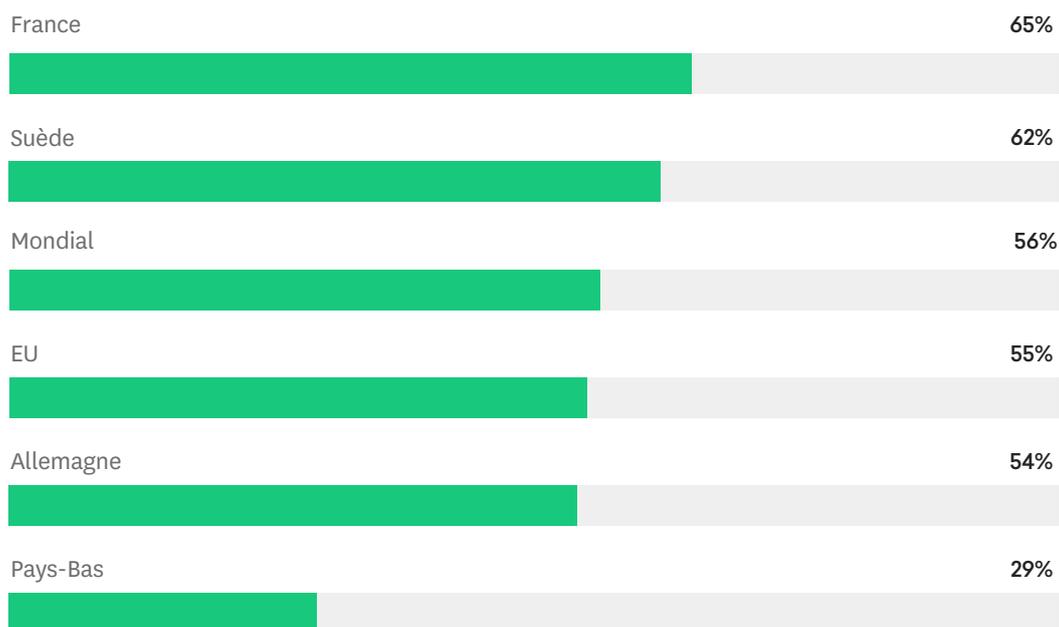


### MONDIAL

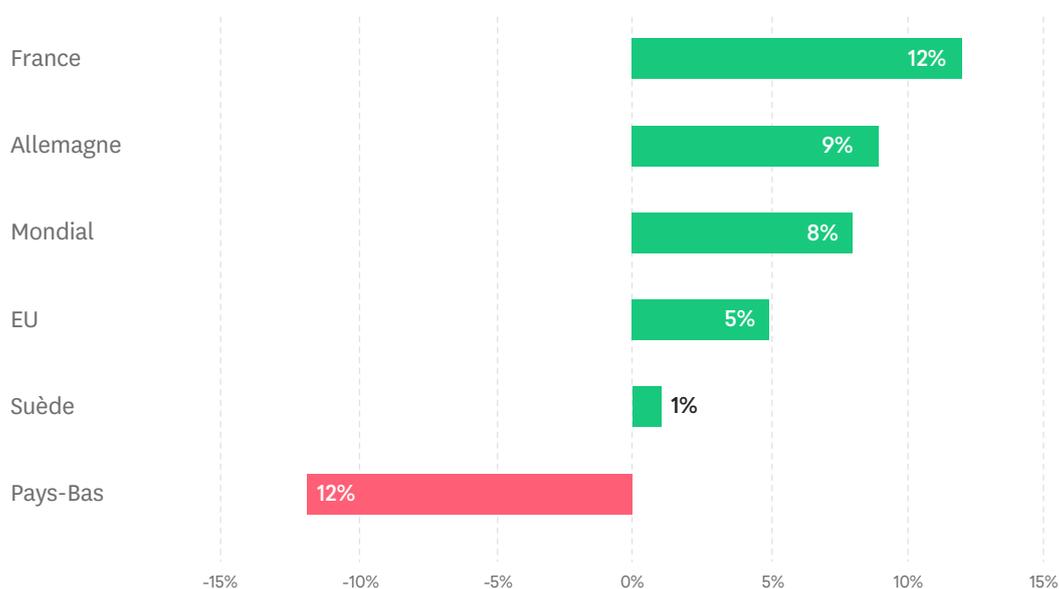


**Aperçu par région :** la France a plus investi dans le service client que les autres pays de l'UE. Les chefs de service client français ont observé une hausse moyenne de 12 % de leurs budgets. En comparaison, les Pays-Bas ont enregistré une diminution moyenne de 12 % des budgets par rapport aux plans de 2019.

? **Quel pourcentage des chefs de service client ont observé une augmentation des budgets dans ces pays ?**



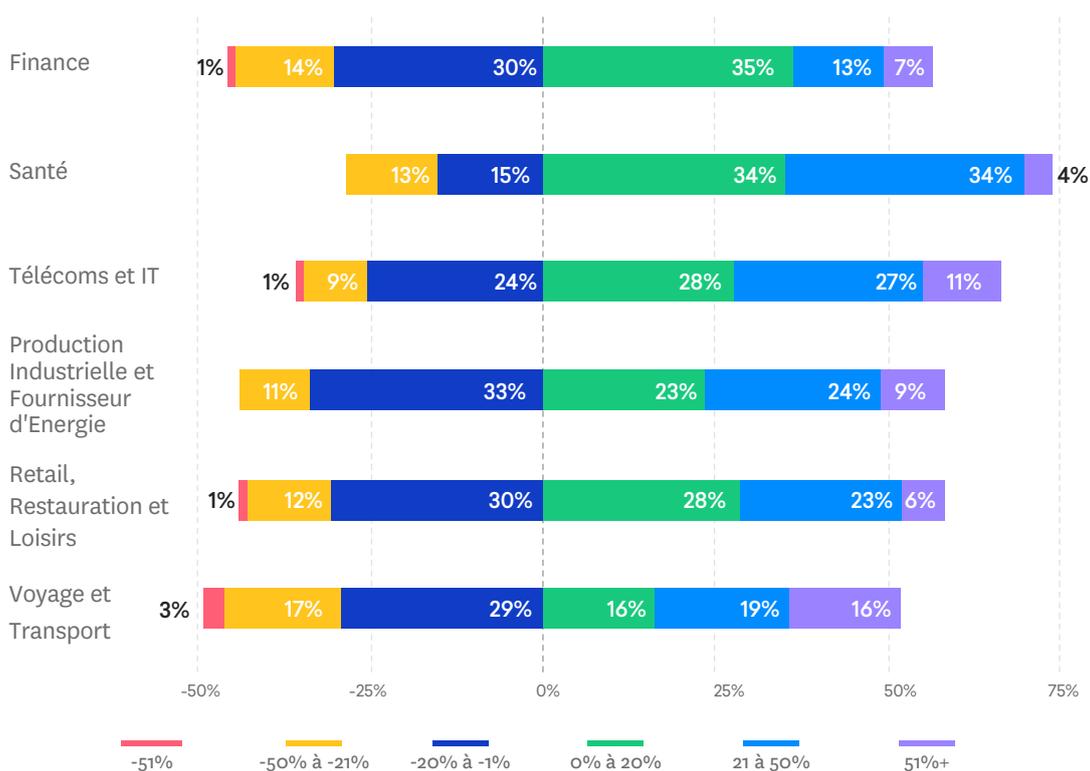
? **Quelle augmentation moyenne de leurs budgets les chefs de service client ont-ils observée ?**



**Aperçu par secteur :** ce sont des secteurs comme la santé et les technologies de l'information et de la communication qui ont enregistré la plus forte augmentation de leurs budgets. À l'inverse, des secteurs comme la vente au détail, la restauration, les loisirs et la finance ont observé une diminution importante de leurs budgets de service client.

EUROPE

**?** Comment les budgets de votre service client ont-ils été impactés par rapport aux plans budgétaires de 2019 ?



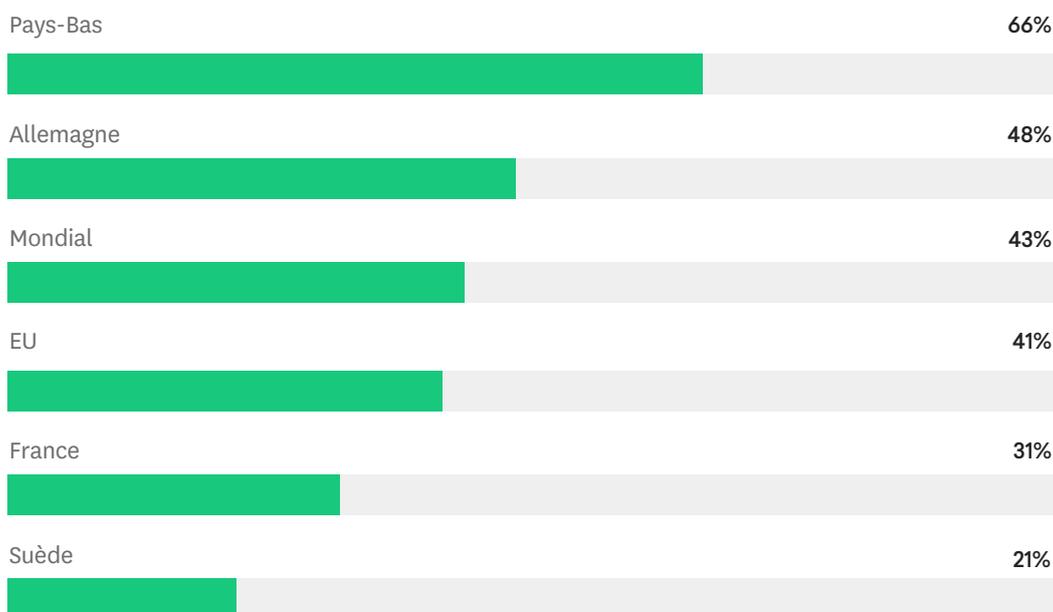
N.B. : Les pourcentages sont arrondis à l'entier le plus proche



## Cependant, le niveau des effectifs n'a pas suivi l'augmentation des volumes.

Malgré l'augmentation moyenne de 6 % des effectifs des services client à travers l'UE, les responsables ne sont pas en mesure de faire face à la hausse des volumes de contact. En réalité, **41 % des dirigeants de service client de l'UE ont observé une réduction des effectifs depuis février 2020**. À l'échelle mondiale et européenne, « Travailler avec des effectifs réduits » a été le deuxième plus gros défi rencontré par les équipes de service client pendant la crise.

**?** Quel pourcentage des responsables de service client ont observé une diminution des effectifs dans ces pays?



**6%** ↑  
Moyenne dans l'UE

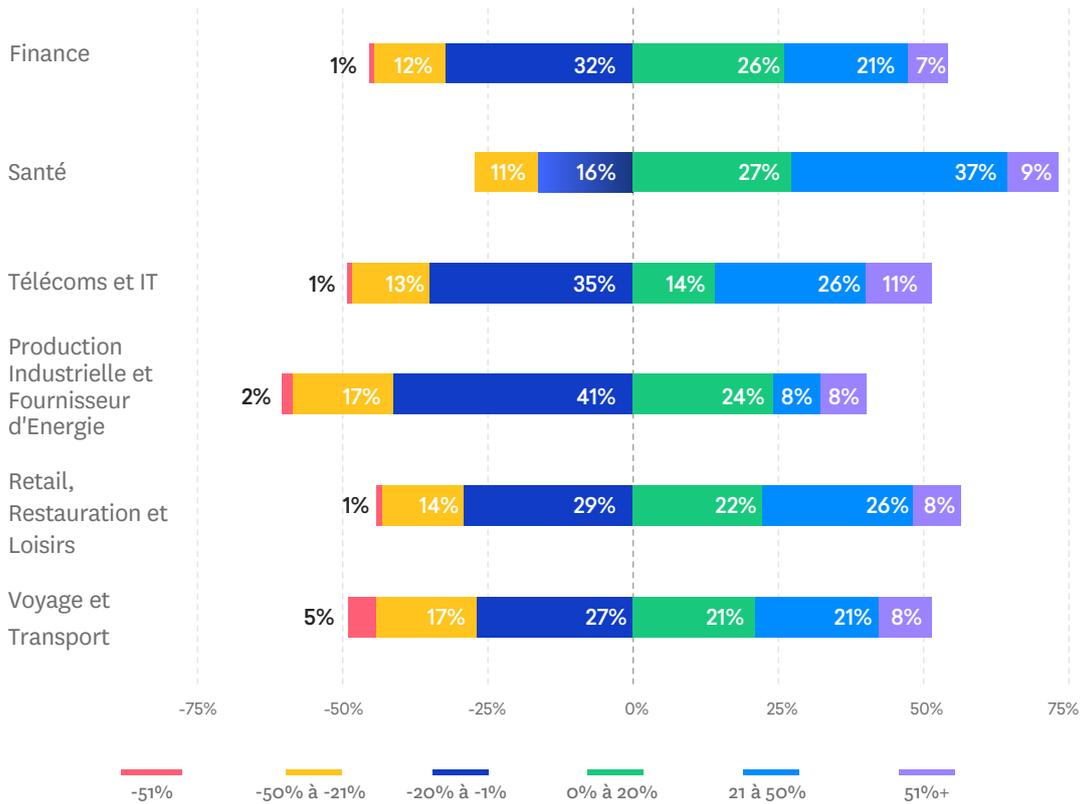
**7%** ↑  
Moyenne mondiale



**Aperçu par secteur :** 50 % des responsables de service client dans des secteurs comme les voyages, le transport, la production industrielle et les services publics ont enregistré une réduction du personnel, tandis que 60 % des chefs de service client du secteur de la santé fait appel à du personnel supplémentaire pendant la pandémie.

**GLOBAL**

**? De combien ont augmenté ou diminué les effectifs de votre service client par rapport à février 2020 ?**



N.B. : Les pourcentages sont arrondis à l'entier le plus proche



## Avec un capital humain réduit, la technologie est devenue essentielle

Avec l'augmentation des attentes des clients et des volumes de contact ainsi que des changements de personnel imprévisibles, les entreprises ont vu dans la technologie un moyen stable de gérer la crise.

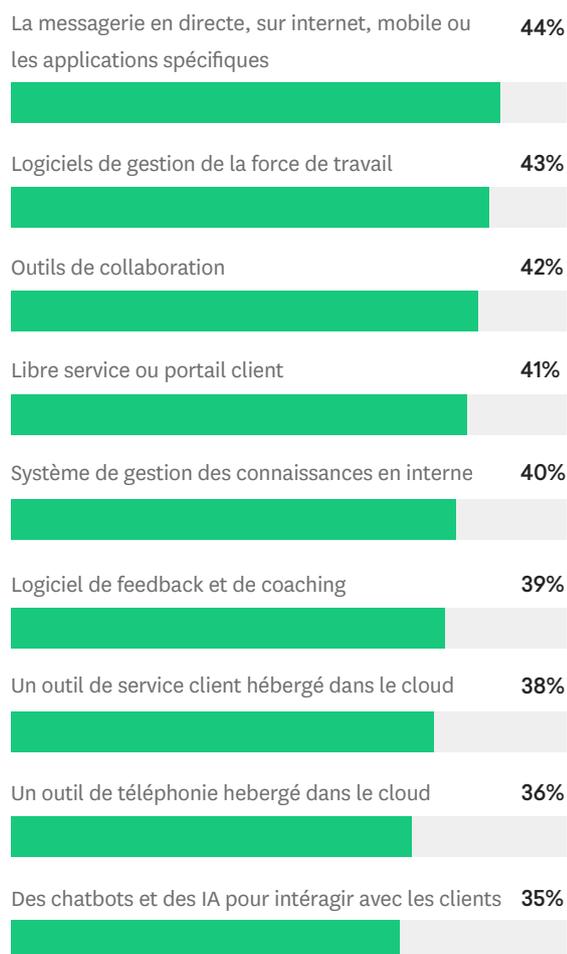
**À l'échelle mondiale, 44 % des responsables de service client ont déclaré que le chat et la messagerie avaient été essentiels pour leur permettre de maintenir les niveaux de service pendant la crise.**

Le chat est un canal familier et simple à utiliser pour les clients, mais il stimule également la productivité en interne. Les agents sont jusqu'à trois fois plus productifs sur les chats que sur les canaux vocaux parce qu'ils peuvent s'occuper de plusieurs clients à la fois.

Notons que les chatbots dotés d'IA n'ont pas été beaucoup utilisés.

**? Le cas échéant, quels outils ont été indispensables pour vous aider à maintenir les niveaux de service pendant la crise ?**

### UE



N.B. : Les pourcentages sont arrondis à l'entier le plus proche

« La solution choisie par les clients pour nous contacter a commencé à changer il y a quelque temps. Chaque mois, nous enregistrons généralement une augmentation de 10 à 15 % des volumes de tickets, mais les volumes de chat se sont envolés depuis la pandémie. Avant, nos agents géraient entre 30 et 50 chats par jour, mais depuis mars, le nombre de chat a augmenté en moyenne de 100 %. Aujourd'hui, les agents gèrent entre 120 et 150 chats par jour. »

**Charlie Cross**

Directeur Commercial, Axminster Tools



**Aperçu par région :** le cas échéant, quels outils ont été indispensables pour vous aider à maintenir les niveaux de service pendant la crise ?

FRANCE

La messagerie en directe, sur internet, mobile ou les applications spécifiques **38%**



Outils de collaboration **37%**



Libre service ou portail client **36%**



Logiciels de gestion de la force de travail **35%**



Un outil de téléphonie hébergé dans le cloud **35%**



Un outil de service client hébergé dans le cloud **33%**



Système de gestion des connaissances en interne **33%**



Logiciel de feedback et de coaching **32%**



Des chatbots et des IA pour interagir avec les clients **31%**

ALLEMAGNE

Logiciels de gestion de la force de travail **52%**



La messagerie en directe, sur internet, mobile ou les applications spécifiques **45%**



Outils de collaboration **45%**



Système de gestion des connaissances en interne **45%**



Libre service ou portail client **43%**



Logiciel de feedback et de coaching **42%**



Un outil de service client hébergé dans le cloud **36%**



Un outil de téléphonie hébergé dans le cloud **34%**



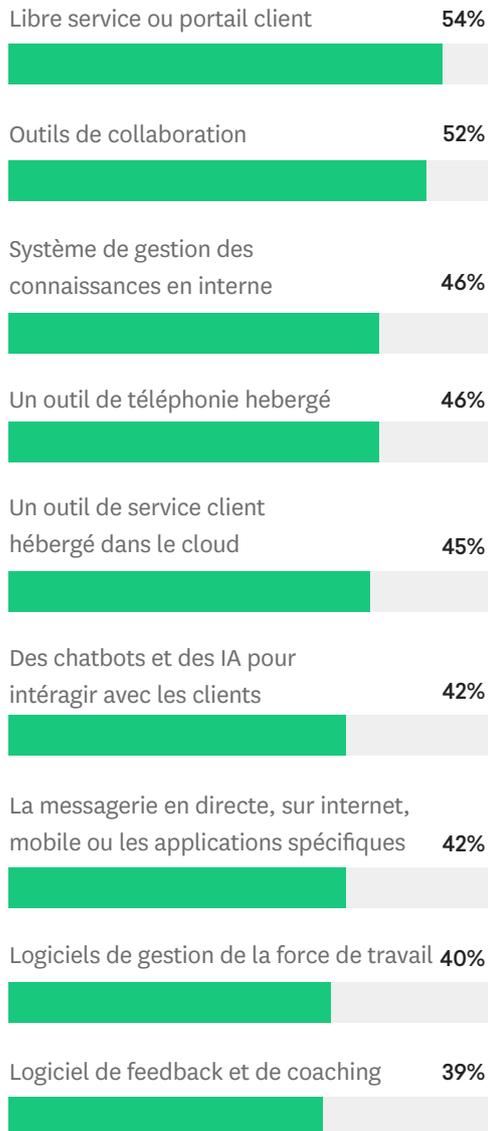
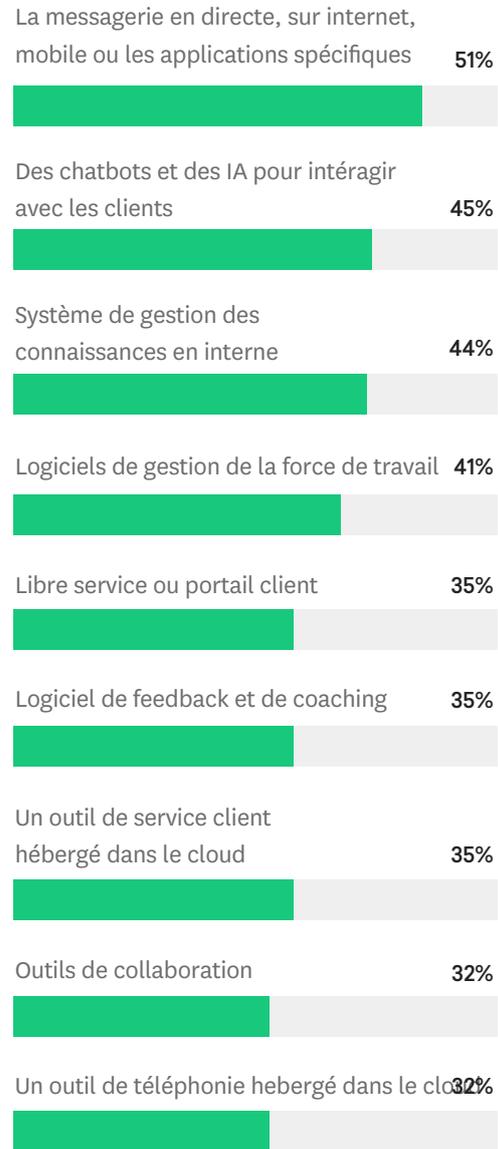
Des chatbots et des IA pour interagir avec les clients **34%**



*N.B. : Les pourcentages sont arrondis à l'entier le plus proche*



**Aperçu par région :** le cas échéant, quels outils ont été indispensables pour vous aider à maintenir les niveaux de service pendant la crise ?

SUÈDEPAYS-BAS

N.B. : Les pourcentages sont arrondis à l'entier le plus proche



# Comprendre les priorités de 2021

---



## Les volumes de contact devraient continuer d'augmenter en 2021.

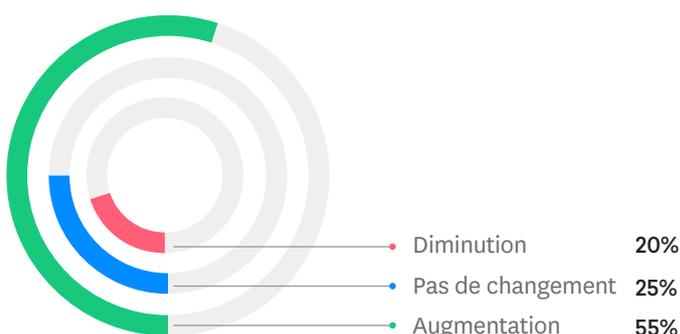
**52 % des responsables de service client s'attendent à une augmentation des demandes en magasin d'ici juin 2021.** Cela montre que les dirigeants tablent sur un certain retour à la normale avec le retour des clients en magasin.

Cependant, **plus de 57 % des chefs s'attendent à ce que les volumes de centres de contact continuent d'augmenter en 2021, que ce soit par téléphone, par e-mail, par chat et messagerie, par Internet et sur les réseaux sociaux.**

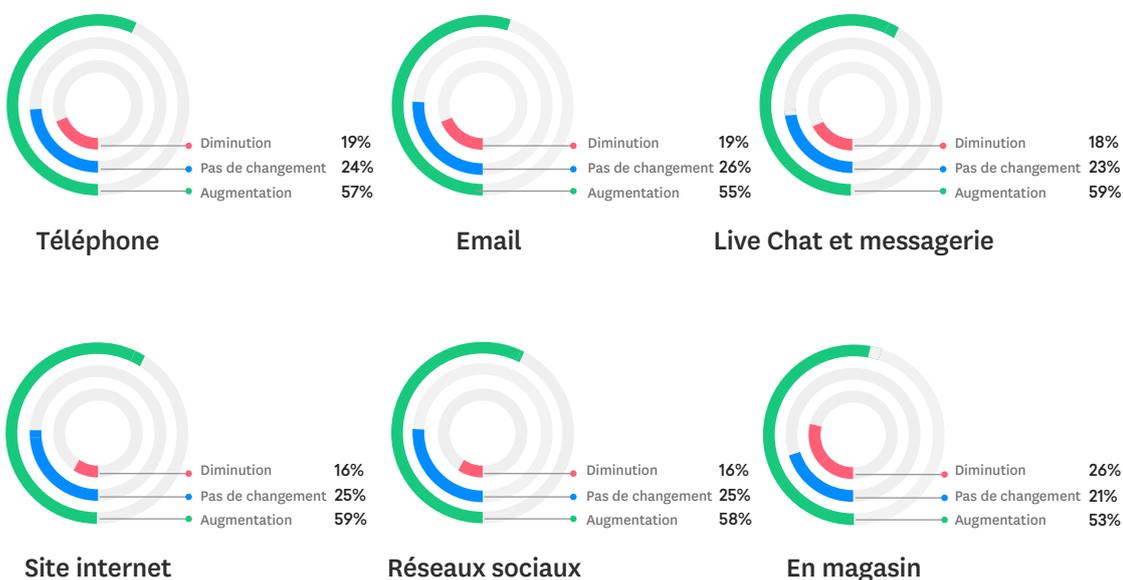
Les entreprises doivent pouvoir suivre l'augmentation des volumes d'assistance et trouver un équilibre entre l'assistance en magasin et l'assistance à distance.

**?** Selon vous, quelle sera l'évolution des volumes de contact d'ici juin 2021 par rapport à juin 2020 ?

UE



Overall contact volume



**Aperçu par région :** selon vous, quelle sera l'évolution des volumes de contact d'ici juin 2021 par rapport à juin 2020 ?

**FRANCE**

Volume total de contact



Téléphone



Email



Live chat et messagerie



Site internet



Réseaux sociaux



En magasin



Augmentation    Pas de changement    Diminution

**ALLEMAGNE**

Volume total de contact



Téléphone



Email



Live chat et messagerie



Site internet



Réseaux sociaux



En magasin



Augmentation    Pas de changement    Diminution



**Regional Snapshot:** How do you expect support volumes to evolve by June 2021 when compared to June 2020 levels?

**SUÈDE**

Volume total de contact



Téléphone



Email



Live chat et messagerie



Site internet



Réseaux sociaux



En magasin



Augmentation    Pas de changement    Diminution

**PAYS-BAS**

Volume total de contact



Téléphone



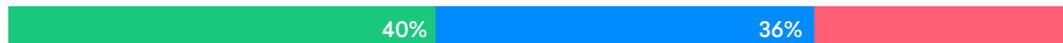
Email



Live chat et messagerie



Site internet



Réseaux sociaux



En magasin



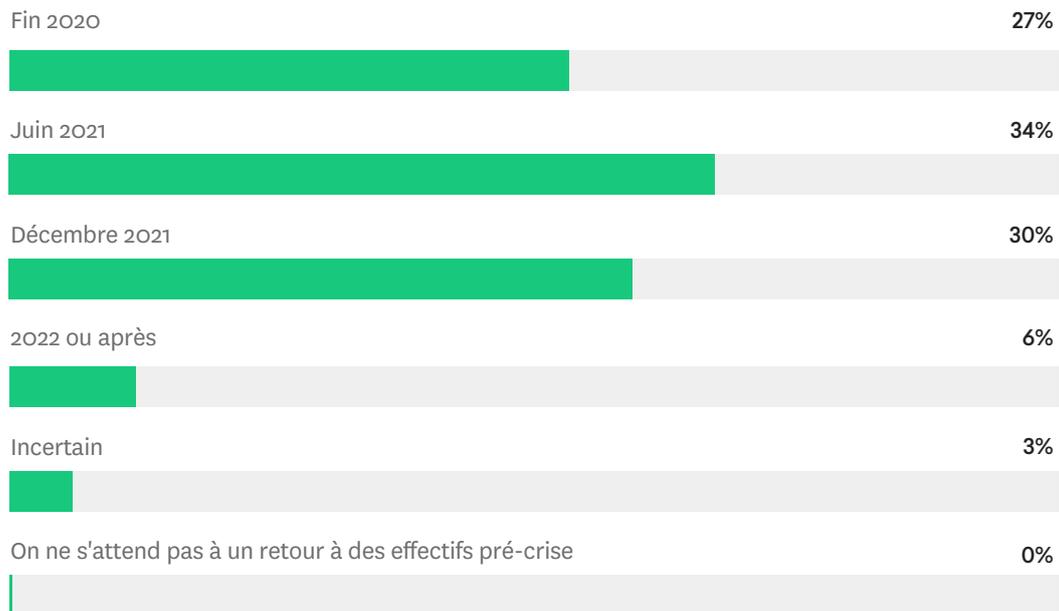
Augmentation    Pas de changement    Diminution



## Cependant, les effectifs ne devraient pas retrouver les niveaux d'avant la crise avant juin 2021.

? Selon vous, quand les effectifs retrouveront-ils les niveaux de février 2020 ?

### UE



N.B. : Les pourcentages sont arrondis à l'entier le plus proche



## Les employés sont surchargés de travail et l'automatisation arrive en première ligne

Avec le recours énorme au télétravail, les employés ont été contraints de trouver un équilibre entre vie professionnelle et vie privée. **À l'échelle mondiale, plus de 50 % des chefs de service client estiment que la santé mentale de leurs agents a souffert de la crise.**

Le télétravail risquant fort de se poursuivre en 2021, les entreprises s'efforcent de trouver des solutions pour aider leurs équipes à faire la transition, tout en redynamisant leur moral et leur engagement.

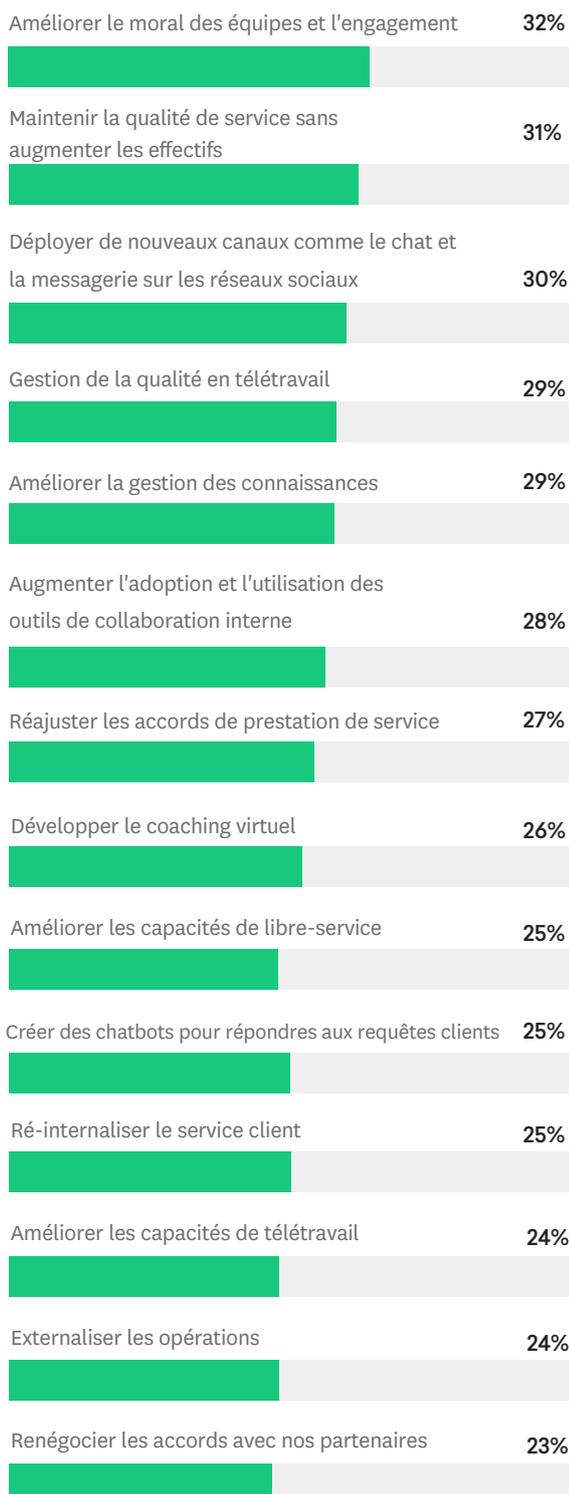
### Autres priorités :

- ✓ Maintenir la qualité du service sans augmenter les effectifs
- ✓ Déployer de nouveaux canaux de service comme le chat et les réseaux sociaux



Quelle est votre première priorité pour vos opérations de service client ?

### MONDIAL



**Aperçu par région:** Dans l'UE, les trois principales priorités pour le fonctionnement du service client sont:

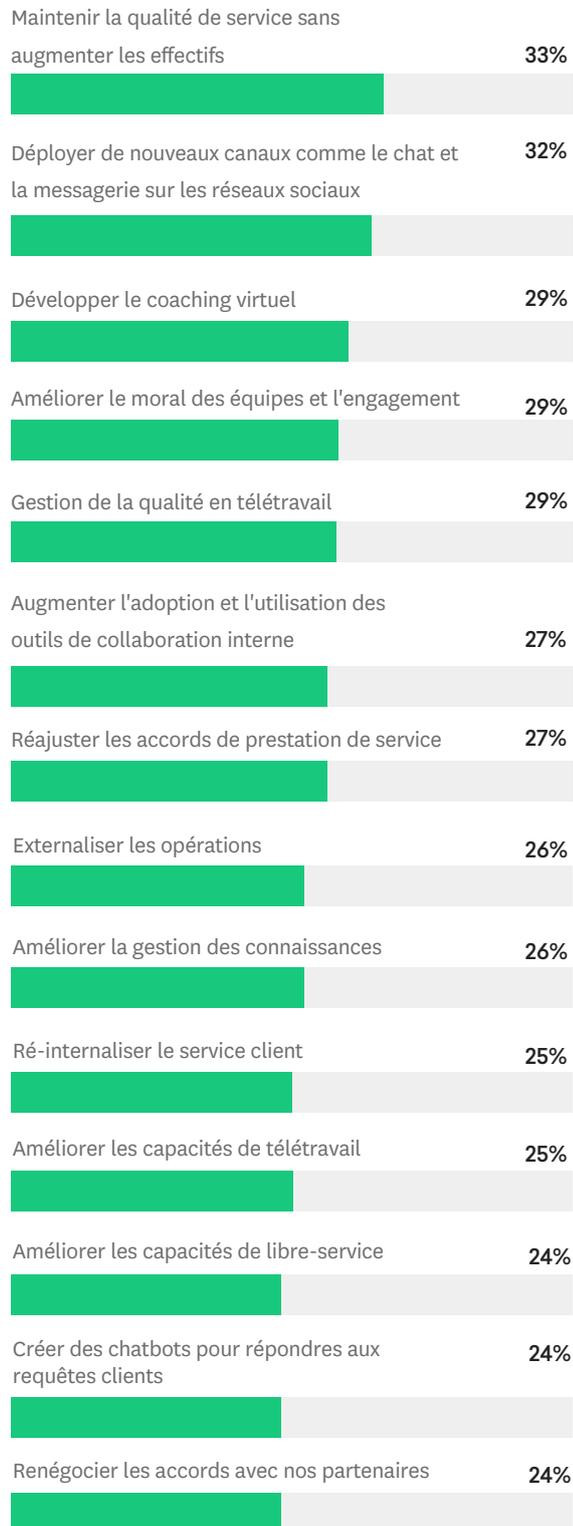
- ✔ Maintenir la qualité du service sans augmenter les effectifs
- ✔ Déployer de nouveaux canaux de service comme le chat et la messagerie
- ✔ Développer des programmes de coaching virtuel

Les chefs de service client de l'UE veulent avant tout améliorer l'efficacité grâce à la technologie pour alléger la charge de travail de leurs employés.



**Le cas échéant, quelles sont les priorités pour le fonctionnement de votre service client ?**

### EUROPE

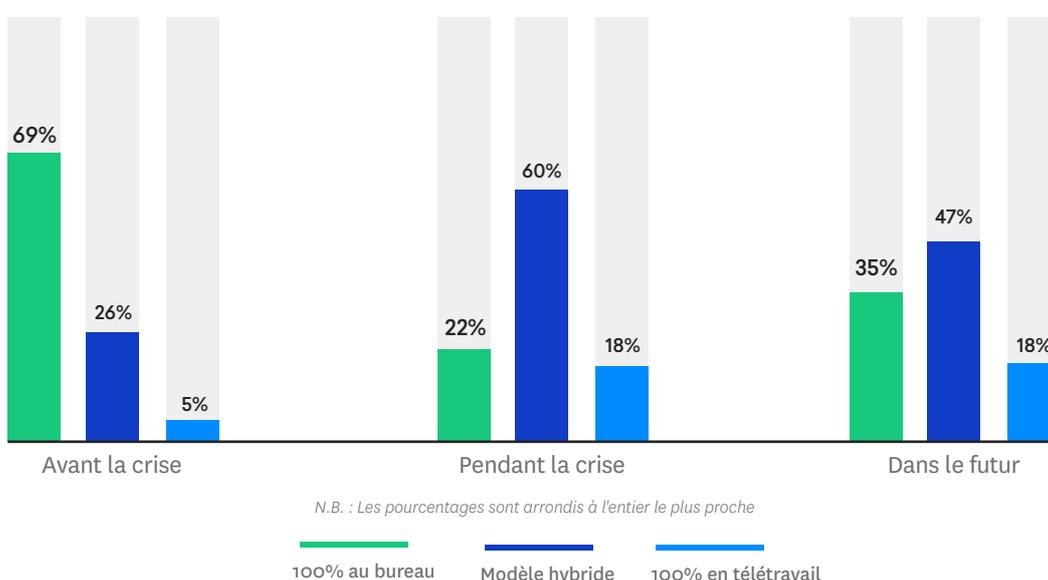


## Le « retour au travail » sera différent

**65 % des responsables de service client dans le monde adoptent des modèles de travail à distance ou hybrides permettant de travailler aussi bien à domicile qu'au bureau.** De ce fait, nous assistons à l'émergence d'un nouveau type de service client axé sur l'agilité.

### GLOBAL

? Comment votre équipe travaillait-elle aux moments suivants ?



### Founder & CEO, Native



Nicolas Petit

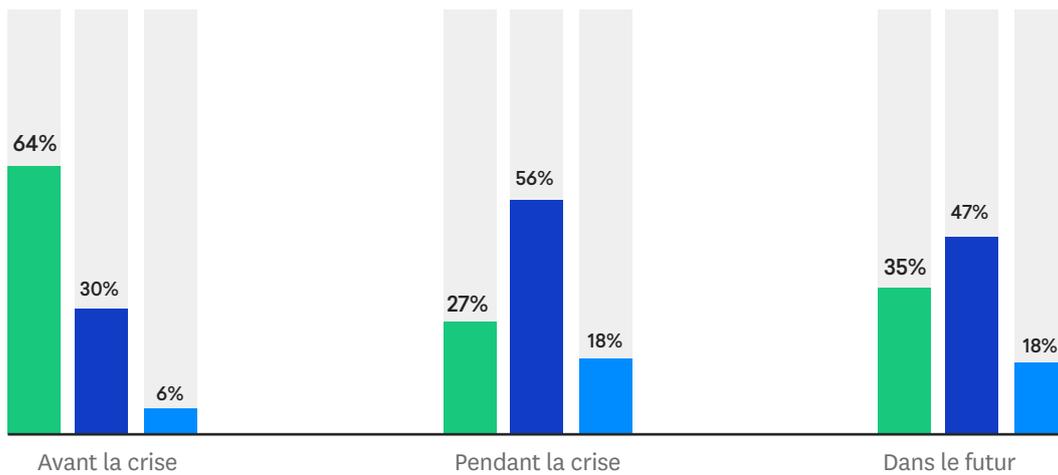
« Le modèle de travail hybride est là pour perdurer et a prouvé sa résilience au cours des derniers mois. Cependant, ce nouveau mode de travail nécessite plus que des configurations de bureau flexibles et des outils de collaboration à distance. Il requiert un changement de culture important tandis que les clients et les employés attendent une productivité de pointe (chatbots, applications de messagerie, ultra personnalisation) tout en demandant une attention et une empathie accrues. Les futurs responsables de l'expérience client devront maîtriser ces deux missions opposées : intégrer des outils hyper productifs tout en encourageant une véritable autonomisation du service client. »



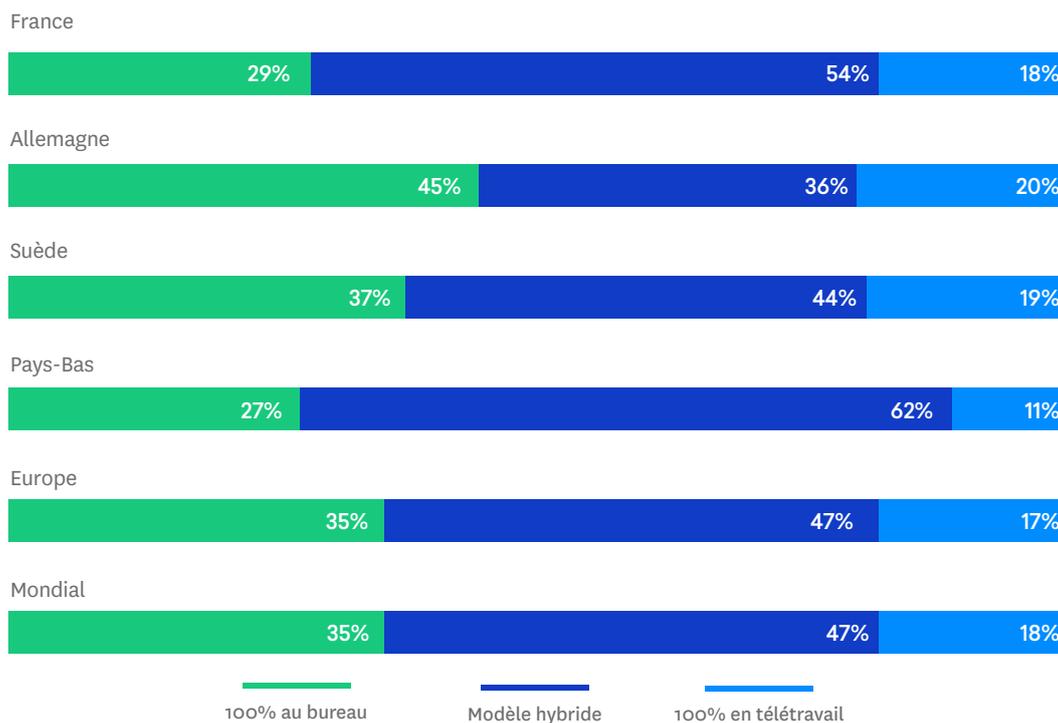
**Aperçu par région :** 65 % des responsables de service client européens adoptent des modèles de travail à distance ou hybrides permettant de travailler aussi bien à domicile qu'au bureau.

UE

**? Comment votre équipe travaillait-elle aux moments suivants ?**



**ÉTAT FUTUR ATTENDU DES MODÈLES OPÉRATOIRES DU SERVICE CLIENT**



## Il est essentiel d'investir dans une technologie adaptée au travail à distance

### Le chat et la messagerie (70 %)

permettent aux responsables de service client de s'assurer que leurs équipes sont plus productives. Là où les agents géraient autrefois un seul appel téléphonique, ils peuvent maintenant gérer plusieurs chats.

Avec le passage au télétravail, chaque employé a besoin d'une infrastructure **matérielle adaptée au télétravail (69 %)** pour travailler depuis chez lui. Cela comprend les casques, les ordinateurs portables, les routeurs, les écrans, etc.

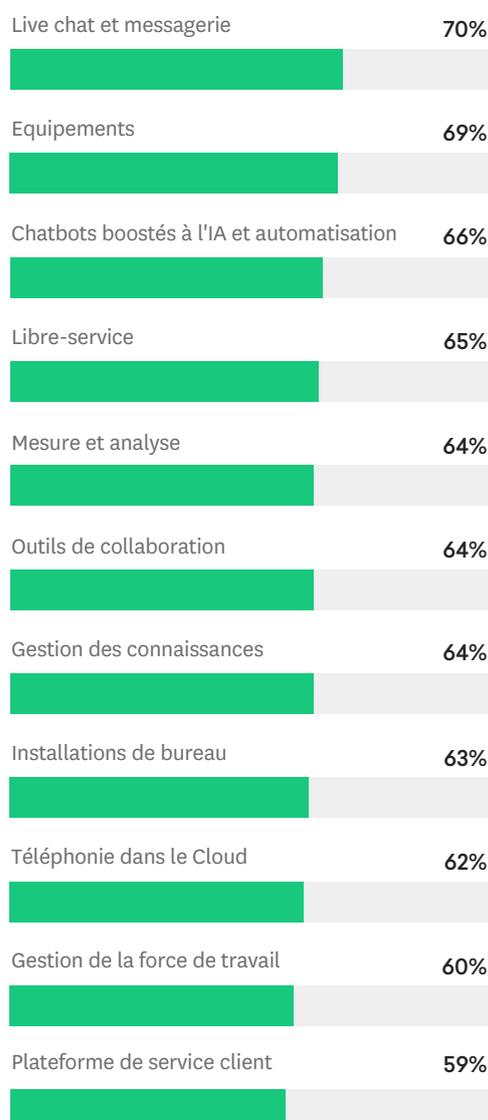
**Les chatbots dotés d'IA et l'automatisation (66 %)** permettent aux chefs de service client de fournir une assistance 24 h/24 7 j/7 sans épuiser leur personnel. Ils permettent également de gérer les questions simples, ce qui fait gagner du temps aux agents qui peuvent alors se concentrer sur les problèmes plus complexes.

**Le libre-service (65 %)** est devenu une priorité pour toutes les organisations et le restera. Avec l'augmentation des volumes de contact, les responsables de service client recherchent des solutions permettant aux clients de se débrouiller tout seuls.

### EUROPE



Comment les budgets de votre service client ont-ils été impactés par rapport aux plans budgétaires de 2019 dans les catégories suivantes ?



*N.B. : Les pourcentages sont arrondis à l'entier le plus proche*



## Pour aller plus en détail...

**70%**

des responsables de service client ont augmenté leurs investissements dans le chat et la messagerie de 25%

**66%**

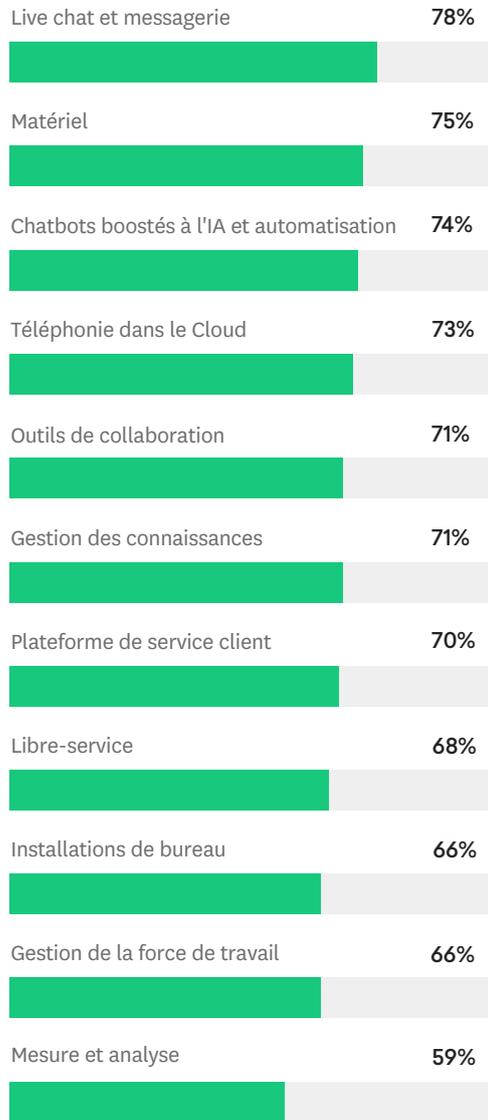
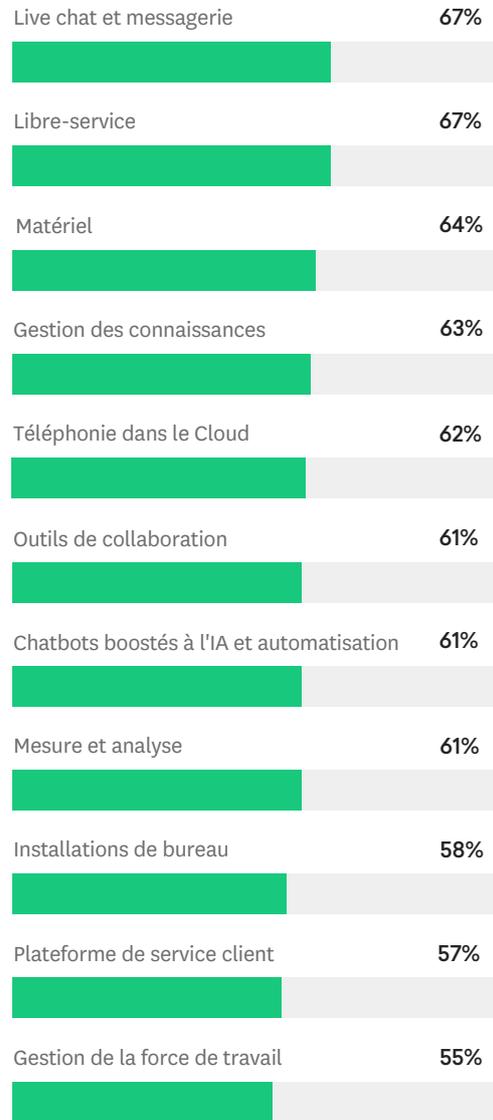
des responsables de service client ont augmenté leurs investissements dans les chatbots dotés d'IA et l'automatisation de 22 %

**65%**

des responsables de service client ont augmenté leurs investissements dans le libre-service de 24 %

*N.B. : Les pourcentages sont arrondis à l'entier le plus proche*



**Aperçu régional** : vos investissements ont-ils augmenté dans les secteurs suivants ?FRANCEALLEMAGNE

N.B. : Les pourcentages sont arrondis à l'entier le plus proche



**Aperçu régional :** vos investissements ont-ils augmenté dans les secteurs suivants ?SUÈDE

Installations de bureau 80%



Mesure et analyse 74%



Matériel 74%



Live chat et messagerie 69%



Chatbots boostés à l'IA et automatisation 66%



Téléphonie dans le Cloud 66%



Outils de collaboration 66%



Gestion de la force de travail 63%



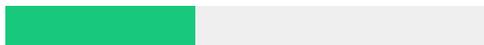
Libre service 62%



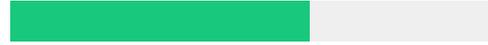
Gestion des connaissances 58%



Plateforme de service client 41%

*Please note: The percentages are rounded off to the nearest number*PAYS-BAS

Live chat et messagerie 63%



Libre service 61%



Matériel 62%



Mesure et analyse 59%



Chatbots boostés à l'IA et automatisation 58%



Plateforme de service client 58%



Gestion des connaissances 58%



Gestion de la force de travail 55%



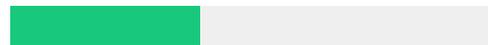
Outils de collaboration 53%



Installations de bureau 52%



Téléphonie dans le Cloud 40%

*Please note: The percentages are rounded off to the nearest number*

# Quelles sont vos prévisions pour 2021 ?

Pour les clients, la sécurité est essentielle et ils cherchent, autant que possible, à utiliser un service client sans contact. Cette tendance devrait se poursuivre en 2021 et nous avons identifié trois thèmes clés sur lesquels les responsables de service client devront s'appuyer pour faire en sorte que leurs équipes soient mieux préparées.

## Le chat est le nouveau numéro gratuit

À l'échelle mondiale, 44 % des responsables de service client ont désigné le chat comme outil indispensable pour maintenir les niveaux de service pendant la crise. De plus, nous avons vu que 70 % des responsables de service client de l'UE investissent plus dans le chat et la messagerie qu'avant la crise. Si ce canal gagne en popularité et en efficacité, c'est parce qu'il présente des avantages pour les clients en tant que canal connu facile à utiliser et pour les centres de contact en augmentant considérablement la productivité des agents.

## Avec des effectifs variables, la technologie est essentielle

« Travailler avec des effectifs réduits » a été le deuxième plus gros défi rencontré par les équipes de service client pendant la crise à travers le monde, et 34 % des responsables de service client européens ne s'attendent pas à ce que les effectifs retrouvent leurs niveaux d'avant la crise avant juin 2021. Par ailleurs, plus de 57 % des responsables s'attendent à ce que les volumes des centres de contact continuent d'augmenter en 2021. La technologie est la solution. Dans l'UE, 65 % des responsables ont augmenté leurs investissements dans le libre-service. Donnez les moyens aux clients de résoudre eux-mêmes leurs problèmes avec un portail d'assistance, une base de connaissances complète, des chatbots dotés d'IA capables de répondre à des questions fréquentes, etc. Identifiez et automatisez les tâches chronophages et aidez vos agents à se concentrer sur le client.

Le monde est en train de passer de la « nouvelle normalité » à la « prochaine normalité ». Vous devez vous assurer que vos équipes de service client sont prêtes pour cela.

## L'avenir sera hybride

65 % des responsables de service client mondiaux misent sur des modèles de travail à distance ou hybrides permettant de travailler aussi bien à domicile qu'au bureau. Pour s'y préparer, plus de 64 % des chefs de service client de l'UE augmentent leurs budgets et leurs investissements en matériel et outils d'analyse et de collaboration. En identifiant et mettant en place la bonne pile technologique adaptée au travail à distance pour votre service client, vous permettrez à votre équipe de répondre à n'importe quelle situation, quel que soit son lieu de travail.





## À propos de Freshworks

Freshworks est un leader dans le domaine des plateformes de relation client. Notre plateforme Customer-For-Life est facile d'utilisation et s'adapte aux entreprises de toutes tailles. Plus de 40 000 entreprises apprécient nos produits et collaborent avec nous pour améliorer leur service à la clientèle.

**Panasonic**



**DECATHLON**



### Vous voulez en savoir plus ?

[RENDEZ-VOUS SUR NOTRE SITE INTERNET](#)

Calculez votre ROI avec notre  
calculatrice interactive.



[CALCULER MAINTENANT](#)



Demandez une démonstration  
Freshdesk !

[S'INSCRIRE MAINTENANT](#)